



**Promoteurs :**

Kabiné Kaba Laye  
Mayé Thioye Ndiaye  
Adja Maguette Ndiaye  
Poholo Bouloudy Alidaz Cadie  
Boua Guirassy  
Koumba Moussounda Jovany

**Projet d'imprimerie et d'infographie  
TOTEM GRAPHIC DISTRIBUTION**

nubian family



# Sommaire

## 1) L'entreprise et les promoteurs.....

- Le projet
- Statut juridique
- Localisation
- Description du projet
- Justification et motivation du choix du projet
- Présentation des promoteurs

## 2) Environnement des affaires.....

## 3) Plan marketing.....

### I/ ANALYSE DE LA SITUATION MARKETING

- 1/ Analyse externe
- 2/ Analyse interne

### II/ LA DETERMINATION DES OBJECTIFS ET LES STRATEGIES MARKETING

- 1/ Les objectifs marketings
- 2/ Stratégies marketings
- 3/ Affectation des ressources
- 4/ Détermination des objectifs et des stratégies de chaque élément du marketing mixte

### 5/ MISE EN ŒUVRE OU DEPLOIEMENT STRATEGIQUE

## 4) Plan des ressources humaines.....

- 1) Chaîne de valeurs
- 2) Organigramme
- 3) Politique de rémunération
- 4) Communication
- 5) Fiche synoptique
- 6) Immobilisations

- 7) Frais d'établissement
- 8) Besoin en fonds de roulement
- 9) Cout global du projet

**5) Plan financier.....**

Investissement

Résumé

Cout

**6) Annexe**

nubian family

## **Première partie : l'entreprise et les promoteurs**

### **Le projet**

Notre projet est axé dans le domaine de l'imprimerie et de l'infographie.

Cela s'explique par le fait que les particuliers comme les entreprises accordent une grande importance aux supports de communication.

Nous sommes donc chargés de leur fournir des produits qui répondent parfaitement à leurs attentes. Ce marché est très porteur et demande des capacités énormes en termes d'investissement.

### **Statut juridique**

Notre entreprise est une S.A.R.L c'est à dire une société d'une nature juridique mixte qui emprunte ses caractères tant aux sociétés de personnes qu'aux sociétés de capitaux. Elle accorde une place importante à l'identité de ses associés.

Nous avons choisi ce statut juridique parce que la responsabilité des associés est limitée à leurs apports ; la structure évolutive facilite le partenariat et il y a la possibilité pour le dirigeant d'avoir la couverture sociale des salariés.

### **Localisation**

Nous avons choisi de nous implanter à la VDN pour diverses raisons. D'abord pour sa facilité d'accès, ensuite la circulation y est parfaitement fluide de ce fait nos clients pourront nous trouver très facilement.

Enfin, notre dernière raison est que c'est une zone en construction ; plusieurs entreprises y sont installées ce qui va nous permettre d'être proche de nos clients potentiels et de les accrocher d'une manière efficace.

### **Description du projet**

Notre projet porte sur une entreprise d'imprimerie et d'infographie. Nos activités seront réparties suivant deux domaines. Dans le domaine de l'imprimerie, nous aurons à confectionner des tee-shirts des banderoles des affiches des journaux et magazines. Et dans le domaine de l'infographie nous serons dans la confection des logos, des badges, des cartes de visite et invitations, des flyers et des enseignes lumineuses.

### **Justification et motivation du choix du projet**

Le besoin de communication des entreprises et des particuliers s'accroît au fur à mesure du développement de leurs activités. Nous avons choisi l'imprimerie et l'infographie pour participer à la satisfaction de ce besoin en y apportant notre touche personnelle.

Mais aussi il y a la passion du design, l'envie d'innover autant de raisons qui justifient notre présence dans ce marché.

## Présentation des promoteurs

### Kabiné Kaba Laye :

Kabiné kaba laye, est âgé de 24ans, titulaire d'un bac L2 option histoire, géographie, philosophie, français.

Il a le bon sens de l'organisation, de l'écoute et de la négociation, et porteur d'idées.

Dans le groupe il pourra apporter son expérience en business plan pour l'avoir une fois fait.

Il pourra aussi apporter son savoir faire en organisation dans le projet, en effet ayant effectué deux mois de stage au service régional d'appui au développement local en tant que chargé des rapports des activités et de la sensibilisation en milieu rural, il a su acquérir quelques bases en montage de projet.

### Adja Maguette Ndiaye :

Adja Maguette est étudiante en deuxième année en administration des affaires. Elle des notions de base en marketing (donner conseils en vente, améliorer le chiffre d'affaire), en informatique.

Elle a eut à manager un petit groupe d'étudiants. Elle est dynamique, convaincante et active.

Elle pourra faire des études de marché pour le projet pour notre positionnement, donner des stratégies à adopter

### Poholo Bouloudy Alidaz Cadie :

Poholo Bouloudy Alidaz Cadie, née à BAKOUMBA au GABON est âgée de 24 ans. Elle est célibataire sans enfant et est inscrite en 2<sup>ème</sup> année en administration des affaires à IAM (Institut Africain de Management).

Détentriche d'un baccalauréat ES option sciences économique et social, dont les dominantes sont l'économie, le français et les mathématiques, elle a aussi des connaissances en gestion des ressources humaines, en marketing et en droit.

Elle a participé à des ateliers d'amélioration de performance, dans lesquelles elle a développée le sens du travail en équipe, de l'organisation et de l'anticipation.

Elle est très rigoureuse, dynamique, motivée, et accorde beaucoup d'importance au travail en équipe.

L'expérience significative qu'elle a acquise en ateliers de résolution de cas pratique, tel que l'étude de la part de marché de Radio Futurs Médias, sera d'une importance significative dans la création de notre entreprise.

KOUMBA Moussounda Jovany:

Tel: 76 7579079

E mail: [lajova1983@yahoo.fr](mailto:lajova1983@yahoo.fr)

Dans ce projet, il pourra négocier des marchés car maîtrisant des techniques d'expressions orales et écrites. Aussi, il a une force au niveau du relationnel. Il apportera son savoir faire dans le domaine du marketing et de la communication, son dynamisme et son savoir être pour la bonne marche et la réalisation de ce projet.

Guirassy boua :

Tel : 77 7087233

E mail : [guirassybouaofficiel@yahoo.fr](mailto:guirassybouaofficiel@yahoo.fr)

Actuellement de niveau deux en administration des affaires et préparant un bachelor, il est particulièrement intéressé par ce projet. Ayant une capacité d'ouverture aux autres, soucieux de se perfectionner, il sait s'adapter et a le sens des responsabilités, de l'organisation et de la rigueur qu'il mettra au service de l'organisation pour la bonne marche du projet.

Mayé Thioye Ndiaye :

Mayé est une jeune étudiante de 23 ans en deuxième année en administration des affaires à l'Institut Africain de Management.

Ayant obtenu un baccalauréat L2, elle a des notions en mathématiques, marketing et a quelques bases en droit pour avoir passé deux années à la faculté de Droit de l'Université Cheikh Anta Diop. Elle a le sens de l'engagement et est toujours en quête de l'excellence ce pourra mettre au profit de ce projet

## **Deuxième partie : environnement des affaires.**

Le Sénégal est un pays stable et cela rassure les investisseurs, ces deux dernières années la création d'entreprise a connu une recrudescence. Selon le dernier rapport d'activité 2000-2007 de l'APIX, le bureau d'appui à la création d'entreprise (Bce), a enregistré six mois après sa création 2454 requêtes réparties en 1109 nouvelles entreprises créées et 1346 sociétés appuyées dans les procédures de facilitation.

L'absence du capital minimum exigé et la souplesse de la fiscalité sont aussi des facteurs déterminants dans la création d'entreprise.

