

Business Plan

N-Bio solutions

**Promotrice : NOUDJILEMBAYE Adèle
(Agro-Entomologiste)**

Secteur : Agriculture-Elevage

E-mail : adele.noudji@yahoo.fr

Tel : +235 66733892/98403738

Tchad

Slogan : Votre santé, notre priorité



SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| Introduction | 3 |
| 1. Sommaire | 4 |
| 2. Produit/Service: | 5 |
| 3. L'industrie de produit/Service et l'analyse du marché: | 6 |
| 4. Competition | 8 |
| 5. Analyse SWOT | 9 |
| 6. Plan d'Operations | 9 |
| 7. Plan Marketing | 10 |
| 8. Management | 10 |
| 9. Plan Financier | 11 |
| 10. Annexes | 15 |

Introduction

| | |
|--------------------|---|
| Titre du projet | Promotion de l'Agro-business bio |
| Résumé du projet : | « N-Bio Solutions » est un projet Agro business spécialisé dans la production, transformation et la commercialisation des légumes et autres produits 100 % Bio grâce à l'utilisation des pesticides extraite à base des plantes locales et engrais organiques, accessible à tous dans le but promouvoir un système agroalimentaire saine de sa clientèle cible, l'emploi des jeunes, le respect de l'environnement et contribuer à l'atteinte des ODD selon l'Agenda 2030 des Nations Unies. |
| Produits | Légumes (fruits, feuilles, racines, tubercules), confiture, jus de fruits, plantes ornementales, huiles essentielles et engrais organique. |
| Site | Moundou/ Tchad |
| Informations clés | Nom de l'entreprise : « N-Bio Solutions » Forme juridique : Entreprise Individuelle Secteur : Agriculture-élevage Année de création : 2018 Promotrice : NOUDJILEMBAYE Adèle Téléphone : + 235 66733892/98403738 Email : adele.noudji@yahoo.fr/ adele.noudji@gmail.com |
| Coûts global | 11.498.500 FCFA |
| Partenaires | Paysans, Fournisseurs, Investisseurs, IITA, SECOQDA, Groupement des femmes, Ministère de l'agriculture, ITRAD, Ingénieurs agronomes |

1. Sommaire

Présentation :

« N-Bio Solutions » est née après un constat réel ou généralement en Afrique et particulièrement au Tchad, les paysans utilisent les pesticides chimiques pour augmenter le rendement de leur culture. Cependant, la mort de notre tante suite à une maladie cancérigène et la naissance de son petit-fils malformé m'ont négativement marqué, puisque ces incidents fussent certainement causés par les effets nocifs des intrants chimiques qu'elles utilisaient pour l'agriculture. Les conséquences des pesticides chimiques sont entre autres le risque pour la santé humaine, toxicité contre la faune non ciblée, développement de résistance par les ravageurs et concentration de ses résidus dans la chaîne alimentaire. Ce parallèle a été établi par OMS, FAO et beaucoup de recherches scientifiques qui ont démontré que des personnes exposées aux pesticides chimiques développent 92% des maladies cancérigènes, malformation congénitales, stérilité et les problèmes neurologiques. L'OMS estime qu'il y a chaque année dans le monde 1 million de graves empoisonnements par les pesticides chimiques, avec quelque 220 000 décès.

Pour contribuer à la réduction de ces risques, je me suis lancé dans l'agro business sans intrant chimique. Aujourd'hui, étant doctorante dans ce secteur, j'ai des atouts et force pour entreprendre afin d'améliorer non seulement les moyens de subsistance mais aussi la santé des producteurs, consommateurs et le respect à l'environnement.

Nous sommes actuellement à la phase de lancement, une ferme de 5ha a déjà été acquise à 20Km du centre urbain de Moundou/Logone occidentale, des pépinières ont été réalisées et les travaux de construction de la clôture ont été lancé.

Le lancement officiel de la ferme se fera dans 6 mois après avoir achevé la clôture, acquis les motopompes, planté pépinières déjà réalisées en champ et aussi avoir quelques cultures qui ont atteint leur maturité. Après 5 ans nous comptons effectuer des cultures similaires dans tout le Tchad.

