

**ECOLE SUPERIEURE DE GESTION ET D'ECONOMIE  
NUMERIQUE**

**ESGEN**

**Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de Master**

Spécialité : **Audit et contrôle de gestion**

**THEME :**

**Elaboration d'un business plan dans le  
secteur agroalimentaire en Algérie  
ETUDE DE CAS : Groupe INAMED**

**Présenté par :**

**Mr. HAMDI Nasreddine**

**Encadreur :**

**Pr. BOUDOUR Nasrine**

**Promotion N° 01**

**Juin 2022**



**ECOLE SUPERIEURE DE GESTION ET D'ECONOMIE  
NUMERIQUE**

**ESGEN**

**Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de Master**

**Spécialité : Audit et contrôle de gestion**

**THEME :**

**Elaboration d'un business plan dans le  
secteur agroalimentaire en Algérie  
ETUDE DE CAS : Groupe INAMED**

**Présenté par :**

**Mr. HAMDI Nasreddine**

**Encadreur :**

**Pr. BOUDOUR Nasrine**

**Promotion N° 01**

**Juin 2022**

## *Dédicace*

Je dédie ce travail, à celui qui m'a donné la vie une fois et l'a sauvée un milliard d'autres...

Maman, tu es mère veilleuse.

A celui qui m'a indiqué la bonne voie que la volonté fait toujours les grands hommes...

A mon Père.

A tout ma famille et mes proches.

A mes aimables frère et sœurs.

A tous mes amis et collègues.

A tous ceux dont mon ancre les omet, mais non pas mon cœur.

## **REMERCIEMENT**

Nous remercions Dieu le tout puissant de nous avoir accordé santé, force, Déterminations et courage afin d'accomplir ce modeste travail.

Ce travail n'aurait pu voir le jour sans le soutien de plusieurs personnes que nous tenons à remercier :

Mon encadreur : Madame BOUDOUR Nasrine d'avoir accepté de m'encadrer ainsi que pour ses conseils.

Nos plus vifs remerciements vont également à l'ensemble du personnel de Groupe INAMED, plus particulièrement, Selim Adel FERRADJI, Mon maitre de stage, sans oublier, Mme Amira FERRADJI, pour leur chaleureux accueil.

Enfin tous ceux qui nous ont prêté main forte et contribué à la réalisation de ce travail, et que nous n'avons pas pu désigner nommément, qu'ils sachent qu'on ne les a pas oubliés et que nous les remercions de tous cœur.

***Liste des schémas :***

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Page</b>
<b>1</b>	Les fonctions d'un business plan.	<b>10</b>
<b>2</b>	Les trois grandes étapes de construction du Business model.	<b>23</b>
<b>3</b>	Les démarches de la construction d'un business plan.	<b>33</b>
<b>4</b>	L'analyse de la force concurrentielle selon le model des 5+1 force de PORTER de l'entreprise.	<b>85</b>

***Liste des figures :***

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Page</b>
<b>01</b>	Organigramme de l'entreprise d'accueil (INAMED).	<b>72</b>
<b>02</b>	La part de marché des concurrents pour la catégorie Boisson Jus.	<b>79</b>
<b>03</b>	La part de marché des concurrents pour la catégorie Boisson au lait.	<b>80</b>
<b>04</b>	La part de marché des concurrents pour la catégorie culinaire sauce tomate.	<b>82</b>
<b>05</b>	La part de marché des concurrents pour la catégorie culinaire sauce blanche.	<b>82</b>
<b>06</b>	Classification Socioéconomique des enfants 6 à 16 ans.	<b>88</b>

**Liste des tableaux :**

<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>Page</b>
<b>01</b>	Variation de l'indice de la production industrielle par section d'activité 2021-2022.	<b>55</b>
<b>02</b>	Les principaux produits des concurrents.	<b>83</b>
<b>03</b>	Analyse SWOT du projet.	<b>87</b>
<b>04</b>	Segmentation de la clientèle.	<b>88</b>
<b>05</b>	La consommation moyenne selon la class socioéconomique.	<b>88</b>
<b>06</b>	L'estimation de la production de l'usine par catégorie pour les quatre premières années de Production.	<b>94</b>
<b>07</b>	L'estimation de matière première consommée de l'entreprise durant les quatre premières années de démarrage d'usine.	<b>94</b>
<b>08</b>	Structure d'investissement.	<b>95</b>
<b>09</b>	Chiffre d'affaires prévisionnel.	<b>96</b>
<b>10</b>	Les pourcentages de chiffre d'affaires par catégorie.	<b>96</b>
<b>11</b>	Services extérieurs.	<b>97</b>
<b>12</b>	Masse salariale prévisionnel.	<b>98</b>
<b>13</b>	Création d'emploi Prévisionnel.	<b>98</b>
<b>14</b>	Dotations aux amortissements	<b>99</b>
<b>15</b>	Le compte de résultat prévisionnel.	<b>100</b>
<b>16</b>	Tableau des flux de trésorerie prévisionnel.	<b>101</b>
<b>17</b>	Calcul de la VAN et TRI.	<b>102</b>

### ***Liste des abréviations :***

**ANDI** : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

**BP** : Business plan

**BFR** : Besoin de fond roulement

**CA** : chiffre affaires

**DA** : Dinars Algérien

**EBE** : L'excédent brut d'exploitation

**E-commerce** : Commerce électronique

**ENA.JUC** : Entreprise National des Jus et des Conservees

**ENCG** : Entreprise Nationale des Corps Gras

**ENTP** : Entreprise National des Travaux aux

**H** : Heure

**IAA** : les industries agroalimentaires

**ISO** : International standard Organisation

**KDA** : Kilo dinars Algérien

**MADR** : Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural.

**MDS** : Milliards

**ONS** : Office nationale des statistiques

**PIB** : Produit Intérieur Brut

**PME** : Petite Moyenne Entreprises

**PNDAR** : Programme National de Développement Agricole et Rural

**QHSE** : Quality, Health, Safety, Environment

**R&D** : Recherche et Développement

**SARL** : Société à responsabilité limité

**SOGEDIA** : Société de Gestion et de Développement des Industrie Alimentaire

**SWOT** : Strengths, Weaknesseses, Opportunities, Threats

**TCR** : tableau de compte de résultat

**TRI** : Taux de rentabilité interne

**VA** : valeur ajoutée

**VAN** : valeur actuelle nette

**VNC** : Valeur net comptable.

## **Sommaire**

## *Sommaire*

### **Introduction générale**

<b>Chapitre 01 : Cadre Conceptuel sur le business plan .....</b>	<b>6</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>7</b>
<b>Section 01 : Généralités sur le business plan.....</b>	<b>8</b>
<b>Section 02 : Contenu de business plan.....</b>	<b>20</b>
<b>Section 03 : Les phases d'élaboration d'un business plan. ....</b>	<b>33</b>
<b>Conclusion .....</b>	<b>40</b>
<b>Chapitre 02 : Les industries agroalimentaire.....</b>	<b>41</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>42</b>
<b>Section 01 : Généralités sur l'industrie agroalimentaire.....</b>	<b>43</b>
<b>Section 02 : L'industrie agroalimentaire en Algérie.....</b>	<b>53</b>
<b>Section 03 : Les IAA en Algérie, les contraintes et les perspectives.....</b>	<b>60</b>
<b>Conclusion .....</b>	<b>66</b>
<b>Chapitre 03 : L'élaboration du business plan de construction d'une usine de production agroalimentaire.....</b>	<b>67</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>68</b>
<b>Section 01 : Présentation l'organigramme de l'accueil.....</b>	<b>69</b>
<b>Section 02 : La partie qualitative de l'étude.....</b>	<b>73</b>
<b>Section 03 : La partie quantitative de l'étude.....</b>	<b>95</b>
<b>Conclusion .....</b>	<b>105</b>
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>107</b>

### **Bibliographie**

### **Annexes**

### **Table des matières**

**Introduction générale**

Le Business plan est un concept clé dans les travaux liés à l'entrepreneuriat, au management et à la finance. L'entrepreneur en saisissant une opportunité de marché crée un projet, qui a pour but de résoudre un problème prédéfini. Ces deux concepts sont étroitement liés en ce sens que le projet n'est pertinent que si l'opportunité existe. Dans ce cadre, l'opportunité correspond à un phénomène externe susceptible d'avoir une influence favorable sur l'activité d'une entreprise dont sa rentabilité et de sa la valeur est liée à son attrait global et à la probabilité de succès de l'entreprise si elle cherche à tirer parti de cette opportunité.

Le business plan est un document qui décrit les buts et les objectifs d'une entreprise. Il comprend également une description détaillée des produits ou services de cette dernière, de la stratégie marketing et des projections financières. Le business plan est un outil important pour tout propriétaire d'entreprise, car il représente la carte d'identité qui vise à aider à lever des capitaux, à obtenir des prêts ainsi à attirer des investisseurs.

Dans l'industrie, le business plan est un dispositif réfléchi pour toute entreprise, quelle que soit sa taille, le domaine industriel est caractérisé par un degré élevé de concurrence et un business plan peut procurer à l'entreprise un avantage concurrentiel.

Plus particulièrement L'industrie agroalimentaire, l'une des industries les plus importantes au monde, qui est responsable de la transformation des matières premières alimentaires en produits finis pour la consommation humaine, et comme dans l'industrie agroalimentaire existe de nombreux risques potentiels, et un business plan bien conçu peut aider à naviguer dans ces eaux et à augmenter les chances de succès.

En Algérie l'industrie agroalimentaire est l'un des secteurs clés de l'économie algérienne, le pays dispose d'une riche diversité de produits agricoles et de conditions climatiques favorables à leur production.

En outre, l'Algérie a une main-d'œuvre qualifiée et une infrastructure adéquate pour soutenir l'industrie agroalimentaire.

L'industrie agroalimentaire est un secteur en pleine expansion en Algérie. De nombreuses entreprises sont créés chaque année dans ce secteur et la concurrence est de plus en plus féroce,

pour se démarquer, les entreprises doivent proposer des produits de qualité à des prix compétitifs. Elles doivent également investir dans la communication et la promotion de leurs produits.

Les consommateurs algériens sont de plus en plus informés et exigeants. Ils veulent des produits sains et de qualité à des prix raisonnables, pour réussir dans l'industrie agroalimentaire, il faut donc être innovant, offrir un excellent rapport qualité/prix et communiquer efficacement auprès du public.

Pour réussir dans le secteur agroalimentaire en Algérie, il est important d'élaborer un business plan solide. Il faut tout d'abord définir les objectifs de l'entreprise. Ensuite, il faut établir un budget et une stratégie marketing adaptés au secteur agroalimentaire. Il est également important de trouver les bonnes sources de financement et de bien gérer les stocks.

Cependant, il existe encore peu de business plan dans le secteur agroalimentaire en Algérie. Cela est dû en partie au manque de connaissance des entrepreneurs sur ce qu'est un business plan et comment il peut être utiles pour la création et développement de leur entreprises.

Aussi il y a des difficultés à élaborer un business plan adéquat dans le secteur. Cela est dû au fait que les entreprises algériennes sont généralement de petite taille et ont peu de connaissances en matière de gestion d'entreprise. En outre, les conditions politiques et économiques instables du pays rendent souvent difficile pour les entreprises.

Dans l'optique de créer une entreprise agroalimentaire dans un futur proche, et vu l'importance du business plan dans ce secteur, nous avons choisi d'orienter notre recherche sur la thématique, en intitulant notre mémoire : « élaboration d'un business plan dans le secteur agroalimentaire en Algérie », pour ce faire nous avons choisi d'élaborer un business plan au sein de l'entreprise INAMED.

### ❖ Intérêt et choix du sujet :

Les raisons de choix du thème est fondé sur :

- ❖ Le lien du sujet avec notre spécialité « Audit & contrôle de gestion ».
- ❖ L'importance de Business plan comme outil stratégique et concurrentielle.

- ❖ Connaitre les étapes et la structure du business plan, et son intérêt pour une entreprise.
- ❖ L'ampleur de secteur agroalimentaire pour l'économie Algérienne.

Pour bien traiter notre thème, nous allons avoir cerné notre problématique principale :

### **Comment établir un business plan dans une entreprise du secteur agroalimentaire en Algérie ?**

De cette problématique découlent les questions secondaires suivantes :

- Qu'est-ce qu'un business plan ?
- Quel est l'état de l'industrie agroalimentaire en Algérie ?
- Quelle est le rôle de business plan dans les entreprises opérant dans le secteur agroalimentaire ?

Pour répondre à notre principale problématique, aussi que les questions secondaires, nous avons opté pour les hypothèses suivantes :

- Hypothèse 01 : L'élaboration d'un business plan passe par les trois grandes phases suivantes. Diagnostic. Construction. Rédaction.
- Hypothèse 02 : Le business plan est un outil transversal du projet. Toutes les dimensions de l'investissement ou du désinvestissement ont été prises en compte, stratégique, opérationnelle et financière.
- Hypothèse 03 : Business plan permet de l'entreprise agroalimentaire de définir les objectifs, les moyens et les stratégies à mettre en place pour atteindre ces objectifs, ainsi que comprendre les enjeux et les challenges liés à son environnement.

## ❖ Notre Objectif :

Notre travail de recherche à pour la valorisation de business plan comme un outil important dans la vie d'une entreprise agroalimentaire pour sa création, son développement de ses activités dans environnement instable.

## ❖ La méthodologie de recherche :

La réalisation de ce travail s'articule sur deux axes de recherches, nous avons mené d'abord une étude théorique où nous avons focalisé sur l'aspect théorique de Business plan et les industries agroalimentaires en utilisant la recherche documentaire qui nous aidé à comprendre les concepts de business plan, son contenu ainsi que son élaboration, ainsi des concepts sur les industries agroalimentaire en générale et l'état de l'industrie en Algérie, à travers la consultation des ouvrages, des sites web, et des articles scientifiques, ainsi que les revues et mémoire de recherche.

Ensuite et pour la partie pratique, Pour mieux répondre à notre problématique principale, nous avons opté pour la démarche méthodologique descriptive suivante,

En utilisant différents méthodes qualitative et quantitative pour la collecte des données pour élabore notre business plan pour une nouvelle usine de la production agroalimentaire :

- Entretiens approfondis : Avec le gérante de l'entreprise.
- Analyse de différents doucement interne de l'entreprise.
- Les changes avec le personnel de l'entreprise.

## ❖ Plan de travail :

Dans le but d'apporter des réponses à notre travail de recherche, nous avons structuré ce travail en trois chapitres :

Le premier chapitre intitulé « **Cadre conceptuel sur le business plan** », nous présentons le concept général du business plan, son contenu ainsi que son élaboration.

Le deuxième chapitre abordé « **les industries agroalimentaire** », nous présentons le concept du secteur agroalimentaire en générale, ainsi que son poids dans l'économie nationale, et les contraintes et perspectives qui face le secteur agroalimentaire en Algérie.

Pour illustrer notre étude, nous allons dans le troisième chapitre intitulé « **l'élaboration du business plan de construction d'une usine de production agroalimentaire** », faire une présentation de l'organisme d'accueil avant de passer à la présentation d'un business plan de création d'une usine en deux parties, la partie qualitative de l'étude, ainsi que la partie quantitative.

**Chapitre 01 : Cadre conceptuel sur le business plan**

### **Introduction :**

Les entreprises qui réussissent sont souvent des projets fondés sur des processus de planification solides et complets. C'est ce que les études tentent de démontrer et d'établir la réalité. Les études et les faits indiquent que le taux d'échec dans les secteurs industriels hautement concurrentiels, à moins qu'on ne prête attention au plan de travail initial et aux procédures de financement, n'est pas suffisamment important et clair.

Le business plan est une base essentielle pour le succès et la durabilité des projets, avec un vif intérêt de la part des chercheurs et des écrivains dans le domaine de l'entrepreneuriat et la gestion des projets, Des définitions variées ont été développées, Dans ce chapitre, nous allons tenter de faire la lumière sur ce qu'est le business plan, ses objectifs, Ainsi son rôle et l'importance qu'il gagne, pour arriver à la façon de préparer le business plan ainsi que et sa rédaction, qui prendra la majeure partie de notre travail.

## Section 01 : Généralités sur le business plan

Un Business Plan est un document dans lequel une opportunité d'affaires, ou une entreprise déjà en cours, est identifiée, décrite et analysée, en examinant sa faisabilité technique, économique et financière. Le Plan développe toutes les procédures et stratégies nécessaires pour transformer l'opportunité d'affaires en un véritable projet d'entreprise.

### 1.1- définition du business plan et ses objectifs :

#### **1.1.1- Définition d'un business plan :**

*« Le business plan est un dossier d'analyse d'un projet d'investissement ou désinvestissement, il explique pourquoi, comment et à quel délai l'investissement ou le désinvestissement envisagé peut devenir rentable »<sup>1</sup>*

*« Le BP est, avant tout, un moyen pour le futur entrepreneur de clarifier sa vision de L'Entreprise en précisant les éléments fondamentaux comme : son équipe, son activité précise, ses moyens, sa rentabilité et son avenir. La démarche de construction du BP se matérialise par un document de synthèse, qui raconte une histoire et sa traduction financière. La réelle valeur d'un BP n'est pas le fait de présenter un document écrit fini.*

*Toute sa valeur repose sur le processus de recherche et de réflexion systématique pour construire le projet. La plus grande partie du temps sera consacrée, pendant cette période de construction, à la recherche d'idées, des solutions, à repenser et retravailler ces solutions.*

*Là, réside la valeur du processus de construction d'un BP. Aussi, il est important de prendre le temps pour le construire proprement : ceux qui agissent ainsi ne regrettent jamais leur effort »<sup>2</sup>*

Donc le business plan c'est un document écrit qui retrace l'histoire et le développement d'une idée créée par un créateur ou une équipe et qui va prendre forme (projet), et se transformer en entreprise est ce qui rend cette réflexion possible. C'est le mode de communication privilégié

---

<sup>1</sup> BREMONT (M), Engelman, (M), Labegorre (F) : *le business plan du créateur d'entreprise une démarche illustré*, Ed afnod, France,2009, P10.

<sup>2</sup> LEGER-JARNIOU (C), Kalousis (G) : *Construire son business plan*, 4<sup>ème</sup> édition, Dunod, Paris, 2017, P8.

entre un entrepreneur et son équipe, ainsi qu'entre l'entrepreneur et ses partenaires extérieurs (investisseurs et fournisseurs, ...) Il doit expliquer l'origine de l'idée, qui la porte, les objectifs à moyen terme du porteur de projet, et comment ils vont les atteindre.

Dans certains cas, le plan doit mentionner la vente de l'entreprise et la date à laquelle elle aura lieu. Le business plan doit toujours démontrer que le projet peut être financé et que l'entreprise gagnera suffisamment d'argent pour rembourser ses créanciers. Il doit être fiable, dynamique et sérieux. Il se compose de deux parties. La partie textuelle (le corps du BP qui contient les informations vérifiées) est suivie de la partie financière (la traduction de la partie textuelle). Cette partie démontre la cohérence du projet et sa faisabilité. Les données financières prévisionnelles seront utilisées pour confirmer et traduire les déclarations et pour démontrer la viabilité de ce projet. Elles se trouveront à la fin.

En d'autres termes, le BP est un document multiple car il a plusieurs destinataires possibles, à l'intérieur et à l'extérieur de la future entreprise. Il peut être utilisé à la fois comme un outil de communication et comme un document de travail.