Il existe aussi d'autres facteurs tels que l'accès au crédit, au foncier, au conseil. Tout un package dont les porteurs de projet ont besoin dans la réalisation de leurs rêves.

Sur le plan socioculturel les consommateurs manifestent un grand intérêt pour ce qui est de l'imprimerie ou de l'infographie. En effet les entreprises se soucient de leurs identités visuelles à travers les logos, les badges et les cartes de visites et sont prêtes à payer le prix qu'il faut en conformité avec leurs attentes.

La situation de l'impression numérique au Sénégal du point de vue de la technologie peut impacter défavorablement notre projet. L'apparition de copieurs numériques capables de reproduire 30 à 49 pages par minute, ainsi de plus en plus d'entreprises peuvent réaliser des documents couleurs eux-mêmes alors qu'auparavant elles devaient faire appel à un sous-traitant imprimeur ou un atelier de reprographie.

Cela représente un gain financier et temporel très fort pour les entreprises et une perte énorme pour les professionnels du secteur.

Parlons maintenant de la question écologique. Dans une imprimerie les émissions de COV c'est-à-dire de composés organiques volatils dans la salle des machines constitue un risque majeur pour l'environnement.

Pour faire face à cette situation le gouvernement a mis sur pied une politique pour sensibiliser les entreprises à l'importance de la réduction des émissions de COV et par ailleurs, à les aider dans cette tâche.

## Troisième partie : PLAN MARKETING

### I/ ANALYSE DE LA SITUATION MARKETING

#### 1/ Analyse externe

- **La demande**

Les sénégalais sont particulièrement sensible à la publicité .Ce secteur connaît donc une forte croissance dans l'ensemble des domaines économique du pays. La publicité est un moyen de communication routes ou sur qui utilise plusieurs supports. Parmi ces supports, le panneau d'affichage urbain très apprécié. Dans toutes les villes du pays, au bord des routes ou sur les grands édifices, différents formats d'affiches touchent un grand public. C'est ce qui favorise la croissance de la demande dans le secteur de l'impression numérique au Sénégal.

Notre demande est particulièrement constituée des personnes que résident dans la zone de Dakar. Ce sont les entreprises, les hôtels, les restaurants, les écoles, les particuliers.

- **Segment de marché**

Le secteur des technologies de l'information et de la communication participe au moins à hauteur de 6 % dans la formation du PIB au Sénégal. Dans la mise en œuvre de stratégie de la croissance accélérée initié par le gouvernement de la république, le secteur des technologies de l'information et de la communication est identifié comme l'un des principaux moteurs du développement économique national.

Nous considérons donc que c'est un secteur qui est porteur de forte croissance, capable de créer un effet d'entraînement sur l'économie nationale. Nous nous sommes situés principalement dans le secteur de l'impression numérique.

- **La concurrence**

Le marché de l'impression numérique au Sénégal est très courtisé . Des entreprises tels que Label Print Communication, Polykrone , Graphipub , sont des leaders sue ce marché . En alliant tradition et modernité, elles sont très rapidement devenues sur le Sénégal, grâce à une dynamique de performance, les leaders des techniques quantitatives et qualitatives de l'impression numérique. Sur ce segment de marché très particuliers, le niveau d'investissement



est très élevé.

Il est important d'avoir des outils de production haut de gamme, tels qu'IGen3, HP Indigo, Nexpress, et Xeikon, pour s'imposer dans le marché. Quant tenu de l'évolution de la technologie, ces outils deviennent de plus en plus coûteux. D'où la nécessité de disposer des moyens financiers colossaux, pour pénétrer le marché.

Il faut noter que plusieurs produits se substituent à l'impression numérique. Nous pouvons citer la télévision, la radio, les campagnes de sensibilisations et les campagnes promotionnelles et aussi l'internet. En effet se sont des produits de substitutions car, à travers eux, il est possible de communiquer une information et de faire de la publicité.

- **Les consommateurs**

Nos consommateurs sont très exigeants avec la qualité et les délais des produits que nous leurs offrons. Il est parfois difficile de définir clairement leurs attentes. C'est pour quoi, il est important de se rapprocher d'eux afin de savoir ce dont ils ont réellement besoin.

Ce rapprochement crée chez le consommateur, un sentiment d'importance vis-à-vis de l'entreprise. De plus il permet à l'entreprise de savoir ce qu'il faut qu'elle produise exactement.

## **2/ Analyse interne**

- **Swot**

Pour nous aider à définir notre stratégie de développement, il est important de faire une étude des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces de notre projet. Le but est de prendre en compte dans la stratégie, à la fois les facteurs externes et internes, en maximisant les potentiels des forces et des opportunités, et en minimisant les effets des faiblesses et des menaces.

C'est dans cette optique que nous analyserons dans un premier temps nos forces et nos faiblesses, puis dans un second temps, nous évoquerons les opportunités et les menaces.

Concernant les forces nous pouvons citer, l'utilisation d'une nouvelle technologie, l'observation, création d'une nouvelle entreprise. Ces éléments sont nos forces car ils nous permettent de prendre l'avantage sur le marché, d'anticiper sur les décisions de nos concurrents tout en apportant de nouvelles idées.

Toutefois, le manque d'expérience la limitation de moyen, et l'état embryonnaire de notre structure, sont nos faiblesses.

Après avoir fait l'état de nos forces et faiblesses, parlons des opportunités et des menaces.

Comme dans toutes entreprises, il existe des possibilités extérieures positives, dont on peut éventuellement tirer parti et des obstacles ou limitations extérieures, qui peuvent empêcher ou limiter le développement de l'activité.

Dans notre cas nous pouvons citer comme opportunités, le besoin de communication des entreprises et des particuliers.

En effet, le Sénégal est un pays stable et cela rassure les investisseurs. Ces deux dernières années, la création d'entreprise a connu une recrudescence. Selon le dernier rapport d'activités 2000 – 2007 de l'APIX, le bureau d'appui à la création d'entreprise a enregistré six mois après sa création 2454 requêtes repartis en 1109 nouvelles entreprises créées et 1346 sociétés appuyées dans les procédures de facilitation.

Toutes ces entreprises éprouvent le besoin de se faire connaître, et de communiquer avec la clientèle. Ce qui constitue une opportunité pour nous.

Cependant, la concurrence et les produits de substitutions sont le contenu de nos obstacles.

- **Avantages distinctifs**

Le marché sur lequel nous comptons nous implanté est très saturé. Des entreprises leaders qui ont atteint une très grande maturité et notoriété tel que Label Print Communication, Gravi pub ... dominent le marché.

C'est pour quoi il est nécessaire pour une nouvelle entreprise comme la notre de disposer des avantages qui nous distinguent d'elles, pour acquérir une bonne part de marché afin de nous imposer.

Les avantages distinctifs de TOTEM GRAPHIC sont les suivants :

- ✓ Les nouveaux services offerts
- ✓ La logistique
- ✓ L'utilisation des nouvelles technologies

## **II/ LA DETERMINATION DES OBJECTIFS ET LES STRATEGIES MARKETING**

Voulant s'imposer dans le marché de l'impression numérique, TOTEM GRAPHIC s'est fixé des objectifs à atteindre. Ces objectifs lui permettront entre autre d'appliquer et d'évaluer ces stratégies de développement.

### 1/ Les objectifs marketings

Dans un contexte d'internationalisation et de compétition, nous voulons occuper un rang d'élite. C'est dans ce sens que nous nous sommes fixé des objectifs de ventes et de part de marché.