Vision

Notre vision pour l'émergence du Tchad doit passer nécessairement par l'innovation du secteur agricole, la technologie, l'industrialisation et la dynamisation de ce secteur. Nous aspirons au développement d'un système agroalimentaire qui assoit la souveraineté alimentaire locale saine sans pesticides chimiques ni engrais chimiques, qui garantit la sécurité alimentaire des mangeurs et une vie décente aux producteurs, qui respecte la santé humaine et les écosystèmes dans un but de développement durable, de promotion de la qualité de vie, de création d'emplois locaux, d'insertion socioprofessionnelle, de valorisation des travailleurs, de cohésion sociale et la promotion de l'entrepreneuriat féminin.

Notre vision à long terme est de créer une institution de recherche nationale d'agriculture à but lucratif ; une usine de transformation et bien

d'autres domaines de recherches agricoles. Probablement directrice de recherche agricole dans une université, nous lutterons sur le front de l'entrepreneuriat agricole pour la dynamisation, diffusion et la vulgarisation de la recherche agricole en prenant en compte le genre et la diversité. L'investissement des jeunes et particulièrement des femmes dans les recherches et la production de la chaîne de valeur agricoles est la voie idéale pour le développement en Afrique.

Mission statement:

« N-Bio Solutions » est un projet **Agro business** spécialisé dans la production, transformation et la commercialisation des légumes et autres produits 100 % Bio grâce à l'utilisation des pesticides extraite à base des plantes locales et engrais organiques, accessible à tous dans le but promouvoir un système agroalimentaire saine de sa clientèle cible, l'emploi des jeunes, le respect de l'environnement et contribuer à l'atteinte des ODD selon l'Agenda 2030 des Nations Unies.

Objectifs :

1. Promouvoir les activités de production, transformation, conservation, commercialisation des légumes bio et renforcer la capacité des employés ;
2. Intégrer les expériences des agriculteurs ruraux dans les dynamiques d'innovation et donner la priorité à l'importance de la recherche et du développement horticole adaptés à la problématique genre ;
3. Avoir un modèle technologique ou commercial innovant à but lucratif clair ; avoir une preuve de concept sur le terrain et générer de préférence des revenus ;
4. Garantir la sécurité alimentaire des clients, une vie décente aux producteurs, développement durable, création d'emplois locaux, insertion socioprofessionnelle et la promotion de l'entrepreneuriat féminin.

The Value Proposition :

- Légumes et fruits 100% Bio
- Intrants extraites à base des plantes naturelles moins toxiques
- Engrais organiques
- Système agro-alimentaire saine
- Qualité de produits et service irréprochables
- Garantir la sécurité alimentaire
- Respect à la santé et l'environnement
- Prix accessible à tous
- Livraison dans le délai

2. Produit/Service :

Nos produits sont :

Légumes (fruits, feuilles, racines, tubercules), confiture, jus de fruits, plantes ornementales, huiles essentielles et engrais organique.

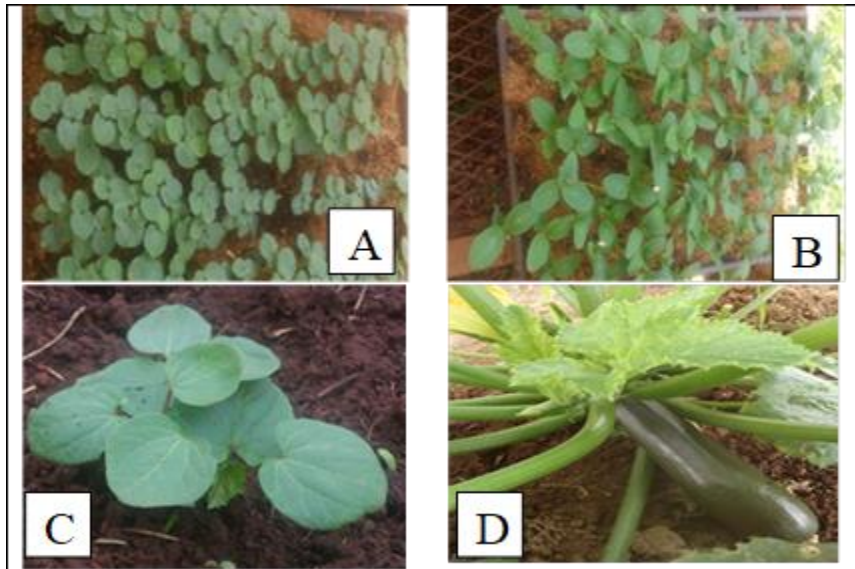


Figure 1 : Pépinière de gombo (A) ; pépinière de concombre (B) ; plant de gombo (C) et plant de la courgette (D)