### 1.1.2- Les objectifs du BP :

Le BP participe concrètement à l'avancement du projet de création d'entreprise répondant à deux objectifs distincts :<sup>1</sup>

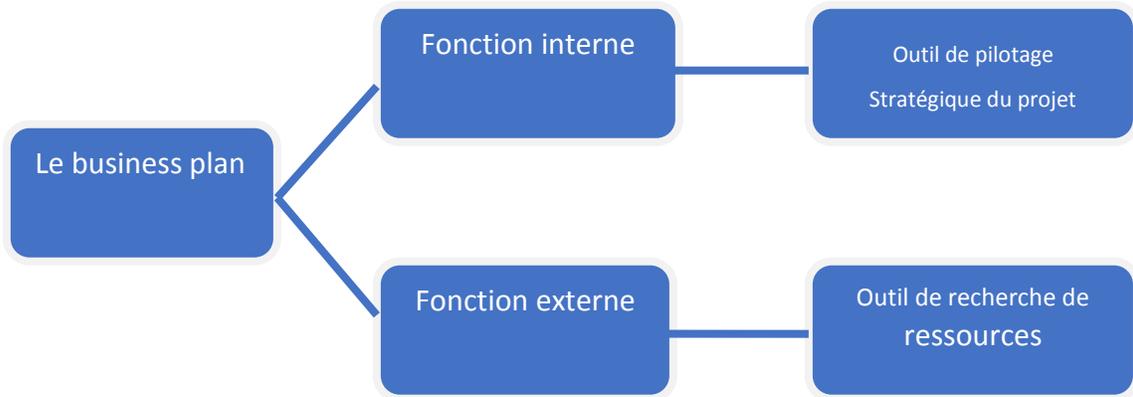
- ✓ Aider le créateur à construire puis mettre en œuvre son projet : ici c'est plutôt la notion de « Plan » du BP qui est concernée. Il s'agit, plus globalement, de la fonction interne du BP.
- ✓ Trouver des ressources externes – principalement financières – afin de pouvoir réaliser son projet. Cette fois, c'est plutôt la dimension « business » du BP qui est impliquée. C'est la fonction externe du BP.

---

<sup>1</sup> CLAUDE (Maire), : *Méthodologie du BP*, Ed. Organisation, Paris, 2002, P7.

## 1.2- Les fonctions de Business plan :

Schéma N° 01 : les fonctions d'un BP



Source : COSTER (Michel) : *Entrepreneuriat*, Ed Pearson, Paris, 2009, P134

### 1.2.1- Les fonctions internes du business plan « outil stratégique » :

Les bénéfices apportés à l'entrepreneur dans l'élaboration du BP peuvent être de différentes natures : <sup>1</sup>

#### ➤ Aide à la réflexion et à la décision :

Une aide à la réflexion et à la décision. En tout premier lieu, le BP va aider l'entrepreneur à affiner l'identité de sa future entreprise. Le BP joue un rôle de réducteur d'incertitudes et de précision. C'est alors que la décision de franchir le pas vers la création sera rendue possible.

L'objectif consiste donc à préciser les contours du projet après analyse des différents scénarios. Deux principes de base permettent de tendre vers cet objectif avec un meilleur résultat.

- Faire preuve de sérieux, c'est – à – dire réaliser le travail avec des données de terrain précises et valides.
- Limiter l'optimisme souvent trop présent dans les projections.

---

<sup>1</sup> FAYOLLE (A), Fillion (J.L) : *Devenir entrepreneur*, édition village mondial, France, 2013, P.110

### ➤ Aide à la prévision de la future :

Une aide à la prévision. L'élaboration du BP permet d'aborder une autre perspective fondamentale, celle de la prévision, c'est – à – dire du plan de la mise en œuvre du projet.

En effet, durant la réalisation du BP, l'entrepreneur identifie des sources d'information sur son secteur, établit différents scénarios, dont l'un qu'il privilégie, d'autres éventuellement pourront prendre la forme de repli dans l'avenir. Il s'impose de valider et de démontrer des éléments dont il n'avait que l'intuition, il perçoit les risques de dépendance, les risques financiers, les besoins de compétence, et il identifie nombre de ses futurs interlocuteurs économiques. En cela, il réduit de sensible et effective ses incertitudes.

### ➤ Aide à l'action future :

Pour faire la part des choses sur la valeur de plan contenue dans le BP, entre prévision et aide à la réflexion, il faut envisager que le BP tienne un rôle efficace dans la conduite effective de la nouvelle entreprise. Une fois le projet lancé, l'entrepreneur saura en effet comment agir dans certaines situations parce qu'il aura envisagé le scénario auparavant.

### 1.2.2- Les fonctions externes du business plan : un outil de communication et une aide pour la recherche de ressource : <sup>1</sup>

Dans cette perspective, la fonction du BP est tout autre : il s'agit de sa capacité à signaler à l'environnement l'existent imminente du projet, de manière ciblée, en vue de mobiliser des énergies ou d'attirer des ressources.

Les objectifs de la communication du projet peuvent être synthétisés comme suit :

### ➤ Communiquer sur le projet :

L'objectif est de le faire connaître auprès des parties prenantes potentielles de la future entreprise.

Cette fonction externe du BP (ou de sa synthèse) vise à communiquer sur le projet et doter ce dernier des ressources nécessaires à sa réalisation. Il doit vérifier les 5 caractéristiques suivantes :

---

<sup>1</sup> FAYOLLE (A), Fillion (J.L) : *Devenir entrepreneur*, édition village mondial, France, 2013, P.115

- Faire comprendre rapidement la nature du projet.
- Renseigner efficacement sur le porteur du projet.
- Permettre d'évaluer le degré de préparation du projet.
- Aider et faciliter les tiers à prendre position sur le projet.
- Eclairer sur la viabilité la pérennité, l'ambition et la rentabilité du projet.

### ➤ **Rechercher des fonds :**

Rechercher des fonds. Dans cet objectif de communication, le BP est bien souvent téléguilé par l'attente d'un engagement concret de la part des cibles. Pour l'entrepreneur, l'enjeu consiste en général à fédérer les fonds nécessaires au lancement de son entreprise.

La relation est ici bilatérale, car cela conduit à attendre un retour de la part des parties prenantes susceptibles de participer au financement du projet.

La nature des parties prenantes concernées par cette fonction du BP est bien plus restreinte. Elle se limite aux apporteurs de fonds (les banques et les investisseurs au sens large).

Avec T. Verstraet, qui a résumé cette fonctionnalité du BP comme suit : « *le créateur dans l'élaboration de son projet définit les bases de l'organisation qu'il compte créer pour apporter aux parties prenantes les contreparties de leurs contributions* »<sup>1</sup>. Sa définition ne laisse aucune ambiguïté sur cette fonction du BP : il doit permettre de collecter des fonds, l'auteur ajoute que l'entrepreneur est à la fois celui qui conçoit un ordre nouveau et celui qui est capable de convaincre les autres d'y adhérer.

Le BP fait office de clé d'entrée pour trouver des investisseurs car il constitue le premier contact avec les investisseurs potentiels. Le capital – risquer l'exigera dans la majorité des cas,

---

<sup>1</sup> Verstraet (T), : *Le business model : une théorie pour des pratiques*, Entreprendre & Innover, n° 13, janvier 2012, P.10.

avant toute programmation de réunion et c'est précisément le contenu du BP qui déterminera si le projet est capable de passer à l'étape suivante.

Cette finalité externe du BP comme moyen de convaincre des apporteurs de ressources induit que celui – ci doit prendre plutôt une forme d'outil, et non de pilotage. Il devient alors un document détaillé, incluant des projections financières fondées sur un business model bien construit et insistant sur la viabilité, l'ambition et rentabilité du projet, de sortie (pour les investisseurs en fonds propres).

➤ **Susciter l'intérêt les partenaires stratégiques du projet :**

Considérant le BP comme un outil pour communication et persuasion, on s'intéresse ici à sa fonction externe ayant l'objectif d'enrôler les potentiels partenaires stratégiques du projet. Initialement temps (fonction BP interne), l'entrepreneur a identifié quels partenaires stratégiques étaient favorables à la réussite du projet. L'effet peut être une perte de confiance définitive vis-à-vis de l'entrepreneur.

L'entrepreneur peut néanmoins écrire un cadre commun et, lorsqu'il présente son projet à l'oral, adapter son discours à la nature de son interlocuteur. Il rassurera un banquier sur la pérennité probable du projet à l'heure actuelle sur l'importance de l'étude de marché, il fédèrera plus facilement les investisseurs en mettant en lumière les attentes des retour sur investissement, il cherchera des subventions publiques en pointant la participation du projet à la vie économique locale ou à son action pour l'emploi, il suscitera l'intérêt d'un client potentiel par la proportion de valeur, il intéressera un bureau d'étude pour son potentiel développement, etc..

## 1.3- Typologie de business plan :

Il y a au moins quatre types de business plans :

### **1.3.1 Retour sur investissement :**

En anglais « cash machine », Dans ce concept, le consommateur paye en amont les produits, bien avant que l'entreprise ait à couvrir des dépenses liées à l'achat qu'ultérieurement. Cela permet d'augmenter la capacité financière de l'entreprise et donc d'amortir une dette ou d'investir dans d'autres secteurs.<sup>1</sup>

### **1.3.2- Avantage concurrentiel :**

En anglais « competitive advantage », ces business plans sont centrés sur une niche de marché précise. Ils sont appelés aussi des business plans d'avantage concurrentiel. L'avantage concurrentiel d'une entreprise sur son marché lui permet de se démarquer de la concurrence. Cet avantage compétitif la différencie de ses concurrents et lui octroie un avantage par rapport à eux. Disposer d'un ou plusieurs avantages concurrentiels constitue un véritable atout stratégique et représente des facteurs clés de succès. Dans ce cas l'entreprise va cibler une clientèle précise telles les séniors, les sportifs, les urbains.<sup>2</sup>

L'avantage concurrentiel est ce qui rend une entreprise unique et différente de toutes les autres. Un bon positionnement sur un marché donné se construit grâce à un ou des avantages concurrentiels qui donnent de la valeur à telle entreprise ou tel produit (et/ou service) et cela rend son offre préférable à celle de ses concurrents. L'objectif est d'attirer toujours plus de nouveaux clients et d'augmenter sa part de marché.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> <https://www.cacomptepourmoi.fr>, (consulté le 18/05/2022 à 09h:51)

<sup>2</sup> <https://www.manager-go.com> (consulté le 18/05/2022 à 10h:04)

<sup>3</sup> <https://jobphoning.com>, (consulté le 18/05/2022 à 10h :15)

### 1.3.3- Equipe de rêve :

En anglais « *dream team* », Dans ce cas, les business plans mettent en avant la composition de l'équipe d'entrepreneur. C'est le cas par exemple, si l'équipe comporte un ou plusieurs CV de stars incontournables dans le domaine d'activité.<sup>1</sup>

### 1.3.4- Innovation radicale :

En anglais « *Killer app* », dans ce cas, les business plans sont centrés sur une innovation en rupture. Ils sont également appelés des business plans d'innovation radicale. C'est le cas par exemple dans le domaine des nano-technologies ou du bio-médical.<sup>2</sup>

## 1.4- Le contexte d'utilisation d'un business plan :

Dans ce qui suit sont exposés différents types de plans d'affaires qui peuvent être développés en fonction de leur utilisation principale.

Par conséquent, le plan de travail peut être utilisé et intégré à plusieurs contextes. Création d'une entreprise (ou d'une filiale), dans la gestion courante et lors des opérations exceptionnelles (acquisition, vente et coopération).

### 1.4.1- Le business plan de création :

La création est ici prise au sens large. Elle peut couvrir plusieurs cas que nous décrivons brièvement.<sup>3</sup>

#### a) - Lors de la création de l'entreprise :

Il s'agit là d'un cas très complexe puisqu'il n'existe qu'un petit nombre d'informations fiables au départ. L'orientation entrepreneuriale, l'analyse du marché, l'évaluation des menaces et opportunités, et surtout les qualités du management sont déterminantes.

---

<sup>1</sup> KISSOUM, (L) et MEZIANE (T), : *l'utilité du business plan pour une entreprise*, Master, Tizi Ouzou,2019, P.16

<sup>2</sup> Ibid, P.16

<sup>3</sup> CLAUDE (Maire), : *Méthodologie du BP*, Ed. Organisation, Paris, 2002, p9

Lors de la réalisation de votre projet et afin de garantir sa légitimité et sa faisabilité financière, vous souhaitez planifier un Business plan. Il est concevable d'induire une offre d'assistance, mais le fondamental doit venir du créateur. Les spécialistes qui vous

Accompagneront dans cet ouvrage seront là pour valider la forme et l'authenticité de l'aventure en accordant leur expérience et leur savoir-faire.

Quoi qu'il en soit, vous êtes en quelque sorte celui qui connaît avec précision les formes de votre entreprise. Vous aurez ensuite besoin, dans ce rapport et sur la base de présomptions, de vous étendre sur le long terme et d'évaluer la faisabilité de votre entreprise.

Une fois actualisé, le business plan vous accordera la possibilité d'avoir un dossier pour persuader des complices de venir partager l'entreprise avec vous et d'obtenir du financement. Donc on peut recenser au minimum trois utilités essentielles à ce business plan :

- Valider la faisabilité financière du projet ;
- Convaincre de futurs actionnaires ;
- Obtenir des financements ;

### **1.4.2- La reproduction d'une entreprise :**

Il s'agit ici encore, de construire le business-plan d'une création. Tel est le cas d'une entreprise régionale, qui crée une filiale pour s'implanter dans une région où elle ne l'était pas, voire dans un pays différent.

Ce cas est relativement moins complexe puisque le modèle existe. Il suffira, si l'on peut dire de se demander en quoi l'entreprise nouvelle différera ou non de celle déjà existante. Ce nouvel intérêt est de définir quelle dotation en capital sera attribuée par la société existante à sa nouvelle filiale.

Cette formule se révèle particulièrement intéressante en cas d'investissement dans un pays étranger, puisqu'elle évite à l'entreprise d'origine de subir d'éventuels risques de change sur son investissement.<sup>1</sup>

### 1.4.3- Les grands projets :

Chaque fois qu'une société envisage un projet, dont la taille est telle qu'elle modifie fondamentalement la situation de l'entreprise, il est alors nécessaire de bâtir un business-plan spécifique. On parlera dans ce cas de « gestion de projet ».

Un business plan doit toujours faire l'objet d'un suivi, cela est encore plus indispensable en cas de projet de création, dans la mesure où les enjeux sont souvent majeurs et les risques de dérapage sont très importants. Chacun sait en effet qu'un projet mal contrôlé coûte plus cher que prévu et prend du retard. En effet, lors d'une création par un nouvel entrepreneur, les dérapages éventuels peuvent compromettre lourdement sa crédibilité auprès de ses interlocuteurs.<sup>2</sup>

Le business-plan devra :

- D'une part, tenter de mesurer la rentabilité spécifique du projet. Tel sera par exemple le cas si l'on décide de construire une nouvelle usine ou d'adjoindre aux activités de l'entreprise une nouvelle gamme de produits.
- D'autre part, de mettre en évidence quelle sera à terme la situation globale de l'entreprise si elle lance le projet étudié.<sup>3</sup>

### 1.4.4- Le business-plan dans la gestion courante :

Si l'activité de l'entreprise tourne depuis quelques années, et elle constate une dégradation de son chiffre d'affaires. Développer de nouvelles activités.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> CLAUDE (Maire), : *Méthodologie du BP*, Ed. Organisation, Paris, 2002, P.9.

<sup>2</sup> TOURNIER, (J.B) : *Construire un business plan pour la première fois* : Tous les trucs de la rédaction du business plan Ed. 1, 2007, p28.

<sup>3</sup> CLAUDE, (Maire), : *Méthodologie du BP*, Ed. Organisation, Paris, 2002, P.27

<sup>4</sup> CLAUDE (Maire), : *Opcit*, P.10

Dans ce contexte, il est nécessaire de poser les chiffres et les hypothèses pour anticiper, savoir précisément où vous allez et valider la faisabilité de vos nouvelles perspectives.

La réalisation d'un Business Plan vous permettra :

- Coordonner l'action à moyen terme de l'entreprise en fournissant une vision / prévision globale et cohérente aux salariés, aux managers, aux investisseurs, etc. ;
- Avoir un outil de communication au sein de l'entreprise (référence permanente pour le management) ;
- Mesurer les dérives et mettre en œuvre les actions correctrices (comme tout outil de prévision) ;

### 1.4.5- Lors d'opérations exceptionnelles :

Si le concept est unique, et l'entrepreneur souhaite le franchiser, faire entrer des actionnaires ou tout simplement transmettre l'entreprise ?

Pour savoir ce qu'il en est, faire un point et être en mesure de communiquer, il est indispensable d'établir un prévisionnel.

Quelle qu'en soit la raison, le Business Plan doit toujours être établi avec prudence, rigueur et soin. Un Business Plan inatteignable sera, en effet, un handicap dans la réalisation des projets. Ce n'est qu'en restant prudent et fixant des objectifs réalistes que l'entrepreneur serez à même de les mener à bien. Le visa de l'expert-comptable peut donner par ailleurs de la crédibilité vis-à-vis des tiers. <sup>1</sup>

Donc l'objectif est :

- Avoir un document pour la négociation du prix de l'entreprise dans le cas d'une opération de fusion ou d'acquisition.

---

<sup>1</sup> [www.lhotellerie-restauration.fr/blogs-des-experts/acquisition-transmission/business-plan-les-objectifs.html](http://www.lhotellerie-restauration.fr/blogs-des-experts/acquisition-transmission/business-plan-les-objectifs.html),  
(consultée le 03/05/2022, à 11h:32)

- Avoir un document pour la négociation du prix de la participation dans l'entreprise dans le cas d'une prise de participation.

### **1.5- L'importance de business plan :**

Le business plan est un document précieux pour l'entrepreneur, les investisseurs potentiels et même pour les employés. Le business plan est important pour les raisons suivantes :<sup>1</sup>

1. Il aide à déterminer la viabilité de l'entreprise sur un marché cible ;
2. Il guide l'entrepreneur dans le démarrage de l'entreprise ;
3. La réflexion impliquée dans la préparation du plan d'affaires sensibilise l'entrepreneur aux problèmes qui pourraient entraver le succès de l'entreprise ;
4. Il sert de guide aux investisseurs et aide ainsi à obtenir des financements ;
5. La rédaction du plan d'affaires oblige les fondateurs à réfléchir à tous les aspects de l'entreprise ;
6. Un plan d'affaires clair énonce la vision et les objectifs des fondateurs ;
7. Un plan d'affaires communique à toutes les parties prenantes. Ils peuvent juger de l'avenir de l'entreprise sur la base du plan d'affaires ;
8. Le plan d'affaires permet d'identifier les variables importantes qui détermineront le succès ou l'échec de l'entreprise ;
9. Le plan d'affaires est utilisé comme un document de vente aux étrangers ;

---

<sup>1</sup> DELERS, BRIGITTE (A): *Check list du business plan*, Ed 50 Minutes, Paris, P.9

## Section 02 : Contenu de business plan

Le business plan se compose principalement de deux parties :

- La partie qualitative : elle décrit les choix fondamentaux de l'entreprise et les plans d'action de sa stratégie.

C'est une partie pratiquement littéraire mais qui doit être rédigée de manière sévère.

- La partie quantitative : correspond à traduire la synthèse financière et les stratégies décrites dans la partie qualitative sous forme de tableaux (comptes d'exploitation prévisionnels, tableaux de financement et de trésorerie).

**Il n'existe pas un modèle unique de business plan, puisqu'il s'adresse à des interlocuteurs de types différents<sup>1</sup>**, ce dernier dépendra de l'objet du plan de travail, de la nature de l'activité de l'entreprise, et de la qualité des informations disponibles.

### 2.1- La partie qualitative :

#### **2.1.1- Le résumé opérationnel (executive summary) :<sup>2</sup>**

C'est le résumé stratégique du projet. Il comporte tout ce qui se dit d'essentiel pendant un entretien de deux minutes, avant de rentrer dans les détails notamment techniques, l'interlocuteur doit comprendre le sens du projet et son périmètre. L'exécutive summary ne contient que les « fondamentaux » du projet :

- Les produits ou services (brève description de l'activité envisagée ;
- Les avantages compétitifs ;
- Les clients ;
- Les objectifs et la manière de les atteindre ;

---

<sup>1</sup> DUSSOSSOY (Patrick): *construire et rédiger son business plan*, Edition GERESO, France, 2017, P.185

<sup>2</sup> MENGUELTI (Nadir): *Valorisation d'un business plan*, Master, tizi Ouzou, 2019, P.24

- Les acteurs de votre future entreprise ;
- Le stade de développement technique et le degré d'avancement du projet ;
- Les prévisions financières et notamment la rentabilité ;
- Les perspectives d'avenir de votre marché et de votre business ;

L'exécutive summary est découpé en plusieurs paragraphes de trois à cinq lignes chacun. Chaque paragraphe met en avant les principales conclusions ou points déterminantes chaque partie du business Plan.