- **Les objectifs de ventes**

Nos objectifs de ventes se résument comme suit :

Cartes de visite	10 000
Tee-shirts	100 000
Banderoles	2 000
Affiches	100
Logos	200

- **Les objectifs de part de marché**

Nos objectifs sont les suivant :

produits	quantité	Prix unitaire	montant
Carte de visite	10 000 (par lot de 100)	25 000	2 500 0000
Tee shirt	100 000	1 100	110 000 0000
Banderoles	2 000	75 000	150 000 0000
Affiches	100	250 000	25 000 0000
Logos	200	30 000	6 000 0000
total			293 500 0000

- **Total des ventes sur le secteur: 12milliards**  
**Notre part de marché: 2,44%**

## **2/ Stratégies marketings**

Dans le souci de mieux développer notre activité et de satisfaire les besoins des consommateurs nous avons procédé à une segmentation et avons choisit un positionnement

- **Segment ciblé**

Notre cible est constituée des entreprises, des particuliers, des associations culturelles et sportives et des ONG.

Notre choix est tourné vers cette cible, car elle est celle, pour nous qui tous les jours éprouve le besoins de faire véhiculer un message.

- **Positionnement**

Pour satisfaire toutes les couches sociales, nous avons choisis de faire du bas de gamme et du haut de gamme.

Bas de gamme pour les personnes détentrices des revenus faibles ou moyens. Et haut de gamme pour les passionnés du luxe.

Tous ceci rentrant dans une optique de qualité prix.

### **3/ Affectation des ressources**

Etant donné que nous voulons nous classer dans les rangs des professionnelles et d'élites, nous avons décidé pour mieux développer notre activité, de mettre en place des équipes qui veilleront à l'application, à l'élaboration et au développement des stratégies d'évolution de notre activité.

- **L'équipe marketing**

Pour faire connaître et faire apprécier le produit à notre clientèle, TOTEM GRAPHIC, a mis en place une équipe marketing composé de 5 membres à savoir :

- ✓ Le directeur marketing
- ✓ Le responsable des ventes
- ✓ Le chargé de la communication
- ✓ Le chef produit

- **Le budget marketing**

Notre budget marketing est basé sur la télévision, la radio, et la presse écrite walfadjiri. Il se présente de la manière suivante :

	Fréquence	Durée	Période	TOTAL
Télévision	3/ semaines	1 mois	7h-20h(65000) 20h-00h(100000)	1980000
Radio	12 diffusions par jours toute la semaine	2 semaines	Chaque 30 minute	1785000
Presse écrite	1/16 de page	2 semaines	Lundi et vendredi	2548000
TOTAL				6 313 000

#### 4/ Détermination des objectifs et des stratégies de chaque élément du marketing mixte

Pour veiller à ce que notre produit puisse être accessible à toute notre clientèle, nous nous sommes fixés des objectifs et des stratégies pour le produit, pour le prix et pour la distribution.

- **Objectifs et stratégies du produit**

Nous voulons que le produit de TOTEM GRAPHIC soit connu accepté et apprécié, afin de lui donner une place dans le marché. Pour y parvenir nous avons décidé de faire de ce produit de faire de TOTEM GRAPHIC une image de marque. C'est pour cela que dès notre ouverture des portes nous nous attèlerons à faire de notre produit, un produit de qualité. En effet la qualité est un élément essentiel et important lorsque qu'on veut s'imposer dans marché.

- **Objectifs et stratégies prix**

Lorsqu'on rentre dans un nouveau secteur, la chose qui nous semble la plus importante et nécessaire, c'est de connaître les leaders du secteur. Il faut faire une étude de son fonctionnement, autrement dit une étude portant sur ces forces, ces faiblesses etc. Ce qui permettra par la suite de prendre des décisions.

C'est dans cette même optique que nous nous lancerons. Nous nous alignerons, après avoir fait une étude des prix de nos concurrents.

- **Objectifs et stratégies de distribution**

Nous respecterons les délais de livraison du produit. De plus il sera disponible à tous moment, afin que la demande augmente.

## **5/ MISE EN ŒUVRE OU DEPLOIEMENT STRATEGIQUE**

- **Les activités marketing**

Les différentes activités que nous avons prévues sont les suivantes :

- ✓ Publicité radio et télévision
- ✓ Affiches
- ✓ Sponsoring des associations culturelles et sportives
- ✓ Organisations de la journée porte ouverte
- ✓ Campagne de promotion
- ✓ Participation à des émissions télévision et radio

Ces activités nous permettrons de nous faire connaître et d'être toujours en contact avec nos clients.

- **Détermination des responsabilités de l'unité marketing**

Les membres de l'unité marketing auront pour rôle de :

- **Directeur marketing** : il se chargera d'élaborer et de proposer à la direction générale, la politique commerciale de l'entreprise. Il déterminera aussi les orientations stratégiques, les objectifs à atteindre et les moyens à mettre en place, après analyse et évaluation des différentes composantes du marché. Il anime coordonne et contrôle, avec ses collaborateurs les activités de conception et de mise en œuvre nécessaire au

développement sur le marché des biens ou des services proposés.

- **Chef produit** : il participe à la détermination des objectifs de produit dont il est responsable (coûts, délais, qualité, et quantité). Il organise, met en œuvre optimise et suit la fabrication en fonction de ces objectifs. Il contribue à l'élaboration de la politique d'évaluation des moyens de production et l'amélioration des produits et des procédés. Il assume des responsabilités techniques variables selon les quantités produites. Il anime et dirige des équipes, et gère le budget.
- **Chargé de la communication** : Il développe la création, la qualité et la cohérence des formes et des contenus de communication interne ou externe, au service de la stratégie fixé par la direction. Conçoit ou met en œuvre tous moyens actions réseaux de communication visant à faciliter les relations de l'entreprise avec son environnement. Il réalise l'ensemble des activités techniques de communication.
- **Responsable des ventes** : Il contrôle et coordonne les activités de vente .il gère le portefeuille client

- **Coordination des activités**

Nous aurons des activités journalière, mensuel, hebdomadaire et semestriel.

Tous les jours nous confectionnerons et distribuerons le produit. Chaque semaines, tous les servies présenterons leurs bilan d'activités, il y aura une redéfinition des objectifs de la semaine, et une réunion administrative. Chaque mois il y aura encore une fois le bilan des activités, la présentation des rapports d'activités et une réunion administrative. Et enfin toute les fins d'années le conseil administratif se réunira, nous aurons l'organisation d'un dîner de galla et des actions sociales et humanitaire.

- **Calendrier des activités**

Le calendrier se présente de la manière suivante :

Activités	Périodes



Publicité télé et radio	Aout
Affiches	Aout Septembre
Sponsoring	Juillet Aout Septembre
Journée porte ouverte	Janvier Avril Aout
Compagne de promotion	Janvier Mars Février Aout
Emissions télé et radio	Chaque fin de mois

- **Plan de rechange**

Pour faire face aux imprévus, nous avons prévu de :

- ❖ Tisser des partenariats avec le CNG, et ODECAV
- ❖ Augmenter le nombre de spot

## **Plan des ressources humaines**

### **Chaîne des valeurs**

Approvisionnement    Production    logistique externe    Commercialisation et vente

- Approvisionnement : ce sont les achats des moyens de production c'est-à-dire tout ce qui entre dans le processus de production de nos différents produits.
- Production : elle concerne la transformation des moyens de production en produits finis (y compris l'entretien des machines, l'emballage, le contrôle de qualité)
- Logistique externe : c'est le stockage et la distribution physiques des produits aux clients.
- Commercialisation et vente : activités associées a la fourniture des moyens par lesquels les clients peuvent acheter le produit et sont incités à le faire, comme la publicité, la promotion, la force de vente, la sélection des circuits de distribution, les relations avec les distributeurs et la fixation des prix.

hubblian family

Organigramme



Le directeur générale

Assistante  
du DG

DMC

DAF

• Production

**Marketing**

**Comptabilité**

**Impression  
Numérique**

**Commercial**

**Approvisionnement**

**MultiMedia**

Le directeur général :

Il est chargé de concevoir la stratégie générale et la vision de l'entreprise. Il est également de représentant juridique de l'entreprise.