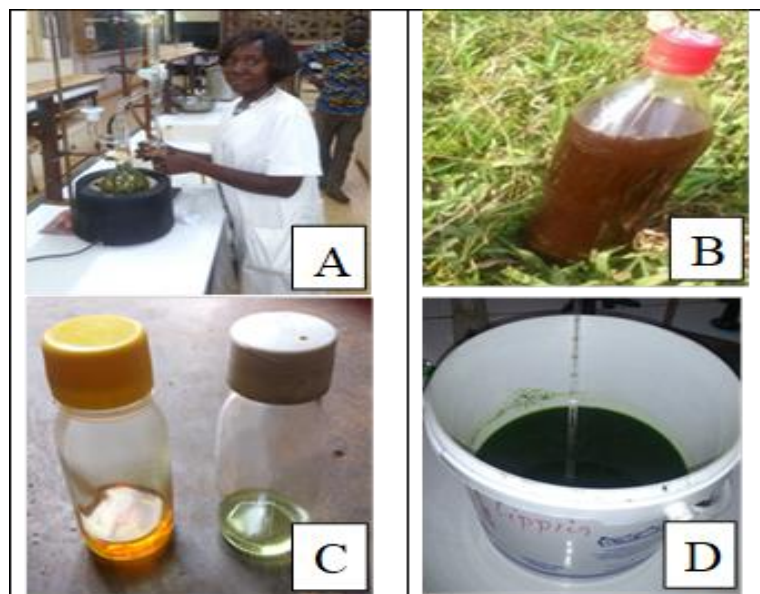


Figure 2 : Processus d'extraction de l'huile essentielle (A) ; l'huile de neem (B) ; Huile essentielle (C) et processus d'extrait aqueux de la plante à effet insecticide (D)

3. L'industrie du produit/Service et l'analyse du marché :

❖ Produits et services

Pour l'essentiel, le modèle économique de notre projet est fondé sur la production, la transformation et la commercialisation des produits horticoles 100% bio. Le travail de ce projet consiste à produire et à transformer elle-même,

dans ses propres ateliers, sur les terres qu'elle louera, au moyen de son propre personnel et de ses outils, des aliments qu'elle vendra essentiellement à ses coopérateurs et aux personnes en relations avec ses sites de production.

Le modèle doit répondre à la question : « Comment est-il possible de produire sur une petite surface, en intégrant les principes de l'horticulture, tout en assurant une viabilité économique et une qualité de vie au producteur ? ».

Dans un premier temps, nous voulons concevoir un système de production basé sur des micro-fermes de 5ha. D'ici 5 ans, nous ambitionnons de développer notre modèle de micro-ferme sur une superficie de 10 ha et de développer une capacité productive correspondant à la majorité des besoins alimentaires d'un millier de familles tchadiennes. Les produits proposés sont dans un premier temps des légumes. Par la suite, nous aurons les produits transformés à partir des premiers arbres fruitiers (jus de fruits, confitures, etc.). Enfin, nous transformerons les produits issus des grandes cultures céréalières (pain). Nos produits ne contiennent pas de résidus issus de l'industrie pétrochimique parce que nous utilisons les extraits des plantes locales à effet insecticides et les engrais organiques biodégradables et donc pas d'effet toxique pour la santé.

A cette fin, nous proposerons donc aux producteurs associés ainsi qu'à nos coopérateurs des services tels que la formation, un service de conseils, des travaux agricoles, la mutualisation-commercialisation d'équipements de production et la revente de produits alimentaires.

