



PROJET "PIGFARM"
RÉSUMÉ ANALYTIQUE



Le sommaire

I- L'OPPORTUNITÉ COMMERCIALE (DE MARCHÉ)	03
II- LE PROJET : FONCTIONNEMENT ET VALEUR	03
III- L'ÉQUIPE OU LES ACTEURS	04
IV- LE MARCHÉ ET LA CONCURRENCE OU ANALYSE COMMERCIALE	05
V- LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT	06
VI- LES BESOINS FINANCIERS	07



L'opportunité Commerciale

1. Enjeu / Aperçu général / Finalité

La viande porcine est l'une des moins nocive et des plus saine, l'une des plus consommées en Afrique subsaharienne, l'une des plus rentable par carcasse pondérale. Pourtant elle manque criardement sur le marché local, elle est importée à 62,5% hors du continent et dans la sous-région, principalement du Tchad et de la Centrafrique. La demande croît de 7% l'an, tandis que l'offre locale peine à atteindre les 3%. La production locale et sous-régionale est rentière (artisanale ou rudimentaire), pourtant le savoir-faire est disponible à travers des ingénieurs agronomes qui chôment sur le territoire national. Le capital n'a pas encore réussi à être séduit par ces filières de l'élevage, l'administration multiplie les incitations qui malheureusement ont peu d'effets à cause de la corruption, du népotisme et des détournements de fonds. Il y a un gros risque de crise alimentaire dans la sous-région selon les organismes internationaux et la balance des paiements tellement déficitaire atteint déjà le seuil critique à partir duquel aucune importation ne sera plus possible.

2. Finalité / Problème / Opportunité

Il faut impérativement produire de la viande à grande échelle pour diminuer la demande extérieure et peut-être même inverser la balance avec des exportations ; optimiser la productivité et la rentabilité de la filière ; optimiser les coûts et les délais de production ; assainir le circuit commercial ; diversifier les activités induites de la filière (la transformation).

3. Objectifs / Solution / Livrable

- i. Ériger une ferme moderne capable à terme de produire 3.000 à 10.000 têtes ;
- ii. Développer un réseau commercial quittant du point producteur au point consommateur ou acheteur final ;
- iii. Ériger des activités effets multiplicateurs d'économie telles que la provenderie et à terme l'agriculture ;
- iv. Créer une entreprise qui englobe toutes ces activités afin de bénéficier des subventions et des investissements directs.



Le projet : fonctionnement et valeur

1. Description/Présentation sommaire de l'activité/l'entreprise

- i. Acheter des porcelets de race, les engraisser de façon intensive mais intelligente pour un cycle de 06 mois ;
- ii. Abattre et compartimenter les carcasses, puis les conditionner ;
- iii. Livrer les produits dans les différents points de distribution internes comme externes à l'organisation ;

- iv. Recouvrer les règlements et comptabiliser ;
- v. À terme, développer un système naisseur-engraisseur doté d'une capacité de reproduction par insémination artificielle, afin de stabiliser les bonnes races aux propriétés avantageuses sur les plans physiologique (poids, volume, taux de graisse, fécondité, système immunitaire, saveur, etc...).

2. Résumé du modèle économique

- i. Produire une viande saine et traçable de la naissance à l'étalage ou à la mangéaion ;
- ii. Commercialiser la viande par compartiments et prête à l'utilisation ;
- iii. Labelliser les produits afin de se démarquer de la concurrence ;
- iv. À terme, transformer la grande majorité de la production en dérivés commercialisables sur le marché.

3. Résumé de la stratégie commerciale ou du plan marketing

- Le marché camerounais est d'au moins 85% de la population, soit 25,5 millions de clients. Selon les données des Nations-Unies, 70% des Camerounais en 2022 sont urbains, ce qui induit que pour le marché porcin, c'est 17,85 millions de consommateurs. Les producteurs de rente et les intermédiaires troublent l'équilibre du marché.

- Le déficit d'offre est évalué à 50.000 tonnes en 2023 (donc un cheptel de 714,000 têtes, à raison d'une masse moyenne par carcasse de 70Kg, soit 100Kg sur pattes), pour une demande solvable estimée à 10 millions de consommateurs.