Niveau : Bac+5

Expérience : 3ans

Salaire : 1 000 000f

L'assistante du directeur général :

Collaboratrice du chef d'entreprise, elle est en relation avec tous les services de l'entreprise. Pouvant avoir des missions de communication, elle prépare et suit certains dossiers avec une réelle autonomie. Elle représente son supérieur auprès d'autres services de la société ou a l'extérieur de l'entreprise.

Niveau : Bac+3

Expérience : 2ans

Salaire : 250000f

Directeur marketing et commercial :

Définit la stratégie commerciale et/ou marketing avec la direction générale. Il est responsable de l'ensemble des activités de vente, marketing et publicité. Il travaille en étroite relation avec le directeur financier et le chef production.

Niveau : Bac+4  
Expérience : 3ans  
Salaire : 450 000

Chargé de la prospection et des ventes :

Il participe à la coordination des activités de vente et de prospection. Il renseigne les clients sur les caractéristiques des produits.

Formation, école de commerce  
Salaire, 350 000

Responsable marketing :

Il est chargé d'élaborer les documents relatifs aux différentes études de marché de l'entreprise ; il travaille en étroite collaboration avec le directeur commercial et marketing pour la définition des stratégies marketing.

Niveau : Bac+3  
Salaire : 350 000f

Directeur administratif et financier :

Il assure les relations avec les apporteurs de fonds, prépare le budget et suit son exécution en collaboration avec le contrôleur de gestion. Il sera aussi chargé de la gestion du personnel.

Niveau : Bac+5  
Expérience : 3ans  
Salaire : 700 000f

Responsable comptabilité :

Il est chargé des travaux d'écriture, de pointage et de ventilation sur plusieurs comptes.

Niveau : Bac+3  
Salaire : 350 000f

Chargé du personnel et de l'approvisionnement :

Il est responsable de toutes les activités concernant la gestion du personnel.

Il détermine les besoins en matières premières en collaboration avec le département production. Il gère aussi les relations avec les fournisseurs.

Niveau : Bac+3  
Expérience : 2ans  
Salaire : 300 000f

Chef production :

Il est responsable de la coordination générale des activités de production de l'entreprise.

Niveau : Bac+3  
Expérience : 2ans  
Salaire : 350 000F

Le reprographe :

Salaire : 200 000f

L'infographe :  
Salaire : 200 000f

Le vigile :  
Salaire : 50 000f

Technicienne de surface :  
Salaire : 30 000F

## **Communication**

La communication interne de notre entreprise fonctionne suivant trois axes notamment la communication descendante à travers des outils comme les babillards et intranet. Pour ce qui est de la communication ascendante, elle s'effectuera à travers les réunions, les rapports et comptes-rendus. Et enfin pour notre communication transversale l'accent a été mis sur les dîners afin d'instaurer un climat favorable pour le bon fonctionnement du travail.

## **Fiche synoptique**

Poste	Niveau	Salaire mensuel	total
Directeur générale	Bac+5	1 000 000	6 000 000
Assistante du DG	Bac+3	250 000	1 500 000
Directeur Marketing et commercial	Bac+4	450 000	2 700 000
Responsable Marketing	Bac+3	350 000	2 100 000
Chargé de la vente et de la prospection	Bac+3	350 000	2 100 000
DAF	Bac+5	700 000	4 200 000

<b>Responsable comptabilité</b>	<b>Bac+4</b>	<b>350 000</b>	<b>2 100 000</b>
Approvisionnement	Bac+3	300 000	1 800 000
Chef production	Bac+4	350 000	2 100 000
Reprographe		200 000	1 200 000
Infographe		200 000	1 200 000
Technicienne de surface		30 000	180 000
Vigile		50 000	300 000
<b>TOTAL</b>			<b>27 480 000</b>

### Les immobilisations

Quantité	désignation	Prix unitaire	Prix total
10	Ordinateur P4	180 000	1 800 000

01	Imprimante HP4355	115 000	115 000
01	Logiciel illustrator	558 350	558 350
01	Imprimante numérique textile Brother GT-541	11 696 750	11 696 750
04	Table ministre GE 160 + caisson mobile	270 000	1 080 000
10	Fauteuils direction	60 000	600 000
02	Chaises secrétaire	35 000	70 000
10	Meuble de rangement	160 000	1 600 000
01	Vidéo projecteur	400 000	400 000
01	Tableau blanc mural	150 000	150 000
01	Groupe électrogène	10 000 000	10 000 000
05	Véhicules	3 000 000	15 000 000
Total			43 070 000

### Frais d'établissement

<b>Notaire</b>	<b>350 000</b>
Frais d'aménagement	1 000 000
Tout type de frais non Récurrent	50 000
<b>TOTAL</b>	<b>1 400 000</b>

### Besoin en fond de roulement

<b>Salaire</b>	<b>27 480 000</b>
Energie	2 100 000
Télécommunication	300 000
Assurance	2 500 000 par ans
Marketing	7 413 800
Loyer	2 700 000
Carburant	220 500
<b>TOTAL</b>	<b>42 714300</b>

### Coût global du projet

<b>Immobilisation</b>	<b>43 070 000</b>
Besoin de fond de roulement	42 743 808
Frais d'établissement	1 400 000
<b>Total</b>	<b>87 213 808</b>



Apports des promoteurs: 30% du coût global

26 164 142f

## Plan financier

### I/ Investissement :

<u>DETAIL DE L'INVESTISSEMENT</u>	<u>Coût (en millions Fcfa)</u>			
	<u>Devise</u>	<u>PHASE I</u> <u>Local</u>	<u>Total</u>	<u>%</u>
				100%
<b>1. TERRAIN</b>				
Terrain (8411m2)	-	-	-	0%
Loyer	-	-	-	0%
<b>Sous-total</b>	-	-	-	0,0%
<b>2. Equipements de production</b>				
Groupe électrogène 100 Kva		10 000 000,00		
Groupe électrogène 185 Kva		-	-	
Disperseur DM 50		-	-	
Disperseur DM 25		-	-	
Disperseur Mural 10 CV (3)		-	-	
Tamis Vibrant		-	-	
<b>Sous-total</b>	-	<b>10 000 000,00</b>	-	0,0%

**EQUIPEMENTS ET MATERIEL DE BUREAU**

3. Matériel et mobilier de bureau	3 500 000,00	3 500 000,00		
Matériel informatique	2 873 350,00	2 873 350,00		
	-	-		
	-	-		
<b>Sous-total</b>	<b>-</b>	<b>6 373 350,00</b>	<b>6 373 350,00</b>	11,5%
4. <b><u>VEHICULES</u></b>				
Camions	-	-		
véhicules de service	15 000 000,00	15 000 000,00		
	-	-		
<b>Sous-total</b>	<b>-</b>	<b>15 000 000,00</b>	<b>15 000 000,00</b>	27,1%
5. <b><u>IMPREVUS (10%)</u></b>	<b>-</b>	<b>3 137 335,00</b>	<b>3 137 335,00</b>	5,7%
6. <b><u>FRAIS D'ETABLISSEMENT</u></b>				
Frais d'installation machines de production	1 000 000,00	1 000 000,00		
Frais financiers intercalaires	50 000,00	50 000,00		
Frais pré-opérationnels (contact clients et partenaires)	-	-		
Frais d'actes	350 000,00	350 000,00		
<b>Sous-total</b>	<b>-</b>	<b>1 400 000,00</b>	<b>1 400 000,00</b>	2,5%
7. <b><u>FONDS DE ROULEMENT</u></b>	<b>-</b>	<b>29 338 162,83</b>	<b>29 338 162,83</b>	53,1%
Total investissements corporels	2 920 500,0	34 510 685,00	24 510 685,00	44,4%
Total investissements incorporels	39 793 800,0	30 738 162,83	30 738 162,83	55,6%
<b>TOTAL DES INVESTISSEMENTS</b>	<b>42 714 300,0</b>	<b>65 248 847,83</b>	<b>55 248 847,83</b>	100%