❖ **Analyse du marché**

Notre marché cible est géographiquement limité à Moundou dans la région du Logone occidentale du Tchad comptant une population de 683.293 habitants environ. Avec le temps, nous comptons couvrir tout le Tchad et ensuite, aller sur le marché international. Malgré l'augmentation de la demande, on peine encore à trouver assez de producteurs pour alimenter les circuits de commercialisation qui se multiplient. Tout d'abord, les producteurs qui se lancent sont relativement seuls face à la production. Comme ils sont isolés, ils ne partagent pas leurs savoirs ni les apprentissages liés à leurs essais-erreurs. La transformation à la ferme d'une partie de la production fruitière ou légumière est actuellement très peu développée. Pourtant, elle permet d'augmenter sa plus-value et de valoriser les surplus ou les produits de second choix. Concernant les circuits de commercialisation, il n'y a pas une bonne stratégie de livraison des produits agricoles.

❖ **Clientèle**

Les clients auront accès à une alimentation de qualité, saine, gustative, locale et de terroir. Il y aura une amélioration de la perception des enjeux de la production agricole permettant d'aller plus loin que la seule consommation. Les clients pourront participer à la production, à différents titres ou encore financer le développement de la production locale.

Les premiers clients de l'entreprise seront les personnels eux-mêmes. Ils pourront bénéficier de ristournes sur leurs achats. Ils seront sollicités en tant

qu'acheteurs-mangeurs mais également en tant qu'investisseurs et coproducteurs (bénévoles, indépendants ou salariés).

Par ailleurs, les populations autour des lieux de production seront approvisionnées en vente directe par l'entreprise et les producteurs associés. Dans l'idée de relocalisation de l'agriculture, la proximité, à la fois géographique et relationnelle des producteurs et des consommateurs est un élément clé de notre stratégie.

Une troisième catégorie de bénéficiaires sera constituée des clients des circuits de distribution avec lesquels nous envisageons de nous associer ainsi que les supers marchés, grossistes, détaillants, entreprises, ONG, boutiques, écoles, restaurants, hôtels etc.

Pour terminer, nous ne nous limiterons pas à ces seuls clients car la stratégie de la première année de notre entreprise sera également de se faire connaître pour augmenter son nombre de parts sociales. Cette démarche sera passée par une campagne de communication intensive envers des personnes sensibilisées qui désireront s'engager concrètement. Il est bon de rappeler que la première année de l'entreprise sera une année expérimentale. C'est par l'analyse des futurs résultats que nous ajusterons l'ensemble de nos démarches afin de répondre au mieux à la réalité du marché. A plus long-terme, la cible sera l'ensemble de la population qui désire acheter des primeurs. Pour ce faire, il faudra passer par des démarches marketing et publicitaires plus importantes. Celles-ci seront étudiées et organisées en temps voulu.

4. Compétition

L'objet social de l'entreprise est la production horticole locale en prenant en compte le genre et la diversité. Nous pourrions dès lors considérer que nos concurrents directs sont tous les producteurs locaux dans la région du Logone occidentale. Néanmoins, le fonctionnement et la nature de l'entreprise ne peut se cantonner à une logique de concurrence classique. Notre souhait est de nous insérer dans le tissu socio-économique local. Nous voulons créer un tissu de producteurs-transformateurs solidaires afin d'amener la production locale aux tchadiens.

Nous adoptons des pratiques paysannes permettant d'augmenter l'autonomie et l'indépendance face au marché très fluctuant des matières premières agricoles. La stratégie marketing est basée sur la construction d'une réputation liée à une qualité de produits et de service irréprochable. Pour conserver les clients, la qualité dans toutes ses dimensions (gustative, organoleptique, image-producteur, écologique, sociale...) doit être supérieure au standard habituel.

Ce qui nous différencie des autres entreprises est que nous fabriquons nous même les pesticides à base des plantes locales et les engrais organiques. Nous fidélisons la relation client avec honnêteté et franchise et une bonne stratégie de communication et de livraison des produits agricoles.