C'est la dernière partie qu'un élaborateur d'un BP rédigera mais la première lue par le destinataire de ce document, son objectif est de pousser le récepteur à tourner la page et continuer la lecture.

## 2.1.2- Le cadre du projet (Présentation de Projet) :

Le projet peut être resitué dans une perspective historique et géographique.<sup>1</sup>

### ➤ L'histoire du projet

Quelles sont les origines du projet ? D'où est née l'idée de création ?

### ➤ La localisation

Le projet doit également être géographiquement situé. Trois facteurs peuvent justifier le choix du lieu d'implantation :

- Une faible menace concurrentielle l'entreprise s'écarte de ses concurrents ;
- Les débouchés commerciaux l'entreprise se rapproche de ses clients ;
- Les facilités de production l'entreprise est proche des sources d'approvisionnement, des infrastructures de transport, etc.

---

<sup>1</sup> Betholet (Guilhem) : *le petit livre rouge de la création d'entreprise*, Ed Eyrolles, France, 2015, p.15

### 2.1.3- Les porteurs du projet :

Les investisseurs recherchent la rentabilité maximale pour le risque minimal. Ils doivent donc être convaincus de l'intérêt du projet (c'est-à-dire des perspectives de rentabilité attrayantes) mais aussi, et surtout, de la capacité et de la volonté de l'équipe dirigeante à le mener à bien. À projets équivalents, la motivation des porteurs de projet fait souvent la différence.<sup>1</sup>

### 2.1.4- Le business model :

Qu'est-ce que le business model ?<sup>2</sup>

Un business model, appelé également modèle économique ou modèle d'affaires, décrit précisément comment votre entreprise va gagner de l'argent. En pratique, cela revient à définir ce que vous allez vendre, auprès de quels clients, dans quel but, de quelle manière et pour quel bénéfice.

Il s'agit de décrire en quelque sorte votre activité de manière détaillée. La description de votre modèle économique est une des pièces maîtresses de votre projet de création d'entreprise. Votre business model est une stratégie que vous aurez définie au préalable.

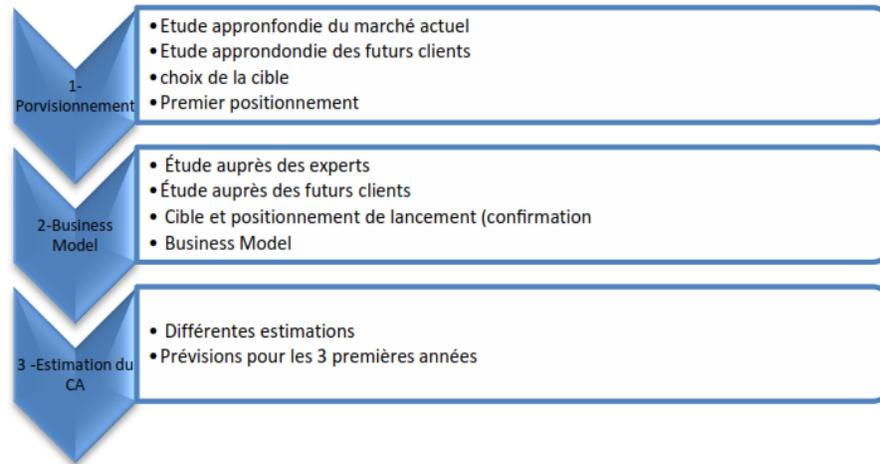
On parle de construction de business model car plusieurs étapes sont nécessaires pour valider son projet auprès de ses futurs clients. On retiendra trois grandes étapes de construction, comme le montre la figure suivante :

---

<sup>1</sup> Betholet, (Guilhem) : *le petit livre rouge de la création d'entreprise*, Ed Eyrolles, France, 2015, P.16

<sup>2</sup> <https://business-builder.cci.fr/guide-creation/le-business-model/comprendre-le-business-model>, (consultée le 09/05/2022, 13 :11)

## Schéma N° 02 : Les trois grandes étapes de construction du Business model



Source : LEGER-JARNIOU (C), Kalousis (G) : *Construire son business plan*, 4<sup>ème</sup> édition, Dunod, Paris, 2017, P.8.

### ➤ Le business model il est différent du business plan ?

Le business model ne remplace pas le business plan : le Business Model décrit les liens logiques entre l'offre (la proposition de valeur), les clients, les revenus...

Le business plan est le document dans lequel on présenter le business modèle, ce dernier, est un élément clé du business plan puisqu'il montre la structure financière de l'entreprise : la manière de créer de la richesse, si le modèle économique est pertinent, votre projet sera rentable à long terme.

### 2.1.5- L'analyse stratégique :

#### a) La mission de l'entreprise :

C'est la définition de la mission de l'entreprise c'est-à-dire la réponse à la question suivante : qu'est-ce que l'entreprise veut faire et veut être ?

- La délimitation de l'activité de l'entreprise ;
- La définition de l'identité de l'entreprise ;

**b) L'analyse et le diagnostic de l'environnement :**

Dans un environnement parfait, tout aspect externe et interne représente respectivement une opportunité et une force pour l'entreprise. Cependant, en réalité nous sommes face à un marché aléatoire qui change constamment donc il est important pour l'entreprise de montrer dans son business plan une connaissance appréciable du marché et de l'environnement interne et externe qui peut se traduire par une Matrice SWOT et une analyse PORTER, ainsi des principaux concurrents et leurs produits et une démonstration du positionnement de l'entreprise vis à vis de ses concurrents.

**➤ Analyse de PORTER :**

L'analyse de Porter en est un bon exemple comme un outil de l'analyse de l'environnement de l'entreprise elle permet de se poser quelques questions systématiques sur les pouvoirs des acheteurs, des fournisseurs, l'existence d'entrants potentiels ou de produits de substitution. Ce balayage large de l'environnement peut se faire en peu de temps et conduit à mieux cerner la nature de la concurrence. Il repose sur les 5 forces de PORTER plus une le model des 5 + 1 : <sup>1</sup>

- Le pouvoir de négociation des clients
- Le pouvoir de négociation des fournisseurs
- La menace des nouveaux entrants et les barrières à l'entrée
- La menace des produits de substitution
- L'intensité concurrentielle du secteur
- L'état

---

<sup>1</sup> MOTTIS (Nicolas) : *Partie 2 Outils de gestion - Management – Stratégie*, Pilotage de l'entreprise et contrôle de gestion, Dunod, Paris, 2017, p167

### ➤ La matrice SWOT :

L'analyse SWOT est une méthode d'analyse stratégique combinant une analyse de l'entreprise (interne) avec une analyse de son environnement économique (externe).<sup>1</sup>

**SWOT** signifie : Strengths (Forces), Weaknesses (Faiblesses), Opportunities (Opportunités), Threats (Menaces). Les forces et faiblesses de l'entreprise sont les résultats d'une analyse stratégique interne de l'entreprise, tandis que les opportunités et menaces sont liées à l'environnement économique dans lequel l'entreprise évolue.

### c) La stratégie marketing :

L'analyse de l'environnement a démontré l'existence d'opportunités commerciales à la portée de l'entreprise. La stratégie marketing vise à prouver la viabilité commerciale de l'offre de l'entreprise. Quelle place l'entreprise entend-elle occuper sur le marché ?<sup>2</sup>

### ➤ La clientèle ciblée et le besoin couvert :

Une fois l'environnement externe et interne analysé, l'entreprise choisit sa cible. Pour cela, elle segmente puis cible son marché don l'entreprise choisit

- La segmentation du marché ;
- Le ciblage du marché ;
- Le positionnement de l'offre ;
- La différenciation de l'offre ;

---

<sup>1</sup> [https://www.thebusinessplanshop.com/blog/fr/entry/analyse\\_swot/](https://www.thebusinessplanshop.com/blog/fr/entry/analyse_swot/) (consultée le 03/05/2022, 19 :45)

<sup>2</sup> Betholet, (Guilhem) : *le petit livre rouge de la création d'entreprise*, Ed Eyrolles, France,2015, P.22

### 2.1.6- Les moyens d'exploitation :

Le but ici est de prouver la faisabilité de l'opération, d'expliquer comment l'entreprise espère réaliser ses prévisions de ventes, on parle notamment du : plan d'action marketing, de l'approvisionnement de la production, et des ressources humaines<sup>1</sup>

#### a) Le plan d'action marketing :

C'est le marketing mix 4P, sont les 4 composantes du plan marketing

- Prix
- Produit
- Place (distribution)
- Promotion

#### ➤ La politique de produit ou de service

En fonction de ses caractéristiques propres.

#### ➤ La politique de prix :

L'entreprise doit déterminer les prix de vente en fonction de plusieurs critères : les coûts, les prix de la concurrence et le prix que le client est prêt à mettre dans les produits qu'elle propose.

#### ➤ La politique distribution :

Les moyens de distribution : les vendeurs, les canaux et les modes de distribution (direct ou indirect, sélectif, formation), l'implantation commerciale.

#### ➤ La politique de communication :

Pour faire connaître son produit l'entreprise s'appuie sur :

---

<sup>1</sup> Brémont (M), Engelman (M), Labegorre(F) : le business plan du créateur d'entreprise une démarche illustrée, Ed Afnor, France,2009, P.23

- Les moyens de communication : flyers, cartes de visite et véhicule personnalisé...etc ;
- Les moyens de prospection et calendrier : Foires, expositions et salons...etc ;
- Le budget de communication ;

### **b) L'approvisionnement :**

Le business plan présente la politique d'approvisionnement.

Il planifie les besoins en matières ou en marchandises pour les années à venir.

Il indique les contrats conclus avec les fournisseurs ;

- Les conditions d'approvisionnement (prix, quantité, délais) ;
- Les éventuels partenariats mis en place ;

### **c) La production :**

Le business plan programme la production à venir (prévisionnelle) :

- Planification de production : c'est-à-dire le plan de production prévisionnelle des trois prochaines années ;
- La réalisation de la production : comment et avec quels moyens la production sera réalisée ;
- La qualité de la production : l'existence et les modalités d'un contrôle qualité, et si une certification aux normes ISO est projetée ;

### **d) Les ressources Humaines :**

La politique de l'emploi, l'organisation du travail sont successivement développées

- La gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences GPEC ;
- L'organisation de travail ;
- La politique salariale ;

## **2.2- Partie quantitative (l'analyse financière) :**

A partir des résultats obtenus dans le cadre de l'étude de marché et de l'analyse technique, l'évaluation financière va constituer le principal niveau de synthèse de l'étude du projet. Son objet est d'évaluer et de confronter les différents flux financiers du projet en vue de déterminer son niveau de rentabilité et les conditions de sa viabilité.

Le dossier financier contient essentiellement les données suivantes :

### **2.2.1- Le plan de financement initial :**

Indique de combien d'argent l'entreprise se dispose pour se lancer et quelle est la source de cet argent.<sup>1</sup>

Ce plan contient :

- Les investissements de départ ;
- L'apport personnel ;
- Les emprunts bancaires ;
- Le besoin en fonds de roulement ;
- Eventuelles subventions ;

### **2.2.2- Tableau des comptes des résultats TCR :**

Le compte de résultat est un document comptable destiné à calculer le résultat. Le résultat s'obtient par différence entre le total des produits et le total des charges.<sup>2</sup>

- Il est nécessaire car il permet de démontrer si le projet est rentable, et s'il engendre l'avenir de l'agent plus qu'il n'en dépense, c'est-à-dire avec une estimation de la valeur nette différents frais ;

---

<sup>1</sup> Betholet (Guilhem) : *le petit livre rouge de la création d'entreprise*, Ed Eyrolles, France,2015, P.29

<sup>2</sup> Brémont (M), Engelman (M), Labegorre (F) : *le business plan du créateur d'entreprise une démarche illustré*, Ed Afnor, France,2009, p.35.

- Il générera les diverses entrées et sorties le fonds (encaissements et décaissements) ;
- Il déterminera les besoins financiers pour honorer toutes les obligations ;

### 2.2.3-Le bilan :

Le bilan comptable regroupe l'ensemble des emplois (l'actif) et des ressources (le passif) de l'entreprise à la fin de l'exercice. Seuls les biens et les droits appartenant à l'entreprise figurent au bilan.<sup>1</sup>

**Les éléments de l'actif sont classés selon deux critères :**

- **La destination, critère principal.**
- **La liquidité, critère secondaire.**

Le passif du bilan représente les ressources de l'entreprise. Comme pour l'actif, ses éléments sont affectés selon deux critères :

- **L'origine des fonds, critère principal.**
- **L'exigibilité, critère secondaire.**

L'exigibilité d'une ressource exprime sa rapidité de remboursement. Selon ce critère, les fonds propres, à la disposition perdurable de l'entreprise, se distinguent des dettes à long, moyen ou court terme (remboursables à moins d'un an).

### 2.2.4- Le plan de trésorerie :

Une faillite provient toujours, au final, d'un problème de trésorerie. Le créateur doit donc surveiller la situation de trésorerie de l'entreprise. Le plan de trésorerie recense l'ensemble des entrées et des sorties de trésorerie. Les encaissements et les décaissements peuvent provenir :<sup>2</sup>

– De l'exploitation : règlements des clients, paiements des fournisseurs ;

---

<sup>1</sup> Brémont (M), Engelman (M), Labégorre (F) : *le business plan du créateur d'entreprise une démarche illustrée*, Ed Afnor, France, 2009, p.32

<sup>2</sup> Ibid, P.33

- Des investissements et désinvestissements : acquisitions et cessions d’immobilisations ;
- Des opérations de financement : emprunts, apports en capital, subventions ;

### 2.2.5- Analyse et Évaluation la rentabilité du projet :

Pour mettre en œuvre un projet. L’entreprise doit investir une somme significative afin de se d’un rendement futur. Pour cela différentes méthodes d’évaluation de la rentabilité des investissements peuvent être mises en place. Afin de donner la vision finale de la profitabilité d’un projet ainsi que la plus-value qu’il dégagera.

#### ➤ Qu’est-ce que la rentabilité ?

La rentabilité représente l’évaluation de la performance des ressources investies par des apporteurs de capitaux. C’est donc l’outil d’évaluation privilégié par l’analyse financière.

La rentabilité rétrospective est le rapport entre un résultat comptable et les moyens en passifs mis en œuvre pour l’obtenir. La rentabilité prévisionnelle est le rapport entre un gain de trésorerie projetée et la valeur d’un investissement nécessaire pour générer ce gain.<sup>1</sup>

#### A. Les ratios de type économique :

Les ratios économiques analysent ses performances annuelles, trimestrielles, mais aussi à beaucoup plus court terme, hebdomadaire voire, au jour le jour. Ils seront très importants pour la gestion quotidienne. Certains d’entre eux seront regardés aussi par tous les partenaires de l’entreprise. Seules les performances annuelles, voire mensuelles ou trimestrielles au démarrage, doivent faire partie de business plan.<sup>2</sup>

Exemple :

#### ➤ EBE/chiffre d’affaires

Ce ratio mesure le rapport entre l’excédent brut d’exploitation et le chiffre d’affaires. Il est plus intéressant pour regarder la rentabilité de l’entreprise parce qu’il ne tient pas compte des

---

<sup>1</sup> CHALAL (Z), IDEKI (F) : Etablissement d’un business plan, Master, Tizi Ouzou, 2019, P.66

<sup>2</sup> DUSSOSSOY (Patrick) : *construire et rédiger son business plan*, Edition GERESO, France, 2017, P.171

intérêts bancaires, autrement dit de la politique financière. Équivalent, le ratio d'exploitation représente le rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires.

➤ **Rentabilité financière (Return on Equity)**

Il mesure le rapport entre le résultat net et les fonds propres, une mesure de l'aptitude de l'entreprise à rentabiliser les capitaux investis.

➤ **Ratio de liquidité**

Il mesure le rapport entre l'actif circulant de l'entreprise et ses dettes à court terme, autrement dit, la capacité à payer les dettes à court terme, fournisseurs, état, salaires, avec les ressources à court terme, créances clients, stock. S'il est trop faible l'entreprise risque d'entrer dans des difficultés de trésorerie et d'affecter sa croissance.

**B. Les ratios financiers :**

Ils servent surtout aux acteurs financiers majeurs pour comparer les performances entre différentes entreprises. Chaque investisseur a ses habitudes. Il en utilisera plusieurs. Mieux vaut interroger un comptable pour se lancer sur ce sujet. Retenons-en quelques-uns :

➤ **Rentabilité des capitaux investis (Return on Investment) :**

Il mesure le ratio entre les bénéfices nets après impôts et le capital investi.

➤ **Retour sur investissement :**

Il mesure les fonds gagnés par rapport à la somme initialement investie.

➤ **Taux de rendement interne (TRI) :**

Il compare l'investissement initial aux flux futurs attendus de trésorerie. Il est généralement complété par une prime de risque.

➤ **La valeur actuelle nette (VAN) :**

La valeur actuelle nette est la différence entre la valeur actuelle des flux nets de trésorerie (CF) et le capital investi (IO) <sup>1</sup> :

Critères d'appréciation de la rentabilité du projet :

$VAN > 0$  : Investissement rentable, projet accepté.

$VAN = 0$  : taux actualisation = taux de rentabilité

$VAN < 0$  : investissement non rentable, projet rejeté.

Selon ce critère, un projet d'investissement ne sera choisi que si sa VAN est positive.

Si la VAN d'un projet est positive, alors il est considéré comme étant rentable et il peut

Contribuer à l'augmentation de la valeur de l'entreprise.

### **3- Les annexes :**

Les annexes apportent une information complémentaire, claire et significative au corps du business plan. Elles sont constituées de documents originaux et probants. Par exemple <sup>2</sup>:

- Les curriculum vitae des porteurs du projet (1 page par CV) ;
- L'étude de marché ;
- Les justificatifs des prévisions de ventes (commandes, lettres d'intention, devis... ) ;
- La description technique du produit ou de l'outil de production ;
- Les garanties réelles ou personnelles ; la liste des « tuteurs » du projet ;
- Les articles parus dans la presse professionnelle sur le projet ou sur le créateur ;

---

<sup>1</sup> CHALAL (Z), IDEKI (F) : *Etablissement d'un business plan*, Master, Tizi Ouzou, 2019, P.67.

<sup>2</sup> Brémont (M), Engelman (M), Labegorre(F) : *le business plan du créateur d'entreprise une démarche illustré*, Ed Afnor, France, 2009, p.39.