L'équipe ou les acteurs

1. Équipe centrale (Core Team) + effectifs

- Agence Kwali Intelligence SAS (cabinet d'intelligence économique) ;
- Cabinet d'études agro-pastorales de M. Jean Bertrand Atangana ;
- COOPAL Market (entreprise de distribution des produits agroalimentaires).

2. Profils des partenaires, experts et consultants

- Les provenderies MEGAMI et MAYAGI ;
- L'hôpital-pharmacie vétérinaire de Mvàn (Yaoundé) ;
- Une société familiale de transport en gros des marchandises dans la ville de Yaoundé ;
- La commune de l'arrondissement d'Awaë ;
- La délégation régionale du MINEPIA.

3. Résumé de l'analyse (du rôle) des parties prenantes

- i.** Le cabinet d'études agro-pastorales de M. Atangana fournit les études techniques et évalue les ressources humaines et logistiques déployées ;
- ii.** L'Agence Kwali Intelligence exploite l'étude technique et produit le cadrage et le plan de management (gestion) du projet ;
- iii.** L'Agence Kwali Intelligence organise les levées de fonds et leur monétisation pour financer la réalisation du projet, acquérir les investissements (équipements et matériels) et les consommables ;
- iv.** Le cabinet Atangana réalise le projet, tandis que l'Agence Kwali assure la maîtrise (suivi, évaluation et gestion des changements) et le cabinet Atangana clôture le projet ;
- v.** L'Agence Kwali gère les approvisionnements du projet au cours de sa réalisation ;
- vi.** À l'ouverture, l'Agence Kwali valide les recrutements et la mobilisation des ressources financières et logistiques et procède à l'installation officielle du personnel administratif.

4. Plan d'acquisition et d'exploitation des ressources humaines

Le principe directeur est :

- La capacité des personnes à s'adapter aux méthodes modernes de l'élevage industriel ;
- La possibilité d'utilisation et d'intégration d'un équipement dans le modèle industriel de l'élevage.



Le marché et la concurrence ou analyse commerciale

1. Description (de l'environnement) du marché

- i.** Les différents acteurs n'ont pas une convergence d'interactions ; le nombre de producteurs est infiniment petit par rapport aux demandeurs ;
- ii.** Les produits diffèrent au niveau de la configuration à la vente avec le compartimentage, tandis que le marché en général ne se conforme que très peu à cet usage ;
- iii.** Le marché est fluide car il n'est pas conditionné par des exigences ;
- iv.** Le système n'est pas transparent à cause de la pléthore d'agents intermédiaires qui minent la filière ;
- v.** Les facteurs de production circulent librement sur l'ensemble du territoire.

1. Cartographie de la concurrence

Les concurrents nationaux principaux sont localisés dans les régions de l'Ouest, de l'Extrême-Nord, de l'Est, du Centre et du Sud. Ils sont relativement éloignés des deux métropoles que sont Douala et Yaoundé.

2. Analyse comparative des caractéristiques de la concurrence

La concurrence est plus artisanale et informelle que professionnelle et intensive. La production de rente représente 70% de la production nationale.

4. Analyse SWOT (avantages-inconvénients, risques-opportunités)

<p>i. Avantages :</p> <ul style="list-style-type: none">• Augmentation du rendement par carcasse de 15% (opt. prod. marg.) ;• Accélération de la vitesse de croissance des bêtes : réduction des délais de production (opt. prod. marg.)• Bénéficier des possibilités de financement, des subventions et exonérations fiscales en se formalisant ;• Accession à des marchés sélectifs et élitistes ;• Marché ouvert et accessible, peu compétitif, avec une demande en forte croissance.	<p>ii. Inconvénients :</p> <ul style="list-style-type: none">• Coût du transport externalisé relativement élevé ;• Nécessité de technicités supplémentaires pour les maintenances ;• Nécessité de la dotation aux amortissements supplémentaire pour les équipements technologiques ;• Difficultés d'accès au financements privés locaux ;• Coûts supplémentaires pour la sécurité des biens (équipements, produits, intrants).
<p>iii. Opportunités :</p> <ul style="list-style-type: none">• Optimisation de la productivité par l'économie d'échelle ;• Large marge de manœuvre tarifaire grâce aux techniques optimisant la productivité marginale ;• Écrémage grâce à la labellisation et au protectionnisme établi par l'État contre les produits importés.	<p>iv. Risques :</p> <ul style="list-style-type: none">• Épizooties des affections aux suidés ;• Pannes électroniques des équipements ;• Vols ou sabotages• Spéculation si nous ne sommes pas nous-mêmes sur le marché au profit des intermédiaires.