**II/ Cout du projet :**

**COUT DU PROJET**

(en millions XOF)

	<u>Phase 1</u>	<u>%</u>	
Frais d'établissement	1 400 000	1,55%	
Terrain et construction bâtiment	-	0%	
Equipement de Production	24 570 100	27%	69,5
Equipement et materiel de bureau	3 500 000	4%	
Véhicules	15 000 000	17%	
Imprévus (10%)	<u>3 137 335</u>	<u>3%</u>	188
Total immobilisations	47 607 435	53%	
Fonds de roulement	42 714 300	47%	
<b>Coût total du projet</b>	<b><u>90 321 735</u></b>	<b><u>100%</u></b>	

100,1

**PLAN DE FINANCEMENT**

(en millions Fcfa)

	<u>Montant</u>	<u>%</u>	<u>%</u>	
<b>Sources de fonds</b>				22,5
Promoteur		0%		77,5
Apport en nature		0%		13,8
Subvention FCPC		0%		86,2
<b>Total capitaux propres</b>	<b>26 155 290</b>	<b>29%</b>		
Emprunt moyen terme	64 166 445			
<b>Total emprunts</b>	<b>64 166 445</b>	<b>71%</b>		72,81
<b>Total Financement</b>	<b><u>90 321 735</u></b>	<b><u>100%</u></b>		0,1363636
				13,636364

**III/ Résumé :**

	(millions Fcfa)						
	<u>An0</u>	<u>An1</u>	<u>An2</u>	<u>An3</u>	<u>An4</u>	<u>An5</u>	<u>An6</u>
<b>Comptes d'Exploitation et de Trésorerie</b>							
Chiffres d'Affaires (CA)		510 000	586 500	703 800	879 750	1 099 688	1 264 641
Résultat Net		- 24 140 066	- 14 237 977	-13 334 834	- 12 334 686	-11 189 200	- 1 454 303
Capacité d'Autofinancement		- 15 526 046	- 5 623 957	- 4 720 814	- 3 720 666	- 2 575 180	- 1 454 303
Remboursement Emprunts		-	10 100 423	11 312 474	12 669 970	14 190 367	15 893 211
Trésorerie dégagée		13 897 802	- 15 703 312	-16 051 728	- 16 415 893	-16 849 266	- 17 298 494
Trésorerie cumulée		27 273 939	11 570 627	- 4 481 101	- 20 896 994	-37 746 260	- 55 044 753

**Bilans**

Total Actif	91 681 906	66 447 832	42 125 072	17 494 424	- 7 492 480	-32 921 286	- 50 180 477
Immobilisations brutes	47 607 435	47 607 435	47 607 435	47 607 435	47 607 435	47 607 435	47 607 435
Immobilisations nettes	47 607 435	38 993 415	30 379 395	21 765 375	13 151 355	4 537 335	4 537 335
Actif CT	44 074 471	27 454 417	11 745 677	- 4 270 951	- 20 643 835	-37 458 621	- 54 717 812
Dettes CT	1 360 171	10 366 586	11 594 277	12 968 433	14 506 581	16 160 187	- 371 853
Dettes MT	64 166 445	54 066 022	42 753 548	30 083 578	15 893 211	0	0
Capitaux propres	26 155 290	2 015 224	- 12 222 753	-25 557 587	- 37 892 272	-49 081 473	26 155 290

**Ratios**

Résultat net /CA (%)		-4733,3%	-2427,6%	-1894,7%	-1402,1%	-1017,5%	-115,0%
Fonds propres / Passif	29%	3%	-29%	-146%	506%	149%	-52%
RC=Actif CT/Passif CT		2,6	1,0	-0,3	-1,4	-2,3	147,1
Résultat net /actif immobilisé		-61,9%	-46,9%	-61,3%	-93,8%	-246,6%	-32,1%
Résultat net/Fonds propres		-1197,9%	116,5%	52,2%	32,6%	22,8%	-5,6%
Taux de couverture de la dette		-1,0	0,1	0,1	0,1	0,1	-0,1
Taux de rentabilité interne						#NOMBRE!	

nubbian family

# ANNEXES

- Curriculum vitae des promoteurs
- Plan financier

## Curriculum vitae

Ndiaye Mayé Thioye

Sicap Liberté V n°5361/G

Tel : 77 636 20 10

E-mail : [mayethioy@hotmail.fr](mailto:mayethioy@hotmail.fr)

Age : 23 ans

Nationalité : sénégalaise

### Formations :

2006-2007 : Première année **UCAD Faculté de Droit**

2007-2008 : Bac+1 en administration des affaires à l' **I.A.M**

2008-2009 : Bac+2 en administration des affaires à l' **I.A.M**

### Expériences significatives :

J'ai acquis une expérience significative dans des ateliers d'amélioration et de performance

Monter un projet d'imprimerie et d'infographie avec 05 autres étudiants

Travailler en équipe

Se fixer des objectifs

### Langues :

Français très bon niveau

Anglais passable

Nom : KOUMBA MOUSSOUNDA

Prénom : Jovany

E mail : [lajova1983@yahoo.fr](mailto:lajova1983@yahoo.fr)

Tel :(+221) 76 7579079

Immeuble 749 Niary Tally

#### Formation et diplôme

2006 : Obtention du Baccalauréat

2006 2007 : Passage au département d'histoire et archéologique a l'université Omar Bongo

Je suis de niveau bac+2 et je prépare un bachelor en administration des affaires à l'institut africain de management (IAM Dakar)

#### Expérience en coopérative et amicale scolaire

2000 : SG adjt coopérative c.e.s Léon Mboumba

2002 : Chargé de l'organisation coopérative c.e.s Bruno Bokoko

2005 : SG de la coopérative du collège évangélique de Melen

2008 : Membre de la commission organisation de l'AGE IAM

Membre du comité de pilotage St Louis 2008

2009 : Vice-président de l'AEG

Participation a des ateliers d'amélioration de performance et résolution de cas notamment en marketing, communication, management de soi, attitude de management.

Bonne maîtrise des techniques de communication orales et écrites.

GUIRASSY  
BOUA  
Sotrac mermoz 55A  
TEL : 77 7087233  
Email : [guirassybouaofficiel@yahoo.fr](mailto:guirassybouaofficiel@yahoo.fr)

#### Expériences professionnelles

2006 2007 : Management d'une équipe de deux personnes spécialisées  
dans la fabrication et le montage de faux plafonds décoratifs

#### Formation

2007 2009 : deuxième année en administration des affaires à l'Institut Africain de Management  
(IAM)

#### Centres d'intérêts

Cinéma

Lecture

nubian family



**Kabiné kaba laye**

**Adresse :** Gorée rue des donjons

**Tel :** 77 550 99 54

**E-Mail :** [kaba.laye@gmail.com](mailto:kaba.laye@gmail.com)

**Age :** 24ans

**Nationalité :** Sénégalaise

**Langues d'usage professionnel :**

Français, anglais, wolof, pular, bambara

**-Voyages et Cultures :** Kédougou  
(Immersion dans la culture Bassari)

Niveau : Bac2 en Administration des Affaires

-Expérience Significative en Bureautique.