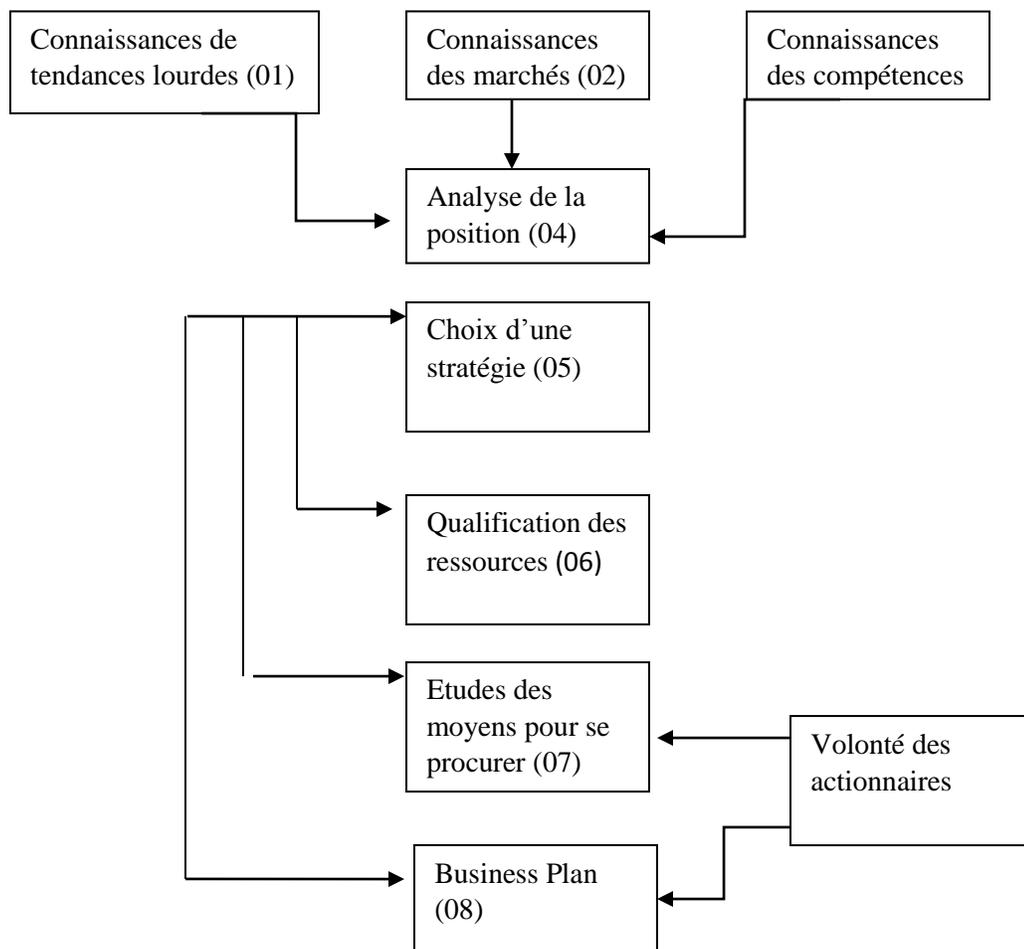
## Section 03 : Les phases d'élaboration d'un business plan

L'élaboration d'un business plan passe par les trois grandes phases suivantes :

- Phase de diagnostic.
- Phase de construction.
- Phase de rédaction du business plan.

Le schéma énumératif ci-dessous présente les différentes démarches de l'élaboration d'un BP selon Maire Claude :

**Schéma N° 03 : les démarches de la construction d'un business plan**



Source : Claude, (Maire) : *la méthodologie du business plan*, Ed D'organisation, Paris,2002, P.50

Ce schéma indique que dans les étapes I à 4 l'entreprise va se focaliser sur la collecte des données internes et externes dans l'objectif de définir la position actuelle de l'entreprise.

L'étape 5 consiste à présenter la stratégie pour la mise en œuvre de ces objectifs.

A vrai dire la stratégie de l'entreprise indiquée dans l'étape précédente est provisoire jusqu'à la validation de sa faisabilité dans les trois dernières étapes.

Ce schéma indique que la démarche d'élaboration du business plan se déroule en trois phases principales : diagnostic, construction et rédaction du business plan.

### **3.1.1- La phase diagnostic :<sup>1</sup>**

#### **a) L'analyse et le diagnostic de l'environnement :**

Les entreprises affinent leurs connaissances environnementales grâce aux méthodes SWOT et PESTEL, qui nécessitent certaines des informations sur les membres de l'entreprise et leur environnement externe.

Cela permettra aux entreprises de mieux comprendre leur environnement afin de pouvoir prendre les meilleures décisions.

A noter que pour l'implantation d'une entreprise, le diagnostic ne concerne que l'environnement de l'entreprise. En revanche, un diagnostic d'un projet d'entreprise déjà existant doit avoir une double dimension : interne et externe.

L'analyse externe mesure des facteurs externes plus ou moins favorables (autrement dit, identifie les opportunités et les menaces).

Dans cette analyse, il est également nécessaire de déterminer quels sont les facteurs critiques de succès. En fait, le véritable objectif d'un examen environnemental est de trouver un ensemble de menaces qu'une entreprise doit surmonter. Opportunités que les entreprises doivent surmonter et dont elles peuvent bénéficier, cette analyse permettra la collecte de données sur les

---

<sup>1</sup> MOKRANI (Celia) : *Contribution Du Business plan à la création des entreprises*, Master, Ehec, ALGER,2019, P.51

clients et la concurrence, les fournisseurs, les réglementations, etc. Analyse interne pour identifier les forces et les faiblesses de l'entreprise

Nous soulignons que le plus important à ce niveau est d'adapter le produit aux besoins du plan de travail, et les deux éléments « produit/marché » sont étroitement liés. Marché.

En effet, croire que les bons produits trouveront inévitablement des clients peut parfois avoir de mauvaises conséquences. Il est donc nécessaire d'identifier la place de l'entreprise dans chacun de ses secteurs stratégiques.

Dans cette analyse, des informations sur la situation financière actuelle de l'entreprise sont également collectées afin de prendre de meilleures décisions et de mettre en évidence les forces, les faiblesses et les doutes sur le statut de l'entreprise.

Par conséquent, le diagnostic est une étape nécessaire avant d'élaborer un plan d'affaires. Cependant, il convient de souligner que le but d'un diagnostic est plus qu'un simple plan d'affaires.

Une fois le diagnostic établi, l'entreprise commencera à construire concrètement le plan de travail.

### **3.1.2- La phase de construction :**

Après avoir analysé la situation actuelle de l'entreprise, l'entrepreneur a maintenant une compréhension claire de son environnement interne et externe, et il peut commencer la construction de plans de travail spécifiques.

Au début, vous devez choisir un itinéraire stratégique pour votre projet. Pour ce faire, il est nécessaire de faire le point sur les options stratégiques possibles et d'évaluer l'attractivité afin de déterminer la meilleure façon d'utiliser les actifs du projet. Cela aide à préserver l'orientation stratégique clé.

Une fois que le business plan de l'entreprise est bien défini, il est nécessaire de déterminer si les ressources de l'entreprise sont suffisantes pour mettre en œuvre les stratégies retenues, cela aidera à clarifier certaines priorités et certains risques, ainsi que de déterminer les limites à ne pas dépasser.

Ce plan d'action peut évaluer la situation économique et financière de l'entreprise vis-à-vis du projet. En conséquence, il existe deux types de prévision : Commerciale et financière.

Les prévisions commerciales porteront sur les volumes de vente, les prix de vente, les coûts d'acquisition des matières premières. Les prévisions financières sont les dépenses d'investissement (acquisition de machines, d'équipements, etc.) et les dépenses d'exploitation (salaires de l'entreprise, télécommunications et autres coûts quotidiens).

L'entrepreneur doit ensuite procéder à la construction d'un prévisionnel financier, qui est la partie la plus importante d'un plan d'affaires pour de nombreux lecteurs car il permet de vérifier les finances du projet à développer.

Dans un plan d'affaires, les prévisions financières sont présentées pour une période donnée de trois ou cinq ans.

Par conséquent, ces attentes doivent être détaillées et justifiées au moyen de divers formulaires financiers.

Il faut donc utiliser un bilan, un compte de résultat et un plan de trésorerie, et enfin un plan de financement.

### **3.1.3- Phase de rédaction du plan d'action :**

La phase de construction du plan de travail doit être rédigée et mise en œuvre sous la forme d'un plan d'affaires.

Lors de la rédaction d'un plan de travail, seuls les résumés et les points les plus importants apparaissent dans le document. L'aspect formel d'un plan d'affaires est très important et s'il n'est pas bien fait, il risque de ne pas être lu ! En raison de son importance, il doit être fait par quelqu'un qui connaît très bien le projet.

En fait, la planification d'un plan de travail est tout aussi importante que la planification initiale de l'entreprise.

## **3.2- Quelle forme donner à votre BP Pour Un BP de qualité ?**

La forme d'un business Plan revêt une importance de premier ordre, il s'agit de l'un de ses principaux leviers de performance. C'est elle qui contribue à rendre le projet compréhensible et crédible. Les lecteurs potentiels sont variés et hétérogènes, il faut donc leur faciliter la lecture et présenter les éléments de fond du projet de manière à les valoriser le mieux possible. Nous présentons Suivant l'ensemble de ces leviers relatifs à la forme du BP. <sup>1</sup>

### **A. Le business plan est de bonne qualité lorsqu'il présentera les caractéristiques suivantes :**

#### **❖ Concision :**

Un BP ne doit être trop long, 30 pages constituent un bon format, 25 pages c'est encore mieux, mais 40 pages c'est trop long. cela évitera la motivation extrême qui pourrait surgir au moment de la prise en main du document.

#### **❖ Clarté et Lisibilité :**

Le document doit en outre être clair et lisible pour en faciliter l'accès à tout type de lecteurs, il doit également pouvoir s'adapter au type de lecteur en apportant des sections particulières adaptées aux différents types de partenaires. De même il faut éviter le jargon, les calculs complexes et tous les facteurs de confusion. Les termes techniques, les abréviations, etc. donnent lieu à une note de bas de page expliquant l'élément

#### **❖ Objectivité :**

Présenter des faits concepts, des données explicitées et des actions claires. Toujours citer les sources des chiffres ou données présentées.

---

<sup>1</sup> Brémont (M), Engelman (M), Labegorre(F) : *le business plan du créateur d'entreprise une démarche illustré*, Ed Afnor, France,2009, P.41.44

### ❖ Cohérence :

Faire apparaître 3 couples cohérents liés entre eux et qui se renforcent les uns les autres :

- Homme / Projet ;
- Offre – Marché ;
- Objectifs – Ressources ;

### ❖ Honnêteté :

Le BP doit impérativement être honnête car un mensonge se détecte et ruine une relation et le document doit inspirer confiance.

### ❖ Hiérarchisation :

Eviter de se perdre dans les détails et répondre à ce que recherche le lecteur. Placer le projet au centre de l'argumentation et étayer ce dernier par des éléments concrets.

### ❖ Illustrations :

Proposer des photos, des schémas, des graphiques, des tableaux et les expliquer et dire ce qui s'en dégage. Une astuce peut consister à placer une figure sur la page de gauche (surtout si elle est d'une taille importante) et de la commenter sur la page de droite. De cette manière, le lecteur lit et voit en même temps.

## **B. Les erreurs à ne pas commettre lors de l'élaboration d'un business plan :**

Il existe également des erreurs à ne pas commettre pour élaborer un bon plan de travail ; on les citera ci-après <sup>1</sup>

### ➤ Négligence :

Remettre un dossier incomplet engendrera des conséquences indésirables. L'absence d'une partie peut être interprétée par les lecteurs comme une lacune.

---

<sup>1</sup> Betholet (Guilhem) : *le petit livre rouge de la création d'entreprise*, Ed Eyrolles, France, 2015, p.78

➤ **Extrémisme :**

Il faut retenir des hypothèses ni très optimistes ni très pessimistes.

➤ **Incompatibilité :**

Il est nécessaire d'éviter les inadéquations entre les différentes parties du plan de travail. Par exemple, l'incompatibilité entre les stratégies et les ressources financières.

➤ **La discrétion :**

Il est nécessaire d'exprimer clairement ce que l'on attend du partenaire.

➤ **Manque d'argumentation :**

Manque de preuves et d'argumentation sur toute déclaration dans le business plan, peut réduire la crédibilité du document et donc du projet de la société.

En conclusion, Le BP doit donc être un dossier vendeur : il met en valeur les points forts du projet, les arguments développés, mis en caractères gras ou soulignés au moment où ils sont énoncés, seront repris en synthèse dans chaque chapitre ou partie du dossier les concernant pour faciliter le travail du lecteur et l'aider à structurer favorablement sa perception du projet.

La synthèse managériale met en perspective la rentabilité et la faisabilité du projet ; il est crucial de soigner la rédaction de ce document afin de mettre en valeur les différentes parties du BP. C'est ce document qui doit convaincre le lecteur de lire le reste du document.

### **Conclusion :**

Enfin, nous concluons que l'établissement, son succès et sa continuité dépendent clairement du business plan. Ce dernier est la première étape et le pilier principal du démarrage de l'établissement qui lui permet de suivre le développement et la concurrence avec les autres institutions.

Par conséquent, mettre en place des ressources adéquates et suivre les meilleures méthodes et formules et ne pas monopoliser les efforts est un devoir de développer le plan d'affaires parce que cela sera assorti à l'avenir par le succès et la continuité de l'entreprise.

## **Chapitre 02 : Les industries agroalimentaires**

### Introduction :

L'industrie agroalimentaire est l'un des secteurs clés de l'économie algérienne. Le pays dispose d'une riche diversité de produits agricoles et de conditions climatiques favorables à leur production. En outre, l'Algérie a une main-d'œuvre qualifiée et une infrastructure adéquate pour soutenir l'industrie agroalimentaire.

Le secteur est en pleine évolution. De nombreuses entreprises se sont lancées dans ce secteur ces dernières années et ont connu un succès croissant. Cependant, le secteur est encore jeune et il y a encore beaucoup de progresser à faire.

Notre objectif dans ce chapitre est de donner un état des lieux de l'industrie agroalimentaire. Nous présenterons d'abord des généralités sur l'industrie agroalimentaire, puis sa présentation en Algérie et nous terminerons par les contraintes et perspectives du secteur agroalimentaire en Algérie.

### Section 01 : Généralités sur les industries agroalimentaires (IAA)

Dans cette section, nous allons introduire certaines définitions et concepts de base, ensuite nous présenterons les caractéristiques de l'entreprise agroalimentaire.

#### 1.1 -Définitions et historique :

##### **1.1.1-Définition :**

D'après J.H Davis, R.A.Goldberg<sup>1</sup>, l'agro-alimentaire est la réunion de l'agriculture et de toutes les activités qui se situent à son amont et à son aval : production et distribution des approvisionnements agricoles, opérations productives de l'agriculture, stockage, transformation et distribution des produits agricoles et des marchandises fabriquées à partir de ces produits.

Les industries agroalimentaires sont définies comme « *l'ensemble des activités industrielles qui transforment les matières premières issues de l'agriculture, l'élevage ou de la pêche en produits alimentaires destinés essentiellement à la consommation humaine* »<sup>2</sup>.

Les industries agroalimentaires réalisent essentiellement une activité de transformation de produits de l'agriculture et de la pêche en aliments et boissons pour l'homme ou l'animal. Elles sont donc situées, dans la chaîne de valeur, entre des producteurs ou des importateurs de matières premières agricoles et des réseaux de distribution qui alimentent le marché de consommation finale.<sup>3</sup>

D'après les définitions précédentes, on peut définir L'industrie agroalimentaire comme l'ensemble des activités industrielles et artisanales liées à la transformation des matières premières agricoles en produits alimentaires destinés à la consommation humaine.

Les industries agroalimentaires se divisent en deux catégories :

---

<sup>1</sup> DAVIS, (J..H) et GOLDBERG (R.A): *A concept of agrobusiness*, Harvard University, Boston, 1957, P.5.

<sup>2</sup> COMBRIS, (P), NEFUSSI(M) : *le concept d'agroalimentaire, intérêt et limites*. In : *économie rurale* ,1984, P23

<sup>3</sup> Performances Management Consulting (PMC), *L'industrie agroalimentaire dans l'UEMOA Panorama Problématique, Enjeux et Perspectives*, N°160, 2008, P70-76

- **Les industries agroalimentaires de première transformation :**

Ce sont des industries agro-alimentaires totalement dépendantes des produits agricoles. Leurs entreprises sont souvent situées à proximité de grandes fermes et en dehors des zones urbaines. Les denrées alimentaires obtenues dans ces conditions sont soit destinées à la consommation finale.

- **Les industries agroalimentaires de deuxième transformation :**

L'industrie agro-alimentaire, située en aval de l'IAA de première transformation, est chargée d'apporter des modifications au produit lors de la première étape de transformation et n'est pas consommé tel quel. L'objectif principal de la deuxième et/ou de la troisième transformation est de fournir des produits divers et variés pour répondre aux divers besoins des consommateurs.

### **1.1.2 -L'apparition des Industries agroalimentaires :**

L'industrie alimentaire est née probablement en même temps que l'agriculture et la sédentarisation, au néolithique, il y a environ onze mille ans. En effet la transformation de matières premières agricoles périssables en denrées stockables et directement utilisables pour la préparation des repas est l'objectif essentiel de cette activité. Elle est restée très longtemps intégrée à la production agricole sous une forme artisanale et familiale L'industrie alimentaire (IA) au sens contemporain du terme n'est apparue que tardivement (XIXe siècle) au cours de la révolution industrielle.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> BENNACER (Lylia), : *les industries agroalimentaires cas de la wilaya de Guelma* : thèse doctorat, Constantine, 2018, P.14.

### 1.2- Présentation et caractéristiques d'une entreprise agroalimentaire :

#### 1.2.1- Qu'est-ce qu'une entreprise agroalimentaire ?

D'après L. Malassis<sup>1</sup>, le secteur des activités agroalimentaires est constitué par l'ensemble des entreprises agro-alimentaires. Il regroupe donc les entreprises caractérisées par la prédominance, dans leur chiffre d'affaires, des opérations sur les produits agro-alimentaires : production, transformation, services de distribution et de restauration.

Elle détient le marché des matières premières et des produits finis lui permettant un contrôle absolu de l'amont et de l'aval de la chaîne alimentaire, en d'autres termes, c'est un ensemble d'activités diversifiées reliant la production de produit agricole et la consommation de bien alimentaire.

Le développement de cette entreprise est dû aux innovations technologiques et à la démographique croissante car pour satisfaire le consommateur il est impératif de produire un produit au design captivant. Toute entreprise se spécialise dans un domaine bien précis dont celui de l'entreprise agro-alimentaire découle d'une de ces huit grandes familles d'activités :<sup>2</sup>

- La filière de transformation des conserves, des surgelés et des plats cuisinés ;
- La filière de transformation des produits à base de céréales ;
- La filière de transformation des corps gras ;
- La filière de transformation sucrière ;
- La filière de transformation des produits carnés ;
- L'industrie de fabrication de boissons ;

---

<sup>1</sup> MALASSIS (L) : *économie agro-alimentaire. Tome 1*, Edition Cujas, Paris, 1979, P.531

<sup>2</sup> Performances Management Consulting (PMC) : *L'industrie agroalimentaire dans l'UEMOA Panorama. Problématique, Enjeux et Perspectives*, juillet 2008, P70-76.

- La filière de transformation des autres produits alimentaires (chocolaterie, confiserie...);
- La filière de transformation des produits laitiers ;

### 1.2.2- Les caractéristiques d'une entreprise agroalimentaire :

L'entreprise agroalimentaire est caractérisée par :<sup>1</sup>

- Les produits des entreprises agroalimentaires sont issus de l'agriculture alimentaire ;
- Les produits alimentaires sont passés par de nombreuses mains qui leur font subir un nombre important d'opérations techniques et commerciales avant d'arriver sur la table du consommateur ;
- L'agriculture et l'élevage assurent la base nécessaire comme matière première pour la production alimentaire, le secteur agricole fournit une quantité grandissante de sa production aux industries et artisanats alimentaires ;
- Le découpage vertical proposé par l'économie agroalimentaire privilège l'étude des phénomènes d'indépendance et d'intégration qui caractérisent l'appareil de production-transformation –distribution des produits agroalimentaires ;

On distingue deux systèmes d'entreprise agroalimentaire :

- Un sous-système traditionnel qui regroupe les entreprises à caractère familial ou artisanal ;
- Un sous-système moderne caractérisé par les entreprises de type industriel ayant opté pour la forme d'organisation capitaliste ou coopérative ;

---

<sup>1</sup> AMIR (Meriem), : *Essai d'analyse du processus d'innovation dans les industries agroalimentaire*, Master, Bejaia, 2008, P.31-33

### 1.3- Typologie des entreprises et des produits alimentaires :

La typologie des entreprises agro-alimentaires est tout aussi complexe et variée que la typologie des produits agro-alimentaires que commercialisent lesdites entreprises. La spécialisation par produits des entreprises alimentaires est la caractéristique première des unités productives du 20<sup>ème</sup> siècle. Cette spécialisation a été adoptée pour des raisons d'un contrôle de qualité sur les produits mis sur le marché où le consommateur devient de plus en plus exigeant.