5. Analyse SWOT

| Forces | Faiblesse |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Compétences et expériences dans le secteur • Expérience et l'expertise du personnel • Positionnement : à Moundou (capital économique) • Marché porteur et secteur d'activité en pleine croissance ; • Services après-vente (SAV) • Large réseau de distribution ; • Bonne réputation des produits et l'image de l'entreprise. • Publication des articles sur le rendement | <ul style="list-style-type: none"> • Taille et statut de l'entreprise : (Entreprise Individuelle) • Capacité de production réduite ; • Système production artisanal ; • Culture local • Sous-traitance • Manque de structure d'analyse • Manque de financement |
| Opportunité | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none"> • Croissance démographique ; • Etendue du réseau de partenaires à travers tout le Tchad ; • Marché international ; • L'utilisation des TIC (Technologie de l'Information et de la Communication). | <ul style="list-style-type: none"> • Concurrence dans le secteur informel national ; • Nouveaux concurrents étrangers (les chinois etc...) ; • Restrictions à l'entrée de certaines places commerciales. • Risque lié à l'importation de ou des machines de production. |

6. Plan d'Opérations

➤ Ressources matérielles

Comme nous l'avons déjà mentionné, le site de production est géographiquement limité à 20km de Moundou dans la région du Logone occidentale du Tchad comptant une population de 683.293 habitants environ. Une ferme de 5ha a déjà été acquise à 20Km du centre urbain de Moundou. Le siège se situe à N'Djamena au quartier « Sabangali » dans la capitale du Tchad.

Après avoir identifié la liste de nos besoins en ressources matérielles, nous avons contacté les principaux fournisseurs de la région. Notre choix s'est arrêté sur une boutique situé au centre-ville de la capitale qui nous a proposé la meilleure offre en termes de rapport qualité-prix.

La nature de l'activité de « N-Bio solutions » ainsi que les prévisions des ventes nous ont permis de délimiter la nature, la quantité ainsi que la valeur de nos besoins en matières première et/ou matières consommables.

➤ **Ressources humaines**

L'engagement du personnel d'une ferme demande beaucoup de soins et d'attention. On doit donc prévoir ce qui se passera, avant la production, pendant et après la production. C'est-à-dire ce qui se passera à l'ouverture de la ferme (réception des matérielles, matières premières, mise en place, production, transformation, marketing et formation des employés), pendant " le coup de feu " (commercialisation et service aux clients) et après le service (vérification des caisses, cahier de compte et des stocks, fermeture). Nous avons :

- Directrice générale
- Un Comptable
- Une secrétaire
- Deux gardiens
- Deux ingénieurs agronomes
- Deux mobilisateurs communautaire

➤ **Canaux de distribution**

Nous livrons nos produits aux clients par les canaux de distribution suivants :

- Livraison à domicile
- Vente par internet
- Pointes de vente
- Vente sur le site de production
- Vente de bouche à oreille

7. Marketing Plan

La stratégie marketing sera baser sur la construction d'une réputation liée à une qualité de produits et de service irréprochable. Pour conserver les clients, la qualité dans toutes ses dimensions (gustative, organoleptique, image-producteur, écologique, sociale...) doit être supérieure au standard habituel. Pour ce faire, il faudra passer par des démarches marketing et publicitaires plus importantes, service de livraison en passant par les canaux de distributions accessible à tous.

Nous allons mettre les clients au courant de notre produit par les canaux de communication suivants : Graphisme de marque ; Salons professionnels ; Relations publiques ; Parrainage ; Emission télévisée ; Campagne de sensibilisation ; Promotions vente ; radio ; réseaux sociaux ; téléphone...

8. Management

Les fonctions :

Pour gérer notre entreprise nous aurons besoin de :

- Directrice générale
- Un Comptable
- Une secrétaire
- Deux gardiens
- Deux ingénieurs agronomes
- Deux mobilisateurs communautaire

Qualifications / Expertise:

Signalons que nous nous efforçons de recruter des employés qui possèdent le profil suivant :

- Expérience dans le domaine de l'agriculture ;
- Avoir l'esprit de leadership et de créativité ;
- Un goût pour le travail en équipe ;
- Jeunes, dynamiques et enthousiastes ;
- Une forte capacité de travail ;
- Facilité à servir la clientèle.

9. Plan Financier

➤ **Conception du modèle théorique de production**

Le modèle de production est conçu sur base d'une enquête qui a permis d'analyser des données relatives à la création de valeur par unité de surface et l'agroécologie. Nous devons produire en quantité relative et en qualité ce que les gens mangent chez nous.