-Bon Sens du Travail en équipe,

- des Responsabilités.

Formation :

Je termine la troisième année du Master Spécialisé option gestion des ressources humaines (à IAM Dakar) :

-droit des affaires

-gestions des organisations

-droit du travail

- efficacité personnelle

- Business English.

Outre ces matières, je suis appropriée en technique de communication, relation Internationale, business plan.

-Baccalauréat L2 en Juillet 2006 dont les dominantes sont : l'Histoire, la Géographie, le Français et la Philosophie.

Expérience Significative :

Chargée des relations extérieur (amical des élèves et étudiants goréens) qui constitue une initiative très intéressante qui permet de :

-développer ces capacités orales,

- à la prise de décision,

-à développer mon bon sens en négociation

J'ai effectué deux mois de stage au service régional d'appui au développement local

Amélioration des performances

Au sein des ateliers d'attitudes management (IAM 2006-2009) qui m'a permis de savoir comment :

- s'organiser pour mieux gérer son job

- Conduire une réunion

- Manager une petite équipe.

Au sein des ateliers d'Analyse Financières

Niarry Tally usine 749 DAKAR /Senegal  
Tel: +221 76 289 099 7  
Email : [alidazcadie@yahoo.fr](mailto:alidazcadie@yahoo.fr)

## CURRICULUM VITAE

- Formations :

2008-2009	Institut Africain de Management (tronc commun)
2007-2008	Institut Africain de Management (tronc commun)
2006-2007	Baccalauréat B (lycée Henri Sylvos Moanda / Gabon)

- Expériences significatives :

Du 16/03/09 au 20/03/09

Promo Consulting, DAKAR /Sénégal (structure spécialisée dans le marketing, la communication et l'événementiel)

- Etude des stratégies marketing de l'entreprise

Du 15/05/08 au 15/06/08

Radio Futurs Médias (DAKAR /Sénégal)

- Etude de part de marché

- Projets réalisés :

- Etude et réalisation d'un projet de création de centre d'apprentissage et d'insertion des Talibés (DAKAR/Sénégal)

- Etude et réalisation d'un projet de création d'une entreprise d'imprimerie et d'infographie (DAKAR/Sénégal)

- Connaissances :

- Management des entreprises

- Gestion des Ressources Humaines

- Marketing

- Comptabilité générale, analytique et des sociétés

Connaissances informatiques : Word, Excel, PowerPoint

Langues : Français : lu, écrit, et parlé

Anglais, Espagnol, Japonais et Chinois : notion de base

Divers : Lecture, musique, détente

## Curriculum vitae

Ndiaye

Adja Maguette

Age : 23 ans

Situation matrimoniale : mariée

Adresse : HLM grand Yoff n°1254

Email : [max86@live.fr](mailto:max86@live.fr)

Tel : 77 443 59 36

Formations :

En cours : 2<sup>ème</sup> année en administration des affaires (I.A.M)

2008- 2007 : 1<sup>ère</sup> année en administration des affaires (I.A.M)

2006- 2007 : Baccalauréat au lycée Ngalandou Diouf

Domaines de connaissances :

Marketing

Comptabilité

Commerce

Technique de vente

Aide à la prise de décision

Informations complémentaires :

Immersion Mbour

Loisirs :

Voyages

Lecture, jeu d'esprit

Langues :

Français : convenable

Anglais : courant

# Plan financier

## Besoin en fonds de roulement

### **BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT**

(en millions FCFA)

	<i>Hyp</i>	<b>An1</b>	<b>An2</b>	<b>An3</b>	<b>An4</b>	<b>An5</b>	<b>An6</b>	<b>An7</b>	<b>An8</b>
<b>COMBIEN DE MOIS</b>									
Clients (2 mois)	2	85 000,0	97 750,0	117 300,0	146	183	210	242	
Stocks Matières premières (3 mois)	3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Stocks Produits Emballages (3 mois)	3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Sous/Total</b>		<b>85 000,0</b>	<b>97 750,0</b>	<b>117 300,0</b>	<b>146</b>	<b>183</b>	<b>210</b>	<b>242</b>	
<b>Charges</b>									
Assurance (12 mois)	12	2 500 000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Frais divers de gestion (2 mois)	2	633 333,3	52 500,0	57 750,0	63 525,0	69 877,5	76 865,3	84 551,8	93 007,0
Salaires (6 mois)	6	27 480 000,0	30 228,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Sous/Total</b>		<b>30 613 333,3</b>	<b>82 728,0</b>	<b>57 750,0</b>	<b>63 525,0</b>	<b>69 877,5</b>	<b>76 865,3</b>	<b>84 551,8</b>	<b>93 007,0</b>
<b>Dettes</b>									
Fournisseurs (30 jours)	30	1 360 170,5	266 162,9	281 803,0	298	316	266	355	
<b>Sous/Total</b>		<b>1 360 170,5</b>	<b>266 162,9</b>	<b>281 803,0</b>	<b>298</b>	<b>316</b>	<b>266</b>	<b>355</b>	
<b>Total BFR Net</b>		<b>29 338 162,8</b>	<b>-85 684,9</b>	<b>-106 753,0</b>	<b>-88 312,6</b>	<b>-63 055,6</b>	<b>20 662,8</b>	<b>-28 357,2</b>	<b>-5 064,5</b>
<b>Variation du BFR</b>		<b>29 338 162,8</b>	<b>-29 423 847,7</b>	<b>-21 068,1</b>	<b>18 440,3</b>	<b>25 257,0</b>	<b>83 718,4</b>	<b>-49 020,0</b>	<b>23 292,7</b>

## Dettes :

### SERVICE DE LA DETTE

(millions FCFA)

Plan de financement	<u>Montant</u>	<u>Taux d'intérêt</u>	<u>Différé</u>	<u>Remboursement</u>
fonds propres	26 155 290,0			
Emprunt moyen terme	64166445,0	12,0%	1 an	5 ans
<b>Total</b>	<b>90 321 735,0</b>			

<u>Emprunt</u>	<u>An1</u>	<u>An2</u>	<u>An3</u>	<u>An4</u>	<u>An5</u>	<u>An6</u>	<u>An7</u>
Principal	64 166 445,0	64 166 445,0	54 066 022,1	42 753 548,4	30 083 577,9	15 893 211,0	0,0
Remboursement	-	10 100 422,9	11 312 473,7	12 669 970,5	14 190 367,0	15 893 211,0	- 0,0
Intérêts	7 699 973,4	7 699 973,4	6 487 922,7	5 130 425,8	3 610 029,4	1 907 185,3	0,0
Annuité	7 699 973,4	17 800 396,3	17 800 396,3	17 800 396,3	17 800 396,3	17 800 396,3	
Solde	64 166 445,0	54 066 022,1	42 753 548,4	30 083 577,9	15 893 211,0	0,0	0,0

## Amortissements :

	<u>Taux</u>	<u>An1</u>	<u>An2</u>	<u>An3</u>	<u>An4</u>	<u>An5</u>	
Frais d'établissement	0%	-	-	-	-	-	-
Terrain	0%	-	-	-	-	-	-
EQUIPEMENT DE PRODUCTION	20%	4 914 020,0	4 914 020,0	020,0	4 914 020,0	020,0	4 914 020,0
Equipement et matériels de bureau	20%	700 000,0	700 000,0	000,0	700 000,0	000,0	700 000,0
Véhicules	20%	3 000 000,0	3 000 000,0	3 000 000,0	3 000 000,0	3 000 000,0	
<b>Total Amortissement</b>		<b>8 614 020</b>	<b>8 614 020</b>	<b>8 614 020</b>	<b>8 614 020</b>	<b>8 614 020</b>	