Variation des produits alimentaires est aujourd'hui une variable que beaucoup d'entreprise tiennent à améliorer et à insister sur de nouvelles formes en vogue.<sup>1</sup>

#### **1.3.1- Les types d'entreprises alimentaires :**

Dans le temps, et avant l'essor des industries agroalimentaires, les produits agricoles subissent les opérations de transformation au sein même de l'exploitation agricole. Dans les temps modernes, les intrants agricoles traversent plusieurs étapes de transformation et de production avant de finir sur la table du consommateur en tant que produits finis. Ces différentes étapes sont regroupées en cinq sous-ensembles qui constituent l'ensemble des entreprises intervenant le long de la chaîne alimentaire :

##### **a) Les entreprises agricoles et d'élevage :**

L'agriculture et l'élevage constituent le fil conducteur et la base de l'industrie alimentaire, qui représente un maillon indispensable dans la chaîne agroalimentaire, en lui assurant l'approvisionnement en matières premières. De plus en plus que les unités socio-économiques de production agroalimentaire se multiplient et se diversifient, l'agriculture et l'élevage deviennent des pièces maîtresses pour le fonctionnement des IAA qui s'approvisionnent en totalité de ces deux secteurs. Néanmoins, cette tendance est plus valable de nos jours puisque les intrants agricoles en particulier sont en train d'être remplacés par des produits de synthèse.

---

<sup>1</sup> AMIR (Meriem), : *Essai d'analyse du processus d'innovation dans les industries agroalimentaire*, Master, Bejaia, 2008, P.31-33

**b) L'entreprise agro-alimentaire :**

Ensemble des entreprises industrielles qui fournissent des biens à l'agriculture (engrais, pesticides, machines) et de celles qui transforment, élaborent et conditionnent les produits agricoles (industrie agroalimentaire).

C'est le plus ancien modèle de répartition et de classification des entreprises et le plus simple est celui qui distingue trois secteurs : le secteur primaire comme nous venons juste de le voir est celui de l'agriculture, la sylviculture, la pêche et les mines ; ensuite, le secteur secondaire constitué des différentes industries, tout secteur confondu. Concernant les entreprises alimentaires, il s'agit de la structure industrielle se situant à l'aval de l'agriculture.

**c) L'entreprise de commercialisation et de distribution :**

Ce sont les entreprises qui appartiennent au secteur tertiaire (services) et qui se chargent de faire parvenir dans les meilleures conditions les produits alimentaires ainsi obtenus dans la phase précédente au consommateur. La commercialisation de produits alimentaires constitue une phase déterminante au sein d'un système alimentaire, elle a pour rôle principal le transfert des produits agro-alimentaires des complexes agro-alimentaires vers les consommateurs finaux.

**1.3.2- Types de produits alimentaires :**

Les produits alimentaires par leur nature variée et diversifiée se subdivisent en trois catégories distinctes :

**a) Les produits agricoles végétaux ou animaux :**

C'est la première et ancienne source d'approvisionnement en produits alimentaires que les peuples ont utilisé. Il est question ici de produits frais et leurs parts dans l'alimentation ont tendance à baisser en raison de l'évolution des habitudes alimentaires des peuples et grâce au conséquence du changement de l'environnement économique et social des consommateurs.

### **b) Les produits de la pêche et de l'aquaculture :**

Ils concernent tous les prélèvements effectués sur la chaîne marine qu'ils soient naturels (la pêche) ou contrôlés (aquaculture).

### **c) Les produits agro-industriels :**

Il s'agit des produits obtenus sur la base d'une transformation effectuée sur les deux premières catégories c'est-à-dire les produits agricoles d'une manière générale et les produits de la mer et de l'élevage aquaculture.

### **d) Les autres produits bioalimentaires :**

Ils sont constitués de produits obtenus à partir d'autres produits de synthèse ou d'énergies fossiles accumulés dans le sol.

## **1.4- Les enjeux de l'industrie agroalimentaire**

Dans ce qui suit, nous allons les différents enjeux de l'industrie Agroalimentaire.

### **1.4.1- La création d'emploi :**

Au niveau mondiale L'industrie agroalimentaire est un employeur important, Avec l'augmentation de la consommation mondiale de produits alimentaires élaborés, de nombreuses entreprises multinationales de transformation réorganisent leurs activités afin notamment de se rapprocher des lieux de consommation, de produire dans les pays émergents, ce qui entraîne une nouvelle répartition géographique des besoins de main d'œuvre. Cependant, les délocalisations sont en faible nombre dans l'agroalimentaire comparé au reste de l'industrie. Les innovations, l'automatisation de la production et l'accélération des rythmes de travail, la concurrence accrue entre les fabricants, les évolutions réglementaires portant sur la sécurité des aliments mais aussi sur la chaîne de distribution (supermarchés et restauration rapide), sont autant de facteurs qui ont des incidences quantitatives et qualitatives sur l'emploi<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Panorama des industries agroalimentaires, ED 2016, <http://agriculture.gouv.fr/Le-panorama-des-IAA>, P.19

### 1.4.2- Développement durable :

Les enjeux du développement durable dans la lutte contre le réchauffement climatique sont importants pour le secteur des IAA. De nombreux défis se présentent :<sup>1</sup>

- La contribution à l'équilibre alimentaire mondial ;
- La sécurité sanitaire, la qualité des aliments produits ;
- Maîtriser la consommation d'énergie et en particulier les énergies fossiles. Assurer une meilleure efficacité énergétique des systèmes de production et contribuer plus fortement à la production d'énergie renouvelable ;
- La gestion globale du cycle de vie du produit (valorisation des sous-produits, recyclage et prévention à la source des déchets, etc.) et bien entendu la prévention des pollutions provoquées par le secteur lui-même ;

### 1.4.3- La logistique et l'emballage :

L'accroissement de la compétitivité des industries agroalimentaires passent également par l'augmentation de leurs performances dans le domaine de la logistique. C'est un enjeu crucial, de l'achat des matières premières à l'expédition des produits en passant par les ateliers de production, le conditionnement ou la gestion des stocks, qui concerne avant tout leur organisation interne. La rationalisation de la chaîne logistique nécessite de développer des partenariats entre industriels et distributeurs, mais également avec les transporteurs et les équipementiers. Le transport frigorifique et les entrepôts logistiques représentent des maillons essentiels de la chaîne logistique du froide.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Panorama des industries agroalimentaires, ED 2016, <http://agriculture.gouv.fr/Le-panorama-des-IAA> , P.7

<sup>2</sup> Ministère de l'Agriculture et de la pêche : *Enjeux pour les industries agroalimentaires*, Rapport du MAP de France, 2008, P.04.

### 1.4.4- La création de la valeur ajoutée :

L'industrie agroalimentaire est un secteur à fort potentiel de création de valeur ajoutée directe. Les entreprises agroalimentaires sont en majorité des très petites entreprises. Elles réalisent, au niveau interne, tous les processus de fabrication des produits mis sur le marché. Il n'y a pas de sous-traitante. Pour que l'entreprise soit dans une dynamique positive de création de valeur et d'emploi, il faut que la valeur ajoutée directe issue de la production couvre au moins le coût de la structure de production.<sup>1</sup>

C'est pourquoi, la préoccupation fondamentale des entreprises est la maîtrise des coûts des entrants (matières premières, emballages, etc.) pour avoir des prix de vente compétitifs sur le marché.

### 1.4.5- L'adaptation de l'offre à la demande :

La demande mondiale de produits alimentaires augmente avec la démographie et l'urbanisation. En effet, cette démographie naturelle aurait pour conséquence une forte mobilité des populations et donc le premier résultat de cette mobilité est le développement des villes. Ces changements vont entraîner nécessairement un accroissement de la demande des produits alimentaires, ce qui constitue indéniablement des opportunités de développement considérables pour l'industrie agroalimentaire.<sup>2</sup>

### 1.4.6- Le secteur agroalimentaire face aux technologies de l'information et de la communication :

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) auront naturellement des conséquences importantes pour le secteur agroalimentaire. L'informatisation des industries agroalimentaires permet, au sein même de l'entreprise, d'en améliorer l'organisation. Aujourd'hui, la mise en place et la gestion de processus de qualité et de certification qui sont souvent de gros

---

<sup>1</sup> Ministère de l'Agriculture et de la pêche : *Enjeux pour les industries agroalimentaires*, Rapport du MAP de France, 2008, P.6.

<sup>2</sup> Performances Management Consulting (PMC) : *L'industrie agroalimentaire dans l'UEMOA Panorama. Problématique, Enjeux et Perspectives*, juillet 2008, P.75-76.

consommateurs d'informations numérisées ne peuvent être envisagées sans un développement préalable de ces outils.<sup>1</sup>

Les TIC se présentent aussi comme de puissants vecteurs de communication et de diffusion d'informations sur l'entreprise, leurs produits et, le cas échéant, les opportunités de commerce électronique. Par ailleurs elle contribue à l'optimisation des relations avec les partenaires à travers les échanges de données informatisés.

Les TIC apparaissent donc comme un instrument au service du secteur agroalimentaire, permettant de mieux approcher et de manière plus directe le consommateur. La mise en place de tels outils pourrait permettre aux industries agroalimentaires, pour une part non négligeable de leur production, d'économiser des coûts de distribution, voire même de s'affranchir du réseau de la distribution, et donc de parvenir à un meilleur équilibre dans les relations avec les distributeurs.

### **1.4.7- L'indépendance alimentaire :**

L'enjeu consiste à augmenter la sécurité alimentaire en garantissant à chaque ménage un accès réel à une quantité suffisante d'aliments pour tous ses membres et en lui maintenant cet accès. Cela signifie non seulement qu'un pays doit disposer suffisamment d'aliments, mais aussi que ses habitants ont les moyens de les acheter. Il existe plusieurs manières d'améliorer la sécurité alimentaire : accroître la production alimentaire et la production locale, augmenter les importations alimentaires en garantissant la régularité de l'approvisionnement et la sécurité des aliments, offrir d'avantage d'emplois et de revenus à ceux qui sont trop pauvre pour acheter les aliments dont ils ont besoins, et améliorer les systèmes de distribution des aliments.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Performances Management Consulting (PMC) : *L'industrie agroalimentaire dans l'UEMOA Panorama. Problématique, Enjeux et Perspectives*, juillet 2008, P74-76.

<sup>2</sup> AMIR (Meriem), : *Essai d'analyse du processus d'innovation dans les industries agroalimentaire*, Master, Bejaia, 2008, P.35

**Section 02 : Les industries agroalimentaires en Algérie**

Le secteur de l'industrie agroalimentaire, en Algérie, constitue un maillon important du tissu industriel national de fait du rôle important qu'il joue dans l'économie nationale. Il contribue en effet à l'augmentation du PIB (Produit Intérieur Brut).

**2.1-La définition de PME**

En Algérie, la définition de la PME retenue est celle adoptée par l'union européenne. En effet, la définition de la PME est suggérée par l'article 4 de la loi 01-18 du décembre 2001 portant la loi de la promotion de la PME : *« la PME est définie, quel que soit son statut juridique comme étant une entreprise de production de bien et /ou de service employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 millions de dinars ou dans le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars et qui respecte les critères d'indépendance »*<sup>1</sup>

**2.2- Place de secteur agroalimentaire en Algérie :**

Les industries agroalimentaires en Algérie connaissent un développement remarquable depuis 22 ans et les perspectives de croissance sont encore plus importantes pour le futur, compte tenu de l'importance de la demande algérienne et des possibilités d'exportation dans certains secteurs. Aux yeux du gouvernement, les IAA ont une grande importance dont il assure la subsistance de 42 millions d'habitants et garantir la sécurité alimentaire.<sup>2</sup>

A cet effet, les autorités ont accordé une attention particulière à leur développement, notamment l'adoption et la mise en œuvre de diverses politiques et stratégies au cours de la dernière décennie : la politique de revitalisation agricole et rurale 2008-2025, qui met l'accent sur l'augmentation de la production des produits de première nécessité, le secteur agroalimentaire, l'augmentation des rendements, et le programme de développement de l'industrie agroalimentaire lancé en 2010. Le plan est basé sur le renforcement des ressources humaines et l'assistance technique aux producteurs afin d'encourager les filières prioritaires et de développer les zones difficiles telles que les montagnes, les prairies et le désert du Sahara. Le plan quinquennal 2015-

---

<sup>1</sup> Article 04 de la loi N°01-18 du décembre 2001, portant loi d'orientation sur la promotion de la PME.

<sup>2</sup> CHERIF(E), : *le marché des industries alimentaire en Algérie*, Agro ligne, n°97, Novembre 2015, P.3-5

2019<sup>1</sup> assure la continuité puisqu'il propose d'augmenter la superficie irriguée d'un million d'hectares, d'encourager la culture de l'olivier en augmentant la superficie sous les oliveraies jusqu'à un million d'hectares, car il recommande le développement d'infrastructures.

Le secteur agroalimentaire algérien est dominé par le secteur privé, où opèrent la plupart des entreprises agroalimentaires. Elles se caractérisent par la diversité des secteurs d'activité : produits laitiers, céréales, huiles et graisses, sucre, ce qui explique la diversité des produits vendus dans cette industrie.

75% de la demande algérienne est satisfaite par les importations, l'insuffisance de la production agricole en Algérie, couplée à la demande croissante de grandes quantités de produits agricoles, fait de l'Algérie un importateur structurel. Il existe de nombreuses autres raisons à cette situation : sous-exploitation du potentiel de l'industrie, faible taux d'intégration de l'industrie de transformation, manque d'initiative entrepreneuriale et faible capacité de gestion. De même, les exportations agricoles algériennes continuent de souffrir des pénuries de produits et de l'inexpérience des opérations d'exportation.

### **2.2.1- Indice de la production –au 4<sup>ème</sup> trimestre 2021-2022 :**

#### **Evolution globale :<sup>2</sup>**

La production Industrielle du secteur public national enregistre une hausse de 2,1% au quatrième trimestre 2021 par rapport à la même période de l'année précédente, situant la croissance annuelle moyenne à 4,5%

---

<sup>1</sup><https://www.algerie360.com/plan-quinquennal-2015-2019-priorite-aux-secteurs-productifs-et-le-developpement-social/> (consultée le 15/05/2022 à 17h :45)

<sup>2</sup> [www.ons.dz/IMG/](http://www.ons.dz/IMG/), P1, (consultée le 14/05/2022 à 10h)

Tableau N° 01 : Variation de l'indice de la production industrielle par section d'activité 2021-2022

CODES Nomenclat	INTITULE AGREGATION	VARIATIONS EN %									
		1t20/ 1t19	2t20/ 2t19	3t20/ 3t19	4t20/ 4t19	2020/ 2019	1t21/ 1t20	2t21/ 2t20	3t21/ 3t20	4t21/ 4t20	2021/ 2020
	INDICE GENERAL.	-6,8	-14,1	-5,5	-5,2	-7,9	0,5	11,6	4,4	2,1	4,5
	INDICE HORS HYDROCARBURES.	-8,1	-16,3	-3,9	-3,1	-7,7	1,5	15,1	5,2	-0,5	5,1
	INDICE IND. MANUFACTURIERES.	-14,0	-26,5	-6,8	-6,1	-13,5	4,1	15,7	-9,3	-8,0	-0,1
NSA 02	ENERGIE.	-1,2	-6,8	-2,7	-0,4	-2,8	0,0	13,0	12,6	5,9	8,2
NSA 03	HYDROCARBURES.	-3,1	-8,5	-10,5	-10,7	-8,2	-2,1	3,2	1,8	9,7	3,1
NSA 05	MINES ET CARRIERES.	-6,7	-3,6	12,2	-8,5	-2,2	-4,5	9,8	-1,7	13,3	4,1
NSA 06	I.S.M.M.E.E.	-38,3	-54,9	-30,2	-11,6	-33,7	8,6	50,7	-1,4	-18,4	4,1
NSA 07	MAT. CONST. CERAM. ET VERRE	-11,4	-24,7	9,9	0,8	-6,7	2,5	7,8	-25,2	-16,8	-9,4
NSA 09	INDUSTRIES CHIMIQUES.	-11,9	-16,2	-12,2	3,3	-9,3	-3,3	-15,4	0,5	-12,4	-8,2
NSA 10	<u>AGROALIM.TABACS, ET ALUM.</u>	6,2	-0,3	-2,3	-6,6	-0,9	11,5	24,3	8,3	16,8	15,1
NSA 11	TEXT. BONNET. ET CONFECTION	-14,6	-26,6	16,6	-17,8	-13,1	-13,8	17,6	-35,9	-12,2	-11,5
NSA 12	CUIRS ET CHAUSSURES.	-20,4	-47,7	-11,6	-48,8	-35,6	-13,2	27,6	-39,7	-0,8	-7,1
NSA 13	BOIS, LIEGE, PAPIER.	-23,6	-37,0	-5,8	-11,7	-20,4	-5,7	36,2	-1,9	-30,5	-2,8
NSA 14	INDUSTRIES DIVERSES.	51,7	-7,4	34,7	-26,6	6,4	-20,5	4,2	-26,7	-22,4	-16,9

Source : www.ons.dz/IMG

Un redressement appréciable caractérise les **Industries Agroalimentaires** dont la variation de la production passe de -0,9% en 2020 à +15,1% en 2021. Cette tendance est observable aux quatre trimestres de l'année avec des taux respectifs de +11,5%, +24,3%, +8,3% et +16,8%. L'ensemble des activités relevant du secteur a contribué à ce résultat. Le travail de grains enregistre un taux moyen annuel de +8,7% en 2021 avec des augmentations appréciables, notamment au deuxième et au troisième trimestre (respectivement +23,0% et +10,7%).

### 2.3- Un Secteur dominé par les industries privées :

Selon une étude menée en 2015<sup>1</sup>, le gouvernement a commencé à privatiser les sociétés cotées il y a plus de 20 ans car, malgré les plans de redressement et de modernisation, la plupart n'ont jamais réussi à rester compétitifs et à répondre aux demandes du marché en Algérie.

En application du décret n° 01-04 du 20 août 2001, les autorités algériennes ont engagé le processus de privatisation de 942 sociétés cotées (1 280 sociétés au total, tous secteurs confondus), dont 268 sociétés agroalimentaires : IAA (gras, produits laitiers, farine Moulins, brasseries, boissons, eau, viande, fabricants de matériel agricole, industrie de la volaille, abattoirs, entrepôts, commerce, sociétés de recherche,

Toutes les tentatives visant à réhabiliter les entreprises agroalimentaires publiques auparavant s'étaient soldées par des échecs et c'est pourquoi elles ont été privatisées. La part de marché des IAA publiques est passée en moyenne de 24 % en 1999 à 13 % en 2001 et à 5% actuellement. Les ERIAD « Entreprise régionale des industries alimentaires et dérivés », ont ainsi été proposés à la privatisation dès 2001, dans le cadre d'un programme de restructuration du secteur public. Ce plan a été étendu à d'autres secteurs comme le groupe **GIPLAIT** « Groupe interprofessionnel du lait », **P'ENCG** « Entreprise nationale des corps gras », **P'ENASUCRE** « entreprise nationale du sucre - raffinage de sucre » et l'ensemble **ENAJUC** « boissons-jus-conserves ».

Dans tous ces secteurs, les entreprises privées dominent désormais. Cependant, les entreprises publiques continuent d'assumer certaines missions comme la fourniture des produits à prix administrés dont la production n'est souvent pas rentable (lait pasteurisé en sachets LPS, farine, semoule).