➤ **Projection dans le business plan**

Les paramètres de rendement et de prix par production sont analysés par la compilation de données statistiques et d'enquêtes auprès de producteurs et autres acteurs du secteur. Ces paramètres combinés ont donné un revenu moyen par production (comprenant les pertes à la production et commercialisation). Lorsqu'il y a lieu, une moyenne sera réalisée afin d'obtenir le prix moyen par type de production : maraîchage extérieur et sous abris, arboriculture fruitière, transformation laitière.

Afin de projeter les résultats dans le temps, nous avons tenu compte de plusieurs variations :

- Certaines cultures ou activités ne pourront pas produire dès la première année. La production des arbres notamment augmentera progressivement. Cette progression sera évaluée selon les données de la littérature.
- Afin d'évaluer les améliorations probables liées à l'intensification du système maraîcher, nous avons pris plusieurs fermes pour référence.
- Les autres unités de production seront évaluées à valeur constante.

➤ **Rentabilité, chiffre d'affaires et financement**

On remarque tout d'abord une période de développement durant laquelle les coûts sont supérieurs au chiffre d'affaires dégagé par l'activité (Première année). Cela s'explique essentiellement par la croissance qui va permettre de passer d'une surface de production équivalente à une micro-ferme (1 ha) à la surface correspondant à 5 micro-fermes après 3 ans. Dès que la croissance sera achevée, le chiffre d'affaires couvrira largement l'ensemble des dépenses liées à l'exploitation. Durant la phase de démarrage, nous nous focalisons sur les productions dont le cycle est plus court et nécessitent moins d'investissement (légumes) ; et petit à petit, nous lancerons des productions

nécessitant un cycle de production plus long et des investissements plus conséquents. Relevons qu'une fois atteinte la taille critique, la rentabilité prévue permettrait de provisionner en suffisance pour le maintien en état de l'outil de production.

➤ **Investissements et financements**

Comment réunissons-nous cet argent ?

Pour répondre à ce besoin de financement important, le capital sera donc constitué progressivement. En fonction des opportunités, les organes de ce projet pourront toutefois adapter ce plan afin de financer ou limiter partiellement le besoin en trésorerie via :

- 1) Le recours à des subventions publiques ;
- 2) Le recours à l'emprunt bancaire ;
- 3) La bourse.

Quels sont nos investissements ?

- Lors de la première année d'activité, les investissements principaux ont pour objet les installations nécessaires pour lancer les activités de maraîchage ;
- Les investissements importants de la deuxième année serviront à couvrir l'installation d'ateliers de transformation ;

A partir de la troisième année, les investissements diminueront car la ferme aura effectué les achats nécessaires pour la mise en place de ses outils de production et d'exploitation

Tableau 1 : Financement de démarrage

| Financement de démarrage | Montant |
|---------------------------------|----------------|
| Apport personnelle | |
| Subventions | 48% |
| Capital | 17% |
| Dette | 35% |
| Total | 100% |

Tableau 2 : Immobilisations

| Immobilisations | Unité | Qté/nbre | Durée | Prix unitaire en XAF | Coût total en XAF |
|---|--------------|-----------------|--------------|-----------------------------|--------------------------|
| Acquisition de terrain pour le projet | Ha | 5 | 1 | 150 000 | 750 000 |
| Cloture du terrain en grillage | ML | 835 | 1 | 3 500 | 2 922 500 |
| Main d'œuvre pour la construction de la cloture en grillage | H/J | 292 | 1 | 3 000 | 876 000 |
| Fourniture en grille métallique (portail) | ff | 1 | 1 | 350 000 | 350 000 |
| Forage équipé d'une pompe immergée | forage | 1 | 1 | 900 000 | 900 000 |
| Moto pompe marque ANDOURYA | ff | 1 | 1 | 1 150 000 | 1 150 000 |
| Fourniture matériels électrique/hydraulique (tuyauterie, câble, lampes....) | ff | 1 | 1 | 500 000 | 500 000 |
| Construction d'une guérite pour vigile | ff | 1 | 1 | 650 000 | 650 000 |
| Labours du site en tracteurs | ff | 5 | 1 | 20 000 | 100 000 |
| Moto tout terrain pour agents mobilisés | nbre | 2 | 1 | 1 500 000 | 3 000 000 |
| Matériels divers (pelles, pioches, arrosoirs, machette, ficelle, barre à mine...) | nbre | 1 | 1 | 300 000 | 300 000 |
| Total: | | | | | 11 498 500 |