Amortissement cumulé

8 614 020

17 228 040

25 842 060

34 456 080

43 070 100

<u>An6</u>	<u>An7</u>	<u>An8</u>	<u>An9</u>	<u>An10</u>
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>	<u>0</u>
<u>43 070 100</u>	<u>43 070 100</u>	<u>43 070 100</u>	<u>43 070 100</u>	<u>43 070 100</u>

Chiffre d'affaire :

CALCUL DU CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNEL

(millions de FCFA)

		15	20		25				
REVENUS									
Année	An1	An2	An3	An4	An5	An6	An7	An8	
Cartes de visite quantité par lot de 100	10 000	11 500	13 800		17 250	21 563	24 797	28 516	32 794
Prix unitaire moyen	25000	25000	25000		25000	25000	25000	25000	25000
<b>Revenus annuels (cfa million)</b>			<b>250 000</b>		<b>287 500</b>	<b>345 000</b>	<b>431 250</b>	<b>539 063</b>	<b>619 922</b>
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES (cfa000s)</b>			<b>250 000</b>		<b>287 500</b>	<b>345 000</b>	<b>431 250</b>	<b>539 063</b>	<b>619 922</b>

CA Cumulés	1 852
Quantité vendues (cumul)	813 74 113

REVENUS

Année	An1	An2	An3	An4	An5	An6	An7	An8
<b>tee shirt</b>								
Quantité	100 000	115 000	138 000	172 500	215 625	247 969	285 164	327 939
Prix unitaire moyen	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100
<b>Revenus annuels (cfa000s)</b>			<b>110 000</b>	<b>126 500</b>	<b>151 800</b>	<b>189 750</b>	<b>237 188</b>	<b>272 766</b>

**CHIFFRE D'AFFAIRES (cfa000s)**      **110 000**      **126 500**      **151 800**      **189 750**      **237 188**      **272 766**

CA Cumulés  
Quantité vendues  
(cumul)

238  
815  
741  
125

Année	An1	An2	An3	An4	An5	An6	An7	An8
<b>REVENUS</b>								
<b>Banderoles</b>								
Quantité	2 000	2 300	2 760	3 450	4 313	4 959	5 703	6 559
Prix unitaire moyen	75000	75000	75000	75000	75000	75000	75000	75000
<b>Revenus annuels (cfa000s)</b>			<b>150 000</b>	<b>172 500</b>	<b>207 000</b>	<b>258 750</b>	<b>323 438</b>	<b>371 953</b>

**CHIFFRE D'AFFAIRES (cfa000s)**      **150 000**      **172 500**      **207 000**      **258 750**      **323 438**      **371 953**

1 264      1 454      1 672      923  
640,6      336,7      487,2      360,3

Année	An1	An2	An3	An4	An5	An6	An7	An8
<b>REVENUS</b>								
<b>Affiches</b>								
Quantité	100	115	138	173	216	248	285	328
Prix unitaire moyen	250000	250000	250000	250000	250000	250000	250000	250000
<b>Revenus annuels (cfa000s)</b>			<b>25 000</b>	<b>28 750</b>	<b>34 500</b>	<b>43 125</b>	<b>53 906</b>	<b>61 992</b>

**CHIFFRE D'AFFAIRES (cfa000s)**      **25 000**      **28 750**      **34 500**      **43 125**      **53 906**      **61 992**

Année	An1	An2	An3	An4	An5	An6	An7	An8
<b>REVENUS</b>								
<b>Logos</b>								
Quantité	200	230	276	345	431	496	570	656
Prix unitaire moyen	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000	30000
<b>Revenus annuels (cfa000s)</b>			<b>6 000</b>	<b>6 900</b>	<b>8 280</b>	<b>10 350</b>	<b>12 938</b>	<b>14 878</b>

<b>CHIFFRE D'AFFAIRES (cfa000s)</b>	<b>6 000</b>	<b>6 900</b>	<b>8 280</b>	<b>10 350</b>	<b>12 938</b>	<b>14 878</b>
-------------------------------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------

-	-	-	-	-	-	-
---	---	---	---	---	---	---

analyse de sensibilité	CA Cumulés	1 111
	Quantité vendues (cumul)	688
		14
		823

Coefficient de variation du CA	1,0
total cumul	1 099
	687,5

510	586	703		1 099
000,0	500,0	800,0	879 750,0	687,5

CA Cumules	2 668 050
<b>Quantité vendus</b>	<b>815 238</b>

Ressources humaines :

Postes

Personnel Administratif

Charges salariales

Total Frais de personnel

nubbian family



## Impôts et taxes :

	<u>An1</u>	<u>An2</u>	<u>An3</u>	<u>An4</u>
Impôts sur les sociétés	0,0	0,0	0,0	0,0
Patente	0,0	0,0	0,0	0,0
Taxe patronale	<b>659,5</b>	659,5	0,0	0,0
<b>Total Impôts et Taxes</b>	<b>659,5</b>	<b>659,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

## Frais généraux :

	<u>An1</u>	<u>An2</u>	<u>An3</u>	
Assurance	2 500 000,0	0,0	0,0	
Honoraires cabinet comptable	0,0	0,0	0,0	
Promotion et publicité	7 413 800,0	0,0	0,0	
Stocks Matières premières	0,0	0,0	0,0	
Stocks Emballages	0,0	0,0	0,0	
Fournitures de bureau	3 500 000,0	0,0	0,0	
Téléphone	300 000,0	315 000,0	346 500,0	
Frais bancaires	12,00% 612,0	703,8	844,6	
Fournitures diverses	0,0	0,0	0,0	
Carburant	220 500,0	242 550,0	266 805,0	
<b>Frais généraux</b>	<b>13 934 912,0</b>	<b>558 253,8</b>	<b>614 149,6</b>	
<b>Entretien/Réparation:</b>	<b>1%</b>	<b>287 134,0</b>	<b>430 701,0</b>	<b>452 236,1</b>
<b>Total</b>	<b>14 222 046,0</b>	<b>988 954,8</b>	<b>1 066 385,6</b>	
Energie	2 100 000,0	2 205 000,0	2 315 250,0	
Electricité	0,0	0,0	0,0	
<b>Total eau-élect.</b>	<b>2 100 000,0</b>	<b>2 205 000,0</b>	<b>2 315 250,0</b>	

## CEP :

	An 1	An 2	An 3
Salaires	60 456	62 270	0
Autres coûts directs	2 387 134	2 635 701	2 767 486
Autres coûts indirects	13 935 572	558 913	614 150
Dotations aux amort.	8 614 020	8 614 020	8 614 020
Frais financiers	7 699 973,4	7 699 973,4	6 487 922,7
Résultat avant impôts	-32 187 154,9	-18 984 377,4	-17 779 778,3
	510 000	586 500	703 800

	<u>An0</u>	<u>An1</u>	<u>An2</u>	<u>An3</u>	<u>An4</u>	<u>An5</u>
<b>RESSOURCES</b>						
Capital social	26 155 190	-	-	-	-	-
Subventions Recues	100	-	-	-	-	-
Emprunt	64 166 445	-	-	-	-	-
Decouvert bancaire						
Amortissements	-	8 614 020	8 614 020	8 614 020	8 614 020	8 614 020
Résultat net	-	- 24 140 366	- 14 238 283	- 13 334 834	- 12 334 686	- 11 189 200
<b>Total ressources</b>	<b>90 321 735</b>	<b>- 15 526 346</b>	<b>- 5 624 263</b>	<b>- 4 720 814</b>	<b>- 3 720 666</b>	<b>- 2 575 180</b>