Les entreprises publiques n'ont pratiquement joué aucun rôle dans la diffusion du progrès technique dans les IAA, dans l'accroissement de productivité et dans la promotion de la qualité

---

<sup>1</sup> Étude réalisée par le bureau UBIFRANCE bureau d'Alger, agro ligne n°97 –novembre /décembre 2015

(les partenariats publics privés, type Eriad/Benamor ou Cegro/Lesaffre, sont récents). La crise du secteur public a été accentuée par des politiques d'approvisionnement basées sur le recours systématique aux importations dans le domaine alimentaire. Cette politique, qui s'expliquait pendant la période du terrorisme, a été poursuivie au-delà. Ce n'est que grâce à la privatisation que certains secteurs ont pu se moderniser, grandir, devenir compétitifs et évoluer vers des normes de qualité internationales. Dans le secteur des céréales, les grands groupes privés comme Cevital, Sim, Metidji, Harbour, Benamor, etc. dominent. Dans le secteur laitier, les deux systèmes subsistent : Giplait domine le marché de LPS peu lucratif, alors que le privé a développé les yaourts, les fromages frais, les pâtes molles qui sont plus rentables.

#### **2.4- L'activité économique des IAA :**

##### **2.4.1- L'emploi au secteur agroalimentaire :**

Les industries agroalimentaires connaissent un développement remarquable depuis 15 ans et les perspectives de croissance sont encore plus importantes dans le futur, compte tenu de l'importance de la demande nationale et des possibilités d'exportation de certains produits.

Les IAA ont une grande importance parce qu'elles visent à assurer la sécurité alimentaire du pays, mais aussi parce que l'agriculture et les IAA emploient près de 23% de la population active, en 2019 les IAA à créé 16 449 nouvelle emploi<sup>1</sup> et contribuent pour 12% au PIB de l'Algérie.

##### **2.4.2- La contribution des IAA en termes de valeur ajoutée :**

La valeur ajoutée créée par l'activité économique à chacune des étapes de la transformation d'un bien, contribue à la formation du produit intérieur brut (PIB) et constitue ainsi une mesure de l'état de santé ou de l'importance d'une industrie ou d'un secteur, l'industrie agroalimentaire est dominante dans le secteur industriel national dans lequel elle contribue à

---

<sup>1</sup>[https://www.algeriabusiness.info/agroalimentaire-donnees-sectorielles-2019/?fbclid=IwAR2-VbkvGFyqRrQ3YkrOnBVEcr1UvHpJpewsX8bt8z\\_JVNA493fyQWMEtkg](https://www.algeriabusiness.info/agroalimentaire-donnees-sectorielles-2019/?fbclid=IwAR2-VbkvGFyqRrQ3YkrOnBVEcr1UvHpJpewsX8bt8z_JVNA493fyQWMEtkg), (consultée le 15/05/2022 à 10 :35)

hauteur de 50% de la valeur ajoutée hors hydrocarbure avec plus de 444 701.4 Million dinars selon les dernières statistiques en 2019<sup>1</sup>

### **2.4.3- La contribution des IAA en Chiffre d'affaires :**

L'industrie Agroalimentaire IAA est la 2ème industrie de l'Algérie. Elle participe à hauteur de 40% du total du CA des industries nationales hors hydrocarbures. Son taux de croissance est de 6,8% en 2019, représente 13% du PIB, avec un peu plus de 23 000 entreprises industrielles dont 95% issues du secteur privé.<sup>2</sup>

### **2.5- Aperçu sur les filières Agroalimentaire étudiées :**<sup>3</sup>

#### **2.5.1- L'industrie des boissons :**

En Algérie le marché total de l'eau en bouteille, BRSA et jus était de l'ordre de 2.4 milliards de litres, ce qui correspond à la consommation de 23.4 litres d'eau en bouteille par habitant, 22.2 litres de boissons gazeuses, 6 litres de jus et 0.5 litres d'autres boissons plates. L'eau en bouteille et la BRSA ont augmenté d'environ 7% par an ces dernières années. Les boissons représentent 14% de la production totale du secteur agro-alimentaire, 15% des consommations intermédiaires et 13% de la valeur ajoutée.

Le marché de l'eau en bouteille connaît une croissance à deux chiffres depuis dix ans. L'eau en bouteille devrait être 20% moins chère qu'en Europe, avec un grand nombre de points de vente à faible capacité de stockage devant être approvisionnés et des taxes sur le prix de vente moyen de l'eau en bouteille atteignant 16%. L'industrie des boissons a en moyenne une surcapacité.

---

<sup>1</sup>[https://www.algeriabusiness.info/agroalimentaire-donnees-sectorielles-2019/?fbclid=IwAR2-VbkvGFyqRrQ3YkrOnBVEcr1UvHpJpewsX8bt8z\\_JVNA493fyQWMEtkg](https://www.algeriabusiness.info/agroalimentaire-donnees-sectorielles-2019/?fbclid=IwAR2-VbkvGFyqRrQ3YkrOnBVEcr1UvHpJpewsX8bt8z_JVNA493fyQWMEtkg), (consultée le 15/05/2022 à 10 :35)

<sup>2</sup> [www.ons.dz/IMG](http://www.ons.dz/IMG), consultée le 10/05/2022 à 13 :42

<sup>3</sup> « *Production local* », Agro ligne, n°97, Novembre 2015, P14 à 17

**2.5.2- L'industrie Fruits et Légumes :**

Dans le secteur des concentrés de tomates, l'Algérie dépendait beaucoup des importations et reconditionnait des concentrés importés majoritairement de Chine. Au cours des dernières années, l'Algérie a réussi à développer sa production de tomates pour l'industrie et à contenir les importations de concentrés. Dans le secteur des légumes, la transformation de la pomme de terre est très réduite, aussi bien sous forme de frites, de chips, que de purée. Globalement, la production de légumes transformés en conserves ou surgelés est très faible en partie parce qu'il est difficile pour les transformateurs de trouver en quantité, en qualité et avec la régularité nécessaire, les volumes indispensables à leur activité.

La transformation est faible dans le secteur des fruits où le volume de production ne permet pas à l'industrie de travailler de façon satisfaisante. Les jus d'oranges produits en Algérie sont fabriqués à partir de concentrés importés, parfois mélangés à des pulpes locales. Plusieurs raisons expliquent le faible développement de ce secteur en Algérie : l'insuffisance de la production de fruits et légumes, la faible exigence du consommateur qui consomme des produits qui devraient être dirigés vers l'industrie, le manque de relations contractuelles entre les producteurs et les industriels qui fait que ces derniers ne sont pas assurés d'avoir les quantités et les qualités nécessaires pour la transformation, le manque d'interprofession, l'archaïsme des circuits, l'absence de normalisation, l'importance de la spéculation et du commerce informel.

### Section 03 : les IAA en Algérie, les contraintes et les perspectives.

Dans cette section, nous allons souligner les contraintes auxquelles sont confrontées les industries agro-alimentaires en Algérie pour se développer et répondre aux besoins du consommateur, ainsi caractéristiques de l'industrie.

On abordera les perspectives auxquelles l'industrie aspire pour suivre le rythme du développement mondial dans l'agroalimentaire.

#### 3.1- Les caractéristiques de l'industrie agro- alimentaire en Algérie :

Les principales caractéristiques sont : <sup>1</sup>

- Déconnectée de l'amont agricole ;
- Externalisée, basée sur l'importation de matières premières ;
- Orientée vers le marché local et détachée du marché extérieur ;
- Handicapée par l'absence de stratégie globale et de cohérence (nombreux cas de surcapacités) ;
- Pénalisée également par la faiblesse de régulation et d'encadrement du marché ;
- Asphyxiée par les nombreux cas de concurrence déloyale qui déstructurent les entreprises crédibles ;
- Freinée par la faible structuration des professions ;

Le secteur de l'industrie agro-alimentaire en Algérie est en pleine mutation ces dernières années, notamment en raison de l'impact significatif des premiers résultats obtenus dans le cadre du Programme National de Développement Agricole et Rural (PNDAR) mis en œuvre par le Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural. (MADR). Le secteur des arbres fruitiers

---

<sup>1</sup> HORRI (Khelifa), : *Problématique du développement des industries agroalimentaires en Algérie*, Européen scientifique journal, No3, Vol11, P223.

devrait entraîner une augmentation significative de la production, ce qui offrira de nouvelles opportunités pour les équipements de transformation<sup>1</sup>.

Ainsi, le développement du secteur agro-alimentaire doit reposer sur le développement parallèle du secteur agricole qui doit évoluer vers une agriculture économique avec une réelle intensification et de grandes exploitations ; il faut donc accélérer la mise en œuvre des textes de la loi d'orientation agricole pour faciliter l'accès au foncier agricole et la réorganisation des espaces ruraux (insertion). L'industrie agro-alimentaire est un secteur important par son poids, ses effets socio-économiques et ses retombées. Il est désormais reconnu que l'aval est le moteur du développement du secteur agricole et que l'industrie de transformation doit pouvoir assumer le rôle de promotion, de réhabilitation et de développement des activités agricoles.

Au niveau international, nous avons observé que l'industrie agro-alimentaire s'est développée au fil des ans, la consommation internationale. Ainsi, les produits transformés représentent aujourd'hui plus de 75% du marché agroalimentaire mondial, contre 50% dans les années 80.

Avec l'ouverture du marché, cette tendance commence à s'installer sur le marché algérien. La production des fruits et des légumes s'est développée à un niveau tel, qu'elle a acquis les capacités quantitatives et qualitatives pour s'imposer à l'exportation, surtout pour les primeurs. Cependant une mise à niveau de la production nationale est nécessaire notamment, en termes de normalisation (calibrage, conditionnement et présentation).

L'incapacité de l'appareil national de production a suscité une offre à l'exportation, actuellement préoccupante, malgré les multiples tentatives de relance.

Cette tendance a commencé à s'imposer sur le marché algérien à mesure que le marché s'ouvrait. À l'avenir, il s'agira d'explorer d'autres pistes et de prendre des mesures en amont du

---

<sup>1</sup> BESSAOUD (O) et Tounsi (M) : *Les stratégies agricoles et agroalimentaires de l'Algérie et les défis de l'an 2000*. Options Méditerranéennes, série. B/n°14,1995, p102-110

secteur de la production, pour améliorer l'offre à l'exportation et asseoir une compétitivité de nos entreprises sur les marchés extérieurs.

La grande distribution est le principal client et exportateur de l'industrie des produits agricoles les unités entrant sur ces marchés seront les premières à relever des défis : pression sur les prix, mise en concurrence, exigences de régularité des qualités et des quantités, imposition de cahiers des charges, évolutions qui globalement, les conduisent à un important travail de mise aux normes des procédés et des produits.

Ces contraintes contribueront d'une manière efficace à la mise à niveau de nos opérateurs dans le secteur de l'agroalimentaire. Malgré des performances intéressantes sur le plan technique, organisationnel et économique, les filières agroalimentaires restent vulnérables du fait de l'irrégularité de l'offre.

Le caractère saisonnier de la production affecte les niveaux d'approvisionnement et les prix du marché. La sécurisation de ces filières nécessite la mise en place de dispositifs contractuels pour stabiliser les évolutions de l'offre, réduire les coûts de production, organiser les acteurs et améliorer leur environnement institutionnel. Le système de commercialisation n'est pas adaptable et est plus enclin à la spéculation, il est donc nécessaire d'encourager le développement de stratégies pour établir des centres d'approvisionnement et des plates-formes logistiques à grande échelle. Cela devrait améliorer la disponibilité des fruits et légumes frais et des produits transformés sur le marché et accroître la compétitivité sur les marchés locaux et internationaux. L'avenir des marchés de fruits et légumes semble s'orienter vers des pôles agro-alimentaires, qui doivent être des prestataires de services, capables de fonctionner avec des transports adaptés.

### **3.2- Les industries agro-alimentaires et leur environnement :**

#### **Contraintes :**

- Industries agroalimentaires encore trop peu présentes, particulièrement dans les territoires ruraux et intègrent trop faiblement les productions nationales ;
- Une forte dépendance des importations des produits agricoles ;
- Un faible degré d'intégration verticale en amont et en aval ;

- Un système commercial et logistique traditionnel, avec des coûts de fonctionnement excessifs et une absence de transparence dans la détermination des prix ;
- Un environnement scientifique et technique embryonnaire ;
- Une faible maîtrise des méthodes modernes d'organisation et de management des entreprises ;
- Une capacité d'attraction des investissements étrangers presque inexistante ;
- Des difficultés à affronter la concurrence internationale ;

Cependant, les éléments de diversité sont nombreux : chaque filière est composée de plusieurs secteurs fonctionnels (agriculture, transformation, distribution, commerce international, consommation) distincts d'un point de vue technologique et complémentaires d'un point de vue économique. De plus, chaque secteur est très hétérogène, car des entreprises aux caractéristiques diverses sont intégrées, notamment

- La forme d'organisation socio-économique, la nature de la technologie et la taille de l'unité de production ou de vente ;
- Emplacement des unités, etc. ;

Outre la diversité des unités, les relations entre elles sont également diverses : les communications entre les différents acteurs d'un secteur constituent souvent des réseaux complexes. Par exemple, pour un produit donné, une entreprise agroalimentaire fait appel à plusieurs fournisseurs dans tous les domaines nécessaires à la production et à la commercialisation.

Les principales contraintes pour les unités agroalimentaires sont **la non disponibilité des matières premières agricoles en termes de quantité, de qualité et de prix**. La production agricole est souvent irrégulière en raison des modes de production (variétés différentes, diversité des producteurs, technologie de base, etc.) et l'hétérogénéité des matières premières reçues affecte directement le fonctionnement de la production agricole.

Unités de manutention (différentes tailles, taux de déchets élevé, intervention manuelle). Ces considérations expliquent en grande partie pourquoi les unités de transformation ne traitent qu'une petite fraction de la production locale et affichent une utilisation des capacités qui ne permet pas un retour sur investissement (dépense) rapide. De même, l'irrégularité des flux, l'abandon de certaines cultures, les surcoûts générés et l'absence de relations contractuelles ont fini par décourager les entreprises qui se sont alors, tournées vers le marché international (céréales, lait, huile brute, sucre, intrants aliments avicoles,), pour satisfaire leurs besoins <sup>1</sup>.

Le secteur de l'industrie agro-alimentaire occupe une position dominante dans le processus de libéralisation et de mise à niveau de l'économie. En effet, les entreprises agroalimentaires doivent déployer des efforts importants pour faire face à leurs multiples contraintes uniques et pour répondre de manière efficace aux évolutions rapides de l'environnement national et international. On peut conclure que l'industrie agroalimentaire joue actuellement un rôle clé dans le système alimentaire national, mais contribue peu à l'amélioration de la sécurité alimentaire nationale, ne contribue pas au développement du secteur agricole et n'est pas une stratégie de développement durable.

### **3.3- Perspectives des industries agroalimentaires :**

Les industries alimentaires vont connaître une formidable avancée, qui se traduira par la mise en place d'un potentiel de transformation industrielle considérable<sup>2</sup>.

En 2006, le secteur public d'IAA comptait 11 branches (dont 9 alimentaires), regroupant 152 entreprises de plus de 20 salariés chacune, pour un effectif total de 71 000, tandis que le secteur privé regroupait 38 820 salariés, en 4 728. L'industrie de transformation des produits agricoles de base à une faible intensité technologique et une faible valeur ajoutée de la production.

---

<sup>1</sup> BENCHARIF (A) et BENCHARIF (al) : La filière blé en Algérie : Le blé, la semoule et le pain. Paris 1996, P.229

<sup>2</sup> BENISSAD (Hocine) : Le plan d'ajustement structurel. Confluences Méditerranée. No 23,1997, P 110

Les seules branches qui proposent une variété de produits relativement raffinés sont encore le lait (lait reconstitué, glaces, crème, yaourt, fromage), les corps gras (huiles alimentaires, savons) et les céréales (semoule, farine, pâtes). Cependant, certains investissements ont dû être mis à l'arrêt, faute d'approvisionnement en produits agricoles, suite à l'abandon de la production locale de betteraves sucrières et de l'arrêt des importations des graines oléagineuses (pour des raisons de rentabilité des lignes de production).

L'agroalimentaire est l'un des secteurs dominés par l'investissement privé. Cette tendance est impulsée par l'ouverture à l'économie de marché et le Plan National de Développement Agricole et Rural (PNDAR). Ainsi, le secteur industriel dispose de nos jours, de capacités importantes dans toutes les filières industrialisées, avec un poids prépondérant, dans les produits constituant le modèle alimentaire de base.

Pour reprendre cette activité, l'état a décidé d'octroyer des concessions foncières pour 40 ans (2012) afin d'atteindre l'objectif d'aménager 900 000 hectares de terres agricoles. Cette expansion de l'activité ne peut masquer l'impact croissant des marchés internationaux, qui se traduit par une vulnérabilité accrue des entreprises agro-industrielles, dont certaines ont fait faillite. Le rôle stratégique du secteur est mis en évidence.

La crise alimentaire et les réflexes protectionnistes apparus récemment, Ils incitent à s'interroger sur l'efficacité des politiques préconisées jusqu'ici pour répondre à une demande alimentaire accrue due au manque d'intégration des activités, à la faible productivité du travail, aux problèmes récurrents d'organisation, de formation et de gestion. Il importe désormais d'envisager une approche audacieuse qui prépare solidement les entreprises à s'insérer dans le processus de mondialisation.

### **Conclusion :**

Dans ce présent chapitre nous avons établi un cadre théorique à notre analyse de l'industrie agroalimentaire. Nous avons essentiellement présenté statiquement la place du secteur agroalimentaire par rapports aux autres secteurs d'activités, ainsi l'activité économique de l'industrie agroalimentaire et les contraintes auxquels l'industrie est confrontée pour son développement.

Les industries agroalimentaires ont connu une croissance qui se traduit par la mise en place d'un potentiel de transformation industriel considérable.

Aujourd'hui, le principal défi de l'industrie agroalimentaire est de faire face à l'accroissement de la population mondiale à laquelle s'ajoute chaque année quelque millions de personnes.

**Chapitre 03 : L'élaboration du business plan de  
construction d'une usine de production agroalimentaire.**

**Introduction :**

Pour mieux exploiter nos connaissances théoriques sur l'établissement d'un business plan, nous avons d'établi, dans ce chapitre, un business plan pour une nouvelle usine de production agroalimentaire affiliée à l'entreprise INAMED à partir des données confiées par cette dernière.

Et pour atteindre notre objectif, nous avons subdivisé notre chapitre composé en trois sections : la première est consacrée à la présentation de l'entreprise, la deuxième traite la partie qualitative de l'étude et troisième la partie qualitative de notre business plan abordé.

**Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil (INAMED)**

Dans cette section, nous présentons l'entreprise Group INAMED, ainsi son historique, et ses activités différentes.

**1.1- Généralités sur GROUP INAMED :**

**Group Industrie Agroalimentaire Méditerranéenne (INAMED)**

**1.1.1- Bref historique :**

L'INAMED a été Créé en 1998 par la famille FERRADJI, l'entreprise INAMED ex YOP MILK inaugura une ligne de production de fromage dénommée « La Délicieuse », une ligne de production de lait et de leben dénommée « Ferlait » et une unité de production de jus de fruits dénommée « SUNNY DRINK ».

- **En 2008**, Monsieur FERRADJI El-Hachemi décide de racheter 100% des parts de la société YOP MILK. Jusqu'en 2012, Monsieur FERRADJI El-Hachemi avait confié la direction de l'entreprise à un gérant externe.

Malgré un marché en pleine expansion, l'activité de l'entreprise en phase de démarrage, s'est difficilement maintenue en raison d'une reconversion difficile, freinée par des investissements d'accompagnement et des agencements, des installations insuffisantes, ainsi que par une faible organisation commerciale et administrative prévalente.

- **En 2012** : Mme Ferradji Amira à rejoint la société avec comme seul objectif se développer, se moderniser, et assurer la croissance de cette entreprise.