Le plan de développement

1. Historique résumé de l'organisation ou du projet

- i.** Création de l'entreprise
- ii.** Clôture des levées de fonds
- iii.** Démarrage et clôture du projet
- iv.** Inauguration des opérations

2. Situation actuelle

Le document de cadrage est prêt et celui de gestion (planification) est en cours de d'élaboration.

3. Projections (plan) de développement sur 05 ans

Année 0	création de l'entreprise, levée de fonds, acquisition foncière, réalisation du projet ;
Année 1	clôture du projet, signature des contrats fournisseurs et des partenariats techniques ;
Année 2	démarrage de l'activité (des opérations), démarrage de la communication et du marketing ;
Année 3	intensification de l'activité, démarrage de la commercialisation ;
Année 4	extension de l'activité.

Les besoins financiers

1. Description des besoins + plan des emplois/utilisations

	ANNEE 0	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4
	MONTANT	MONTANT	MONTANT	MONTANT	MONTANT
BESOINS FINANCIERS					
INVESTISSEMENTS					
PRÉPRODUCTION	22 700 000,00	-	500 000,00	-	500 000,00
CAPITAL FIXE	51 970 000,00	-	25 000,00	329 500 000,00	25 000,00
PROVISIONS POUR IMPRÉVUS	5 440 500,00	-	31 500,00	19 770 000,00	31 500,00
TOTAL DES INVESTISSEMENTS	80 110 500,00	-	556 500,00	349 270 000,00	556 500,00
CONSOMMATIONS (FONCTIONNEMENT)					
CONSOMMATIONS INTERMÉDIAIRES	160 600 000,00	160 600 000,00	160 600 000,00	2 775 100 000,00	2 702 600 000,00
RÉMUNÉRATION DU TRAVAIL	9 630 000,00	9 630 000,00	9 630 000,00	48 150 000,00	48 150 000,00
TAXES	500 000,00	500 000,00	500 000,00	9 700 000,00	9 700 000,00
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS ET AUX DÉPRÉCIATIONS	8 915 333,33	9 415 333,33	9 415 333,33	49 455 333,33	49 455 333,33
CHARGES FINANCIÈRES	23 325 502,53	18 683 931,25	14 042 359,97	60 754 004,53	30 983 719,53
TOTAL CONSOMMATIONS	202 970 835,87	198 829 264,59	184 772 359,97	2 943 159 337,86	2 840 889 052,86
TOTAL DES BESOINS FINANCIERS	323 963 902,53	245 152 331,25	231 620 426,64	3 866 876 603,28	3 435 631 318,28

1. Prévisions chiffre d'affaire et seuil de rentabilité

CHIFFRE D'AFFAIRES HT (CA)	400 000 000,00	400 000 000,00	200 000 000,00	4 800 000 000,00	4 800 000 000,00
CHARGES VARIABLES (CV)	148 900 000,00	148 900 000,00	148 900 000,00	2 734 600 000,00	2 698 600 000,00
CHARGES FIXES (CF)	54 370 835,87	49 929 264,59	45 287 693,31	208 559 337,86	142 289 052,86
TOTAL DES CHARGES	203 270 835,87	198 829 264,59	194 187 693,31	2 943 159 337,86	2 840 889 052,86
MARGE SUR COUT VARIABLE MCV = CA - CV	251 100 000,00	251 100 000,00	51 100 000,00	2 065 400 000,00	2 101 400 000,00
TAUX DE MCV (T = MCV + CA)	0,63	0,63	0,26	0,43	0,44
SEUIL DE RENTABILITE OU POINT MORT (S = CF + T)	86 612 243,52	79 536 861,15	177 251 245,82	484 692 951,35	325 015 443,86

UNE CONTRIBUTION DE
L'AGENCE KWALI INTELLIGENCE