Tableau 3 : Charges directes

| Charges directes | Unité | Durée/nbre | Unité en XAF | Total en XAF |
|---|--------------|-------------------|---------------------|---------------------|
| Fourniture en pots plastiques pour production des plants | ff | 1 | 200 000 | 200 000 |
| Terre argilo-sablonneuse pour production des pépinières | ff | 1 | 200 000 | 200 000 |
| Semences diverses légumes et fruitières pour pépinières (cucurbitacée; Amaranthacée; Liliacée, manguier, goyavier, citronnier | ff | 1 | 300 000 | 300 000 |
| Main d'œuvre de mise en pot, semi....) | nbre | 1 | 150 000 | 150 000 |
| Produits phytosanitaires et autres | nbre | 1 | 600 000 | 600 000 |
| Organisation et restructuration des groupements des femmes | nbre | 1 | 80 000 | 80 000 |
| Renforcement de capacités des groupements féminins dans les techniques de production horticole | nbre | 4 | 150 000 | 600 000 |
| Appui aux groupements en matériels de production, stockage, séchage.... | nbre | 1 | 150 000 | 150 000 |
| Appui aux groupements pour le transport des produits vers les marchés | nbre | 6 | 15 000 | 90 000 |
| Missions d'échanges et partenariats avec des structures techniques | nbre | 4 | 50 000 | 200 000 |
| Total: | | | | 2 570 000 |

Tableau 4 : Autres charges

| Autres charges | Unité | Durée en mois | Unité en XAF | Total en XAF |
|------------------------------------|---------|---------------|--------------|------------------|
| Location bureau de Moundou | nbre | 12 | 150 000 | 1 800 000 |
| Frais administratifs et de gestion | Forfait | 12 | 60 000 | 720 000 |
| Total | | | | 2 520 000 |

Tableau 5 : Salaire du personelle

| Salaire | Nombre | Mois | Unité en XAF | Total en XAF |
|----------------------------------|--------|------|--------------|-------------------|
| Salaire chef de projet | 1 | 12 | 300 000 | 3 600 000 |
| Salaire secretaire | 1 | 12 | 150 000 | 1 800 000 |
| Salaire comptable | 1 | 12 | 200 000 | 2 400 000 |
| Mobilisateurs communautaire | 2 | 12 | 60 000 | 1 440 000 |
| Gardienage et securité du verger | 2 | 12 | 50 000 | 1 200 000 |
| Salaire ingénieur agronome | 1 | 12 | 250 000 | 3 000 000 |
| Total: | | | | 13 440 000 |

Tableau 6 : Recettes

| Recette | AN 1 | | | AN 2 | | | AN 3 | | |
|---------------------------|------|---------------|-----------------|-------|---------------|-----------------|-------|---------------|-----------------|
| | qté | prix unitaire | montant | qté | prix unitaire | montant | qté | prix unitaire | montant |
| tubercules et racines | 7840 | 1000 | 7840000 | 15680 | 1000 | 15680000 | 23520 | 1000 | 23520000 |
| Legumes feuilles | 4320 | 500 | 2160000 | 8640 | 500 | 4320000 | 12960 | 500 | 6480000 |
| Legumes fruits | 6000 | 750 | 4500000 | 12000 | 750 | 9000000 | 18000 | 750 | 13500000 |
| | | | 14500000 | | | 29000000 | | | 43500000 |
| Total montant en % | | | | | | 1 | | | 0,5 |