Aujourd'hui la famille FERRADJI a repris la direction de cette société et sont déterminés à assurer le passage vers une exploitation moderne et rentable en tous points de vue, et à optimiser les ressources de l'entreprise pour tirer avantage des grandes opportunités du marché. Ils ont également entreprise pour reprendre la production de lait dans leurs nouveaux investissements, de lancer les boissons gazeuses mais aussi de se diversifier de leurs concurrents en proposant des produits nouveaux et dont la demande est très importante sur le marché national notamment sauce tomates, sauce béchamel, crème fraiche et crème liquide (les

fastmovers) et dont la production peut être effectuée, avec le même matériel. Les dirigeants ont également décidé d'étoffer leur offre produits par les compotes de fruits en gourdes.

Par ailleurs, et toujours dans l'optique d'une croissance du groupe et d'une optimisation des coûts de la société INAMED il a été décidé de se lancer, dans un deuxième temps, en partenariat avec la société SH Biogéaud, dans la production de concentrés de fruits et légumes. Le but étant de faire une croissance verticale de l'unité et donc une intégration de tout le processus métier pour une meilleure maîtrise des coûts et de la qualité.

Dans cette optique, les associés de la société INAMED envisagent de développer la production fruitière et légumière à usage industriel dans le cadre du Plan National de Développement Agricole et Rural (PNDAR).

### 1.2- la fiche d'identité de l'entreprise :

Entreprise : SARL INAMED		
Siège Social : ZI — 8 Route de la briqueterie Baba Ali —Alger - Wilaya : Alger		
Tel/Fax : 023,57,01,18/19	<a href="mailto:sconso@inamed-dz.com">sconso@inamed-dz.com</a>	Site web: <a href="http://www.inamed-group.com">www.inamed-group.com</a>
<b>Noms des dirigeants :</b> FERRADJI Amira Fella FERRADJI Sif Eddine FERRADJI Selim Adel	<b>Fonctions :</b> Associée Gérante Associé Associé	Répartition dans le capital : 34 % 33 % 33 %
Capital social : 70.000.000 DZD Date de création : <b>Juin 1998</b> Date de démarrage : <b>décembre 1998</b>		
Secteur d'activité : Industrie Branche : Agroalimentaire	Activité principale : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 107.201 : lait et dérivés 107.505 : boissons non alcoolisées et eau minérale</li> <li>• 107.107 Production INFANTILES</li> <li>• 107603 Préparation culinaire</li> <li>• 107.612 transformations de produits alimentaires</li> <li>• 107.601 Production des fruits et légumes en conserve</li> </ul>	
Nombre de salariés : 17	Dont cadres : 4	Nombre d'équipe : 01
Certification ISO : en cours	Programme de mise à niveau : en cours	Exportation : Vers l'Afrique

Source : Document interne de l'entreprise INAMED.

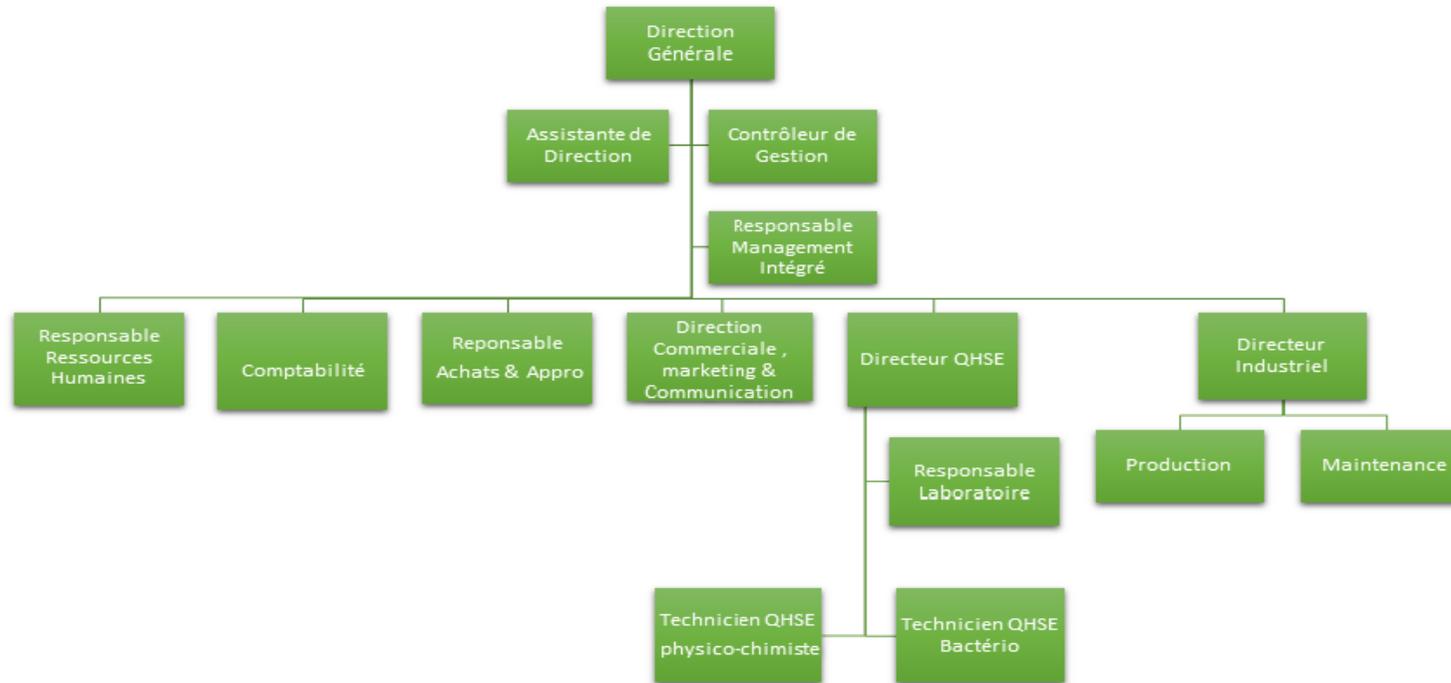
**1.3- Logo de l'entreprise :**

L'image suivante représente le logo de l'entreprise



1.4- L'organigramme de l'entreprise INAMED :

Figure N° 01 : Organigramme de l'entreprise d'accueil (INAMED) :



Source : Doucement interne de l'entreprise

**Section 02 : Partie qualitative de l'étude.**

Dans cette section, nous allons présenter la partie qualitative de notre Business plan qui contient :

- ❖ **Un Sommaire exécutif.**
- ❖ **Le cadre du projet.**
- ❖ **L'analyse stratégique du projet.**
- ❖ **Les moyens d'exploitation.**

**2.1- Le Sommaire exécutif :**

INAMED est une entreprise familiale appartenant à l'industrie Ferradji, de statut juridique SARL société à responsabilité limitée. Implémenté à ZI, Baba Ali, Alger. Par un siège administratif dédié aux actions de management et disposant d'un site de production au niveau de la commune KOLEA, wilaya de TIPAZA.

Dans le cadre de son développement et pour la diversification de ses activités et pour répondre aux besoins du marché, INAMED a opté pour la production et la commercialisation une gamme des produits agroalimentaire ; à savoir la production des boissons fruitées, les boissons lactées, les compotes de fruits ainsi que la production des bases culinaires comme les jus, le lait aromatisé, sauce blanche/ rouge. Plus récemment l'entreprise familiale a ajouté une nouvelle unité de production bâtie sur une assiette de 14 168 Mètre qu'Arie est dotée d'une grande flexibilité.

Avec un coût de projet estimé à **3 938 125 KDA**, l'entreprise va s'autofinancer avec 62% du montant global de l'investissement et 38 % de Crédit d'investissement afin de le réaliser.

L'un des objectifs de ce projet est la mise en exploitation de vergers pour la récolte de fruits et légumes destinés à la transformation. Ce qui lui permettra de mettre sur le marché des produits qui jusque-là étaient importés (i.e. compotes et plus tard les concentrés et huiles essentielles nécessaires à la fabrication de jus et sodas).

De ce fait et en vue de l'intérêt apporté par ce projet pour l'entreprise, il est impératif d'effectuer une étude de marché pour cerner son environnement et pour bien le planifier.

### **2.2- Présentation du projet :**

#### **2.2.1- Identification du projet :**

- **Intitulé du projet :** production de boissons fruitées, de boissons lactées, de compotes de fruits ainsi que de bases culinaires.
- **Secteur d'activité :** Agroalimentaire.
- **Localisation du projet :** ZA- 4 Route des Vaches, Sidi Bouzid Koléa - Wilaya : Tipaza.
- **Type d'investissement :** extension.
- **Origine des capitaux :**
  - Fonds propres.
  - Crédit d'investissement.

#### **2.2.2- Description du terrain en concession :**

La société se situe sur Terrain en pleine propriété, d'une superficie de 14 168 Mètres qu'Arie dont :

- Administration 245 m2.
- Zone de production 2 600 m2.
- Zone de stockage 1 400 m2.
- Laboratoire 210 m2.
- Surface exploitable 9700 m2.

#### **2.2.3- Le porteur du projet :**

##### **a) Présentation de l'entreprise INAMED :**

- ❖ Raison sociale : INAMED.
- ❖ Adresse siège : ZI — 8 Route de la briqueterie Baba Ali —Alger - Wilaya : Alger.
- ❖ Forme juridique : SARL.
- ❖ Capital social : 70.000.000 DZD.

❖ Date de Création : 1998.

**b) Les principaux produits de l'entreprise INAMED :**

Les principaux produits de la société sont :

- Catégorie boisson « Jus »
  - Jus de fruits.
- Catégorie Boisson « Lait »
  - Lait.
  - Lben.

**2.2.4- La nature et l'intérêt du projet :**

Selon la vision de l'entreprise INAMED, qui aspire à devenir un complexe agroalimentaire et à diversifier ses activités à travers ce projet « **Usine de production agroalimentaire** », l'entreprise aspire pour un objectif à prendre une part significative du marché de l'agroalimentaire en rémunérant des produits qui étaient auparavant importés à des prix compétitifs.

Et respecter les exigences de qualités nutritionnelles des concitoyens et leurs nouvelles habitudes de consommations.

Enfin, à travers ce projet, l'entreprise aspire à exporter des tonnes de produits vers plusieurs pays africains.

En effet le projet d'investissement prévoit la création plus de 140 postes de travail.

**2.3- L'analyse stratégique du projet :**

**2.3.1- La mission de l'entreprise :**

L'entreprise INAMED ex YOP MILK dès sa création se voulait être un complexe agroalimentaire multiproduits mais qui répondent tous à la même exigence : « Qualité et Santé ».

Avec la société INAMED, nous souhaitons nous engager de manière durable pour le respect de la nature et de l'homme en mettant l'accent sur le développement durable et le civisme social. Avec l'investissement projeté, la société INAMED cherche à :

- ✓ Se diversifier des producteurs locaux de boissons en mettant sur le marché des produits moins sucrés et meilleurs pour la santé.
- ✓ Mettre sur le marché des produits de plus en plus demandés par le consommateur Algérien mais qui jusqu'à ce jour étaient quasi-totalement importés.

### 2.3.2- L'analyse et le diagnostic de l'environnement :

#### a) L'analyse de la demande :

Le marché des boissons en Algérie représente 330 millions de litres de la production totale du secteur agroalimentaire.<sup>1</sup>

En 2020, l'Algérie connaît une croissance démographique de 1,71%.<sup>2</sup> C'est autant de personnes qui sont susceptibles d'adopter nos produits dès l'enfance et d'évoluer avec une fois adulte.

Les laits aromatisés représentent 6% du marché de produits laitiers en Algérie en 2013<sup>3</sup>. Depuis il ne cesse d'augmenter d'après l'indice **Tetrapak** leader dans le conditionnement de ce produit.

De manière générale, le secteur national des industries agro-alimentaires connaît une très forte impulsion et contribue en deuxième place dans l'économie nationale comme source de création de valeurs.

---

<sup>1</sup> GINIDEX Algérie

<sup>2</sup><https://www.aps.dz/societe/134560-demographie-44-6-millions-d-habitants-en-algerie-en-janvier-2021#:~:text=A%20ce%20rythme%20de%20croissance.les%20pr%C3%A9visions%20de%20l'Office>, (consultée le 17/05/2022 à 9h :53)

<sup>3</sup> <https://www.djazairss.com/fr/latribune/84921>, (consultée le 22/05/2022 à 10h :14)

### b) L'analyse de l'offre :

INAMED s'est lancée le défi de proposer une offre qui réponde aux besoins des consommateurs Algériens :

- L'entreprise vise à remplacer des produits qui jusque-là, étaient importés à qualité identique.
- Respecter le pouvoir d'achat des algériens et donc être accessibles à toute la population.
- Les capacités de production permettent une distribution sur l'ensemble du territoire nationale.
- Respecter les exigences de qualité nutritionnelles des concitoyens et leurs nouvelles habitudes de consommations.

### C) Identification des principaux concurrents :

Les principaux concurrents directs et indirects de l'entreprise INAMED :

#### a) Catégorie Boisson :

##### ❖ NCA ROUIBA :

NCA Rouiba est une entreprise Algérienne spécialisée dans la production et la distribution de boissons, nectars et jus de fruits. Fondée en 1966 par un père et son fils, celle qui s'appelait autrefois "La Nouvelle Conserverie Algérienne" va devenir Rouiba en 1984.<sup>1</sup>

Plus qu'une entreprise innovante, NCA Rouiba constitue aujourd'hui un patrimoine algérien, acteur majeur de l'économie Algérienne, puisqu'il s'agit de la première entreprise nationale de production et de distribution de jus de fruits.

---

<sup>1</sup> rouiba.com.dz, (consultée le 20/05/2022 à 13h :30)

### ❖ **Bifa Algérie :**

Depuis sa création en 2004, le groupe Bifa Algérie, spécialisé dans la fabrication du biscuit, génoise, madeleine, gaufrette, chocolat, confiserie, jus et eau minéral a pu fournir pour le marché Algérien et extérieur, une large gamme affinée sous différents goûts et formats.

Le groupe Bifa est un conglomérat algérien de l'industrie agroalimentaire, actuellement il est parmi les leaders nationaux dans son domaine avec une capacité de production considérable.<sup>1</sup>

### ❖ **N'gaous :**

N'gaous – Conserves, le leader du naturel, Composé de deux unités de production ; unité de N'gaous et l'unité de Menaâ, elle est parmi les anciennes entreprises Algériennes, spécialisées dans la transformation des fruits, fabrication et commercialisation des eaux fruitées, jus & conserves, située à N'gaous, à la Wilaya de Batna à l'est de l'Algérie, une région agricole, riche de sa production d'abricot, sa création était en 1979 par un contrat signé avec la société française CIFAL, 1981 était la première année de production, sous la tutelle du groupe ENAJUC. (Entreprise Nationale des Jus et Conserves).<sup>2</sup>

### ❖ **CANDIA :**

Candia est une marque commerciale Française de produits laitiers fondée en 1971 et appartenant au groupe Sodiaal.<sup>3</sup>

### **Candia Algérie :**

Tchin-Lait est une société privée de droit Algérien, fondée par M. Fawzi BERKATI en 1999, implantée sur l'ancien site de la limonaderie Tchin-Tchin qui était, à l'origine, une entreprise familiale, Tchin Lait produit et commercialise le lait longue conservation UHT (Ultra Haute Température) sous le label Candia, depuis mai 2001.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> [www.bifa-dz.com](http://www.bifa-dz.com), (consultée le 20/05/2022 à 14h :42)

<sup>2</sup> [www.ngaous.com](http://www.ngaous.com), (consultée le 20/05/2022 à 15h :02)

<sup>3</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Candia\\_\(marque\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Candia_(marque)), (consultée le 20/05/2022 à 15h :25)

<sup>4</sup> <http://www.tchinlait.com/produits-candia-algerie-Boisson-au-gout-chocolat-/>, (consultée le 20/05/2022 à 15h :25)

### ❖ Danone Djurdjura Algérie :

Danone Djurdjura Algérie est la filiale du groupe Français Danone en Algérie et y commercialise plusieurs marques telles que Activia, Danette, Danao, Danino, Tréfle, ou encore Blédina, Aptamil et Nutricia. Danone Djurdjura Algérie est le fruit d'une belle rencontre entre un leader mondial des produits laitiers frais Danone et la laiterie Algérienne Djurdjura qui fut créée par la Famille Batouche en 1983 et ayant connu une croissance soutenue pendant 18 ans.<sup>1</sup>

Figure N°02 : La part de marché des concurrents pour la catégorie Boisson Jus



- ❖ 9700 Tonne/ an.
- ❖ 1.1 Mrd de DZD/an.
- ❖ Le Daily (bifa) est une boisson bon marché 10 DA qui permet aux enfants d'acheter biscuit, chips ou autre snack avec.

Source : Docement interne de INAMED.

<sup>1</sup> <https://web.facebook.com/DanoneDjurdjuraAlgerie/>, (consultée le 28/05/2022 à 15h :25)

Figure N°03 : La part de marché des concurrents pour la catégorie Boisson au lait



- ❖ 9500 tonne/an.
- ❖ 2.5 Mds DZD/an.
- ❖ Candia domine le marché avec une distribution forte et un produit apprécié. (Distribution pondérée à 87%)
- ❖ Le Candy choco est généralement acheté et consommé seul.

Source : Docement interne de INAMED.

### b) Catégories culinaires :

#### ❖ JUMBO :

Jumbo est l'une des filiales de l'entreprise multinationale Gallina Blanca Star qui opère dans le secteur de l'agroalimentaire dont l'activité fondamentale est la fabrication des produits culinaires.

Présente en Algérie depuis une vingtaine d'année, cette industrie est dédiée à la production des bouillons cubes en possédant environ 90 % de parts de marché interne sachant qu'elle fournit d'autres produits consommables comme les soupes déshydratées, tomates concentrées et les sachets cuissons, sauces et nouilles instantanées,<sup>1</sup>

Désormais une marque emblématique, la filiale de GB Foods dispose de deux grands sites de productions à Hassi Ameur - Sénia (Oran) et Chéraga (Alger).

Depuis son implantation sur le marché Algérien, cette société a connu une croissance soutenue et a pu rapidement se mettre dans une position confortable sans aucune grande

<sup>1</sup> [Jumbo Algérie | Produits Culinaires - Galina Blanca | Entreprise-dz.com](http://Jumbo Algérie | Produits Culinaires - Galina Blanca | Entreprise-dz.com), (consultée le 25/05/2022 à 13h:40)

concurrence importante imposée par les entreprises qui se développent dans le même domaine d'activité.

### ❖ CAB (GROUP BENAMOR) :<sup>1</sup>

En 1984, le Groupe Benamor naît à partir d'une petite unité de transformation de concentré de tomates, la Conserverie Amor Benamor (CAB). Chaque jour, 240 tonnes de tomates fraîches fournissent alors la matière première de son activité.

Deux décennies plus tard, le chemin parcouru est considérable. La filiale CAB est devenue le leader algérien tant en capacité de production (réception de 11 000 tonnes/jour) qu'en parts de marché (60 %). Ses produits, conserves de tomates, harissa et confitures, sont largement adoptés par les consommateurs Algériens.

La production totale de la conserverie Amor Benamor a été multipliée par plus de 20 entre 1986 à et 2017 passant de 3 000 à 90 000 tonnes. Elle est assurée par trois unités situées à : Bouati Mahmoud et El fedjoudj (wilaya de Guelam), et Boumaiza (wilaya de Skikda).

### ❖ SOUMMAM

La Laiterie Soummam est une entreprise agroalimentaire Algérienne spécialisée dans la production de produits laitiers, créée par Lounis Hamitouche en 1993. En 2011, Soummam est le premier producteur algérien de yaourt avec 42 % de part de marché en Algérie. Son siège se trouve à Taharacht (Akbou, wilaya de Béjaïa).