## **EMPLOIS**

Investissements	47 607 435	-	-	-	-	-
Variation du BFDR	29 338 163	- 29 423 848	- 21 068	18 440	25 257	83 718
Rembours. Emprunt	-	-	10 100 423	11 312 474	12 669 970	14 190 367
Rembours. Découvert	-	-	-	-	-	-
Rembours. C/C associés	-	-	-	-	-	-
Paiement dividendes	-	-	-	-	-	-
<b>Total emplois</b>	<b>76 945 598</b>	<b>- 29 423 848</b>	<b>10 079 355</b>	<b>11 330 914</b>	<b>12 695 228</b>	<b>14 274 085</b>
<b>Trésorerie dégagée</b>	<b>13 376 137</b>	<b>13 897 502</b>	<b>- 15 703 618</b>	<b>- 16 051 728</b>	<b>- 16 415 893</b>	<b>- 16 849 266</b>
<b>Trésorerie cumulée</b>	<b>13 376 137</b>	<b>27 273 639</b>	<b>11 570 021</b>	<b>- 4 481 707</b>	<b>- 20 897 600</b>	<b>- 37 746 866</b>

## Bilan :

(millions Fcfa)

<b>ACTIF</b>	<b>An0</b>	<b>An1</b>	<b>An2</b>	<b>An3</b>	<b>An4</b>	<b>An5</b>	<b>An6</b>	
<b>Actif immobilisé</b>								
Immobilisations brutes	47 607 435,0	47 607 435,0	47 607 435,0	47 607 435,0	47 607 435,0	47 607 435,0	47 607 435,0	47 607 435,0
Amortissement cumulé	0,0	8 614 020,0	040,0	060,0	080,0	100,0	43 070	43 070 100,0
Immobilisations nettes	<u>47 607</u> 435,0	<u>38 993</u> 415,0	<u>30 379</u> 395,0	<u>21 765</u> 375,0	<u>13 151</u> 355,0	<u>4 537 335,0</u>	<u>4 537 335,0</u>	<u>4 537 335,0</u>
<b>Sous-total</b>	<b>47 607</b> <b>435,0</b>	<b>38 993</b> <b>415,0</b>	<b>30 379</b> <b>395,0</b>	<b>21 765</b> <b>375,0</b>	<b>13 151</b> <b>355,0</b>	<b>4 537 335,0</b>	<b>4 537 335,0</b>	
<b>Actif à court terme</b>								
Clients et Stocks	85 000,0 43 989	97 750,0 27 356	117 300,0 11 627	146 625,0	183 281,3 -20 827	210 773,4 -37 670	242 389,5	
Caisse et Banques	470,5	366,7	770,8	-4 418 181,9	722,4	000,4	-54 960 807,7	
<b>Sous-total</b>	<b>44 074</b> <b>470,5</b>	<b>27 454</b> <b>116,7</b>	<b>11 745</b> <b>070,8</b>	<b>-4 271 556,9</b>	<b>-20 644</b> <b>441,2</b>	<b>-37 459</b> <b>227,0</b>	<b>-54 718 418,2</b>	
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>91 681</b> <b>905,5</b>	<b>66 447</b> <b>531,7</b>	<b>42 124</b> <b>465,8</b>	<b>17 493</b> <b>818,1</b>	<b>-7 493 086,2</b>	<b>-32 921</b> <b>892,0</b>	<b>-50 181 083,2</b>	
<b>PASSIF</b>	<b>An0</b>	<b>An1</b>	<b>An2</b>	<b>An3</b>	<b>An4</b>	<b>An5</b>	<b>An6</b>	<b>An7</b>
<b>Capitaux propres</b>								
Capital social	26 155 190,0	26 155 190,0	26 155 190,0	26 155 190,0	26 155 190,0	26 155 190,0	26 155 190,0	26 155 190,0
Comptes courants associés	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Autres associés	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Report à nouveau	0,0	-24 140 366,2	-38 378 649,2	-51 713 482,9	-64 048 168,5	-75 237 368,9	0,0	-1 058 466,8
<b>Sous-total</b>	<b>26 155</b> <b>290,0</b>	<b>2 014 923,8</b>	<b>-12 223</b> <b>359,2</b>	<b>-25 558</b> <b>192,9</b>	<b>-37 892</b> <b>878,5</b>	<b>-49 082</b> <b>078,9</b>	<b>26 155 290,0</b>	<b>25 101</b> <b>821,2</b>
<b>Dettes à moyen terme</b>								
Emprunt MT 1	64 166 445,0	54 066 022,1	42 753 548,4	30 083 577,9	15 893 211,0	0,0	0,0	0,0
<b>Sous-total</b>	<b>64 166</b> <b>445,0</b>	<b>54 066</b> <b>022,1</b>	<b>42 753</b> <b>548,4</b>	<b>30 083</b> <b>577,9</b>	<b>15 893</b> <b>211,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Dettes à court terme</b>								
Emprunt MT 1 à moins d'1 an	0,0	10 100 422,9	11 312 473,7	12 669 970,5	14 190 367,0	15 893 211,0	0,0	0,0
Découvert bancaire	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Fournisseurs	1 360 170,5	266 162,9	281 803,0	298 462,6	316 214,3	266 975,9	355 298,5	376 819,4
Dividendes	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-727 151,4	-1 058 466,8
<b>Sous-total</b>	<b>1 360 170,5</b>	<b>10 366</b> <b>585,8</b>	<b>11 594</b> <b>276,6</b>	<b>12 968</b> <b>433,1</b>	<b>14 506</b> <b>581,3</b>	<b>16 160</b> <b>186,9</b>	<b>-371 852,9</b>	<b>-676 641,5</b>

<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>91 681</b> <b>905,5</b>	<b>66 447</b> <b>531,7</b>	<b>42 124</b> <b>465,8</b>	<b>17 493</b> <b>818,1</b>	<b>-7 493 086,2</b>	<b>-32 921</b> <b>892,0</b>	<b>25 783 437,1</b>	<b>24 425</b> <b>174,7</b>
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-75 964 520,3	

Ratio :

**TAUX DE COUVERTURE DE LA DETTE**

	<b>An1</b>	<b>An2</b>	<b>An3</b>	<b>An4</b>	<b>An5</b>	<b>An6</b>	<b>An7</b>
Résultat net	-24 140 366	-14 238 283	-13 334 834	-12 334 686	-11 189 200	-1 454 303	0
Amortissements	8 614 020	8 614 020	8 614 020	8 614 020	8 614 020	0	0
Frais financiers	7 699 973	7 699 973	6 487 923	5 130 426	3 610 029	0	0
<b>Total (1)</b>	<b>-7 826 373</b>	<b>2 075 710</b>	<b>1 767 109</b>	<b>1 409 760</b>	<b>1 034 849</b>	<b>-1 454 303</b>	<b>0</b>
Frais financiers	7 699 973	7 699 973	6 487 923	5 130 426	3 610 029	0	0
Remboursement EMT 1	0	10 100 423	11 312 474	12 669 970	14 190 367	15 893 211	0
<b>Total (2)</b>	<b>7 699 973</b>	<b>17 800 396</b>	<b>17 800 396</b>	<b>17 800 396</b>	<b>17 800 396</b>	<b>15 893 211</b>	<b>0</b>
<b>TCD</b>	<b>-1,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>-1,0</b>

Point mort :

**Tableau du point mort**

Chiffre d'affaires	105,3
Coûts fixes opérationnels	114,9
Coûts fixes financiers	0
Coûts variables	3
Marge sur coûts variables en % du CA	97%
<b>Point mort opérationnel</b>	<b>118,2695015</b>
Position de l'entreprise par rapport à son point mort opérationnel en %	-11%
<b>Point mort total</b>	<b>118,2695015</b>
Position de l'entreprise par rapport à son point mort total	-11%