Compte de résultats

Toutes les chiffres sont exprimés en milliers

| | unité | Année 1 | Année 2 | Année 3 |
|--|----------|----------------|---------------|---------------|
| | | 000 | 000 | 000 |
| Recette | | | | |
| Tubercules et racines | F | 7 840 | 15 680 | 23 520 |
| Legumes feuilles | F | 2 160 | 4 320 | 6 480 |
| Legumes fruits | F | 4 500 | 9 000 | 13 500 |
| Recette totale | F | 14 500 | 29 000 | 43 500 |
| Coûts variables | F | 2 570 | 5 140 | 7 710 |
| Résultat brut | F | 11 930 | 23 860 | 35 790 |
| Salaires | F | 13 440 | 13 440 | 14 112 |
| Loyer | F | 1 800 | 1 800 | 1 800 |
| Autres achats* | F | - | - | - |
| Marketing/Publicité | F | - | - | - |
| Frais administratif | F | 720 | 864 | 907 |
| Maintenance | F | - | - | - |
| Assurance | F | - | - | - |
| Transport | F | - | - | - |
| Abonnement/Licences | F | - | - | - |
| Amortissement | F | 1 667 | 1 667 | 1 667 |
| Résultat d'exploitation | F | (5 697) | 6 089 | 17 303 |
| Intérêt payé | F | 483 | 386 | 290 |
| Résultat avant impôt | F | (6 180) | 5 702 | 17 014 |
| Impôt sur les résultats | F | - | 1 996 | 5 955 |
| Résultat après impôt/Résultat net | F | (6 180) | 3 706 | 11 059 |

Bilan

Toutes les chiffres sont exprimés en milliers

| | unité | Année 1 | Année 2 | Année 3 |
|--------------------------------|----------|------------|--------------|---------------|
| | | 000 | 000 | 000 |
| Actifs | | | | |
| <i>Actifs circulants</i> | | | | |
| Caisse & assimilés | F | (9 525) | (2 949) | 14 986 |
| Créances | F | - | - | - |
| Stock | F | - | - | - |
| Total | F | (9 525) | (2 949) | 14 986 |
| <i>Actifs immobilisés</i> | | | | |
| Immobilisations, machines & éq | F | 9 831 | 8 164 | 6 496 |
| Totaux Actifs | F | 306 | 5 215 | 21 483 |
| Passifs | | | | |
| <i>Passifs circulants</i> | | | | |
| Fournisseurs d'exploitation | F | 1 312 | 1 324 | 1 382 |
| Dette fiscale | F | - | - | - |
| Total | F | 1 312 | 1 324 | 1 382 |
| <i>Dettes financières</i> | | | | |
| Emprunt à Long Terme | F | 3 220 | 2 415 | 1 610 |
| <i>Fonds propres</i> | | | | |
| Capital investi | F | 1 955 | 1 955 | 1 955 |
| Réserves | F | (6 180) | (478) | 16 536 |
| Total | F | (4 226) | 1 477 | 18 490 |
| Totaux Passifs | F | 306 | 5 215 | 21 483 |

Trésorerie

Toutes les chiffres sont exprimés en milliers

| | unité | Année 1 | Année 2 | Année 3 |
|--|----------|-----------------|----------------|----------------|
| | | 000 | 000 | 000 |
| Activités d'exploitation | | | | |
| Résultats Nets | F | (6 180) | 3 706 | 11 059 |
| Plus : Impôts sur les résultats | F | - | 1 996 | 5 955 |
| Plus : Interest Expense | F | 483 | 386 | 290 |
| Plus : Amortissements | F | 1 667 | 1 667 | 1 667 |
| Minus : Variation du Fond de roulement | F | 1 312 | 12 | 59 |
| Trésorerie nette d'exploitation | F | (2 718) | 7 768 | 19 030 |
| Activités d'investissement | | | | |
| Programme d'investissement | F | (11 499) | - | - |
| Investissement net | F | (11 499) | - | - |
| Activités de financement | | | | |
| Apport en capital | F | 1 955 | - | - |
| Emprunt | F | 4 024 | - | - |
| Amortissement de la dette | F | (805) | (805) | (805) |
| Intérêt | F | (483) | (386) | (290) |
| Financement net | F | 4 691 | (1 191) | (1 095) |
| Trésorerie nette annuel | F | (9 525) | 6 577 | 17 935 |
| Trésorerie à l'ouverture | F | - | (9 525) | (2 949) |
| Trésorerie à la clôture | F | (9 525) | (2 949) | 14 986 |

10. Annexes