La laiterie Soummam produit du lait Soummam UHT, des yaourts en pots Fort, Acti+, Céréalo, B'nina, J'nina, Mamzoudj, , Yago, Aladin, des fromages frais P'tit Soummam (natures et aromatisés), aussi des sauces blanches, des spécialités laitières et autres desserts lactés.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <https://amorbenamor-group.com/cab.html>, (consultée le 25/05/2022 à 15h :00)

<sup>2</sup> [www.soummam-dz.com](http://www.soummam-dz.com), (consultée le 25/05/2022 à 16h :00)

### ❖ Fondelice :

La Sarl Fromagerie Procheese société algérienne spécialisée dans la fabrication de fromages, sauces et condiments.<sup>1</sup>

Figure N°04 : la part de marché des concurrents pour la catégorie culinaire sauce tomate



- ❖ 1900 Tonne/An.
- ❖ 1 Mds DZD/An.
- ❖ CAB & JUMBO avec distribution pondérée à 84 %.

Source : Docement interne de INAMED.

Figure N°05 : La part de marché des concurrents pour la catégorie culinaire sauce blanche



- ❖ 3100 tonnes/ An
- ❖ 900 Million DZD/An
- ❖ Les leaders du marché ont des ruptures fréquentes sur le marché ce qui a permis à de nouveaux joueurs plus focus sur la catégorie de pénétrer le marché en proposant un plus large éventail de produits et de grammage.

Source : Docement interne de INAMED

<sup>1</sup> [https://web.facebook.com/fondelice.dz/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/fondelice.dz/?_rdc=1&_rdr), (consultée le 28/05/2022 à 18h :00)

**c) Catégorie compote :**

- ❖ **Agro omnium** : D'agro omnium, lancée en septembre 2019 à Oran. Cette entreprise propose, sous la marque Capi, les compotes de fruits en gourles doypak.<sup>1</sup>

**Tableau N° 02 : Les principaux produits des concurrents**

Catégories	Concurrents	PRODUITS
BOISSON	NCA	
	ROUIBA	ROUIBA Energy 20cl Orange, Cocktail.
	BIFA	Bifa Daily 20 cl.
	N'gous	Boisson Fruitée Plate Carton 20 cl.
	Danone	Danao Lait
	CANDIA	Candy choco, candy fraise, twist fraise banane, boisson orange (125ml/20cl).
Culinaire	JUMBO	JUMBO Sauce tomate 250ML.
	CAB	CAB sauce tomate 500 ML.
	Fondélice	Sauce béchamel.
	SOUMMAM	Soummam sauce béchamel 500ML/180ml.
Compote	AGRO OMNIUM	Capi la compote de poche 90GR.

Source : élaborer par nous même

**d) Marché et positionnement :**

- ❖ Les boissons représentant 14 % de la production totale du secteur agroalimentaire.<sup>2</sup>

La consommation dans le secteur n'a cessé de progresser ces dernières années, environ 7% par an. Cette estimation est confortée par l'aspect démographique du pays et une amélioration sensible des revenus per capita.

<sup>1</sup> <https://www.algerie360.com/capi-la-compote-algerienne-qui-veut-concurrencer-les-marques/>, (consultée le 28/05/2022 à 17h:30).

<sup>2</sup> <http://lechodalgerie-dz.com/industrie-de-boissons-gazeuses-la-production-algerienne-depasse-45-milliards-de-litres-annuellement/>, (consultée le 20/05/2022 à 10h:47).

De manière générale, le secteur national des industries agro-alimentaires connaît une très forte impulsion et classer 2ème après le secteur hors hydrocarbures dans la contribution de valeur ajoutée pour l'économie national, sans compter son caractère stratégique dans la création d'emploi.<sup>1</sup>

L'offre actuelle de compotes en Algérie est très faible. Il n'y a pas de production Algérienne de compotes de fruits à l'exception de la société Soummam qui ne produit que la compote de pommes (aucun fruit ni mélange de saveurs) en pots de 90 grammes vendus à l'unité en complément de ses propres produits laitiers dont elle est leader en Algérie.

Il existe une offre produits haut de gamme importés essentiellement de France (Andros, Materne, Charles Farraud.). Cette offre produits identiques à celles proposée en France est néanmoins le plus souvent aléatoire, limitée aux grandes agglomérations, et les distributeurs ne sont pas régulièrement approvisionnés.

Enfin, INAMED mettra sur le marché un conditionnement encore inexistant sur le marché algérien mais très porteur : la gourde. Ce conditionnement est extrêmement prisé par les jeunes enfants, les adolescents et les mamans compte tenu de son côté pratique et facile d'utilisation.

L'introduction d'un process du type de celui de la gourde amènera également un niveau de technologie supplémentaire dans l'industrie agro-alimentaire en Algérie.

❖ L'investissement projeté est encouragé par :

- L'interdiction par les autorités publiques de l'importation de boissons et autres sauces.
- Le potentiel que représente le marché de l'export au niveau Africain. La société INAMED a déjà entamé des opérations d'export test vers la Mauritanie et Lybie
- La diversification de notre gamme produit (boissons, sauces, lait etc.).

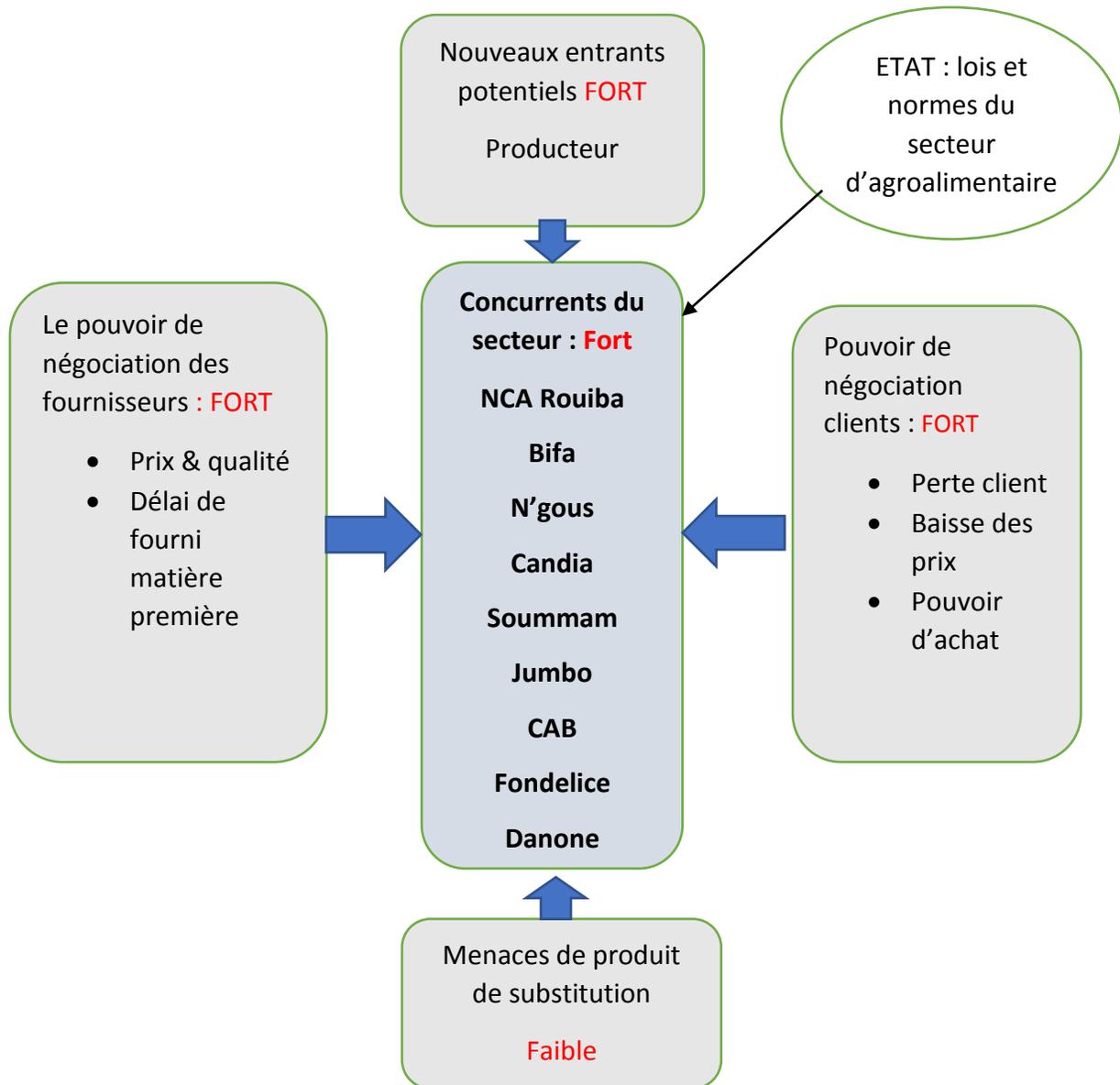
---

<sup>1</sup> <https://www.algeriabusiness.info/agroalimentaire-donnees-sectorielles-2019/>, (consultée le 28/05/2022 à 18h:00).

**E) L'analyse de la force concurrentielle :**

Le schéma ci-dessous représente l'analyse de la force concurrentielle selon le modèle des forces de PORTER de l'entreprise :

**Schéma N°04 : l'analyse de la force concurrentielle selon le model des 5+1 force de PORTER de l'entreprise**



Source : élaborer par nous-même à partir des données fournies par l'entreprise

- Les fournisseurs ont un impact direct sur la rentabilité de l'entreprise ils peuvent également imposer leurs prix, délais de paiement ainsi que d'autre conditions de vente (FORT)
- Le client dispose du choix vue la diversité des offres disponible sur le marché (l'intensité de la rivalité) et peut alors changer de fournisseur comme bon lui semble (fort)
- Pour nouveaux entrants le secteur est protégé par L'interdiction de l'importation de boissons et autres sauces donc seuls les producteurs peuvent entrer (fort).

**F) Diagnostic interne et externe de l'entreprise :**

L'entreprise a réalisé un diagnostic comprenant les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces en s'appuyant sur la matrice SWOT.

**Tableau N ° 03 : Analyse SWOT du projet**

<b>Opportunités</b>		<b>Menaces</b>
<b>Diagnostic externe</b>	Suspensions d'importations douanières.	Baisse du pouvoir d'achat.
	Accès aux programmes d'aide d'investissement.	Dévaluation du dinar.
	Possibilité d'exportation.	Mauvaise adaptation aux produits.
	Absence des concurrents nationaux sur les marchés ciblés.	Risque d'apparition de Nouveaux concurrents.
	Fidélisation des fournisseurs.	Insatisfaction & Réclamations clients.
	Produits qui répondent aux exigences nutritionnelles et pouvoir d'achat des consommateurs.	Rupture de stocks produits finis.
	Organisation du secteur agroalimentaire par l'application de la réglementation.	Procédures administratives lentes.
<b>FORCES</b>		<b>FAIBLESSES</b>
<b>Diagnostic Interne</b>	Respect des exigences réglementaires et normatives.	Absence des indicateurs de performances.
	Disponibilité des compétences.	Rôles et responsabilités mal définis.
	Flexibilité des équipements de production.	Absence de communication externe.
	Maîtrise de la technologie des équipements.	Manque de ressources financières.
	Produits innovants et diversifiés sans comparables.	Mauvaise utilisation des ressources disponibles.
	Marques nouvelles & conçues avec bon sens.	Manque de formation et d'accompagnement des équipes.

Source : élaboré par nos-soin, à partir des données fournies par l'entreprise.

## 2.3.3- Stratégie Marketing :

### 2.3.3.1- Clientèle ciblée :

Le tableau suivant présente la principale clientèle ciblée par le biais de cet investissement

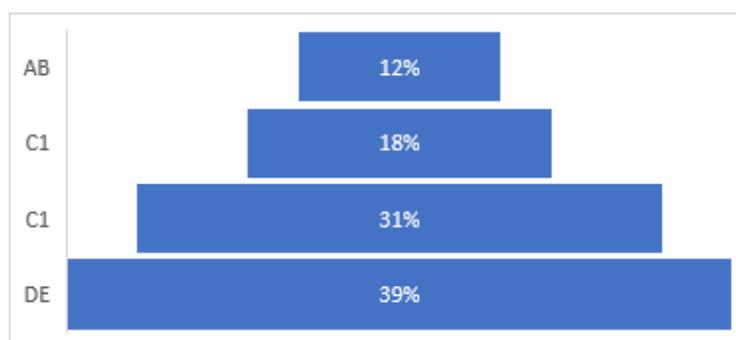
**Tableau N° 04 : Segmentation de la clientèle**

Clientèle ciblée	Produits
Enfants 6 à 16 ans	Jus / Lait / compote
Femme Active	Culinaire
Sportif	Jus Naturels
Professionnel	Culinaire
Maman & bébé	Jus / Lait / compote

Source : élaboré par nos-soin.

#### a) Enfants 6 à 16 ans :

**Figure N° 06 : Classification Socioéconomique des enfants 6 à 16 ans**



- 8 700 000 enfants entre 6-16 ans

**Tableau N° 05 : la consommation moyenne selon la classe socioéconomique ;**

Nombre d'enfant entre 6-16 an	Moyenne budget gouter	Fréquence par semaine	Potentiel du marche
1 000 000	60 DA	80%	3 840 000 000,00
1 600 000	60 DA	40%	3 072 000 000,00
2 700 000	40 DA	30%	2 592 000 000,00
3 400 000	10 DA	20%	544 000 000,00
			10 048 000 000,00

Source : Docement interne de INAMED.

- Un marché estimé à plus de 10 Mrd de DZD par an pour les produits ciblés (Jus, Lait Aromatisée, Compotes) <sup>1</sup>.

### a. Femme Active :

En Algérie, les femmes représentent 18 % de la population active<sup>2</sup>.

D'une manière générale, la femme active doit réaliser de nombreuses tâches dans des journées qui ne sont-elles pas extensibles. Elle veut à la fois bien élever ses enfants, avoir une vie saine.

Cependant, il n'est pas toujours évident de cuisiner un repas pour sa famille et un autre pour soi.

C'est pour ça l'entreprise à lancer une grande gamme des produits culinaires qui aident la femme active de passe moins de temp à la cuisine.

### b. Professionnel :

Ce sont (les restaurant, fastfoods, ect ..).

Le canal professionnel avec les pizzerias est plus gros que le retail avec 18 000 fastfoods (7000 rien qu'a Alger).<sup>3</sup>

### c. Sportif :

Au cours d'un effort physique prolongé, le corps se déshydrate. Il est alors nécessaire de lui apporter régulièrement une source d'hydratation pour compenser les pertes. Une source saine et naturelle.

Pour ça l'entreprise a répondu à ce besoin avec une marque saine jus naturel avec les légumes et fruits sans sucre sans conservateur. **C'est KULT.**

---

<sup>1</sup> Etude de marché élaborer par l'entreprise INAMED, Mai 2022.

<sup>2</sup> Mustapha BENFODIL, « en Algérie la femme représente 18% de la population active », [www.elwatan.com/edition/actualite/en-algerie-les-femmes-representent-18-de-la-population-active](http://www.elwatan.com/edition/actualite/en-algerie-les-femmes-representent-18-de-la-population-active), consultée le (31/05/2022 17h :00)

<sup>3</sup> Etude de marché élaborer par l'entreprise INAMED, Mai 2022.

### d. Maman & Bébé :

Plus d'un million de naissances par an en Algérie<sup>1</sup> (2020), ces nouveaux nés ont tous droit à une bonne nutrition saine et de qualité, ainsi que la maman.

C'est pourquoi tous nous proposons une nutrition des produits conformes aux normes internationales des produits sains avec des prix raisonnables qui respecte pouvoir d'achat, et satisfaire l'alimentaire de marché algérienne.

#### ➤ Le positionnement de l'offre :

L'entreprise expose une gamme des produits au total six marques qui seront principalement sur le marché de masse consommation.

#### ➤ La différenciation de l'offre :

L'offre de l'entreprise se différencie par :

- Remplacement des produits qui jusque-là étaient importés à qualité identique ;
- Des Prix compétitifs avec diversification de choix qui respectent le pouvoir d'achat des Algériens ;
- Capacités de production qui permettent de la distribution sur l'ensemble du territoire national, avec localisation géographique optimale ;
- Modernisation avec les tendances digitales dans la communication et la vente avec un site e-commerce pour interagir avec tous les collaborateurs ;
- Equipe Jeune et compétant ;

---

<sup>1</sup> [www.ons.dz](http://www.ons.dz), (consultée le 30/05/2022 13h :00)

**2.4- Les moyens d'exploitation :**

**2.4.1- Le plan marketing :**

**A- La politique du produit**

Pour répondre aux besoins des clients l'entreprise INAMED expose 6 marques de produit sous la marque ombrelle J'nane :

- El boustane,
- Kidoo Potes, Ptit Kidoo
- Fakya

Ainsi que la marque **Sary et KULT**

**Catégorie Boisson :**



**Catégorie compote :**



- Compote pomme ;
- Compote pomme poire ;
- Compote pomme abricot ;
- Compote pomme fraise ;
- Compote pomme banane

## Catégorie bases culinaires :



- Sauce Tomate nature ;
- Sauce Tomate aromatisée Ail & Oignon ;
- Sauce Pizza ;
- Sauce Béchamel ;
- Crème Liquide ;
- Préparation Desserts ;

## B- La politique du prix :

- P'tit KIDOO Jus 125 ML 9.75 DA/HT;
- Sary Jus 200 ML 16,00 DA/HT;
- Ptit KIDOO Lait Aromatisé 125 ML 15,00 DA/HT ;
- Ptit KIDOO Lait 200 ML Aromatisé 22,50 DA/HT ;
- KULT Naturel Juice entre 350 DA et 500 DA 250 ml/ 500ml ;
- KIDOO Potes Gourde 90 GR (compote) 55DA/HT ;
- El boustane Sauce blanche 250ML 100DA/HT ;
- El boustane Sauce tomate 300ML 80DA/HT ;

## C- La politique de la communication :

La volonté de modernisation de l'entreprise INAMED avec les tendances digitales du marché, touche également la partie communication de cette entreprise.

En effet, il a été décidé de mettre en place le site internet de l'entreprise, afin d'interagi, directement avec les consommateurs, les acheteurs, les enfants, les partenaires d'affaires, et avec tout le marché, pour les familiariser avec notre entreprise, l'ensemble des produits, valeurs, et propositions.

Conformément à l'engagement de l'entreprise, une page Facebook dédiée aux mamans sera bientôt mise en ligne afin de permettre au personnage Kidoo de devenir le meilleur ami des

enfants et le partenaire privilégié des mamans qui cherchent pour leurs enfants des produits sains.

Cette page permettra aux mamans de retrouver des conseils de nutrition/santé pour leurs enfants, des alertes pour les tenir informées des ouvertures des centres de loisirs pour enfants ou encore des campagnes d'animation organisées par les autorités de la jeunesse et des sports, ou par le réseau Algérien pour la défense des droits de l'enfant, et des différents sponsoring officiel de plusieurs fédérations de sport et notamment celle du judo.

Par ailleurs, il a été établi avec différents Agence de marketing, un plan marketing et media qui sera déployé au moment du lancement de l'ensemble des produits, pour l'entreprise être connaître.

Avec la nouvelle stratégie de marketing, l'entreprise chercher à devenir plus visible en participant à différents évènements organisés au niveau national et international : Mantoudj Biladi avec le Ministère du Commerce, Djazagro avec l'ensemble de nos produits etc.

#### **D- La politique de distribution :**

A cause de moyens limités pour le moment, les canaux de distribution actuels de l'entreprise sont :

**Les partenaires régionaux :** des partenariats avec de distributeurs et/ou grossistes dans différentes Wilayas du pays afin de rendre, les produits de l'entreprise visibles et disponibles. A terme l'entreprise espéré à ouvrir nos propres dépôts à l'Est et à l'Ouest du pays.

## Chapitre 03 : L'élaboration du business plan de construction d'une usine de production agroalimentaire 94

### 2.4.2- L'approvisionnement :

Le tableau suivant présente la production estimée de l'usine durant les quatre premières années par catégorie :

**Tableau N° 06 : L'estimation de la production de l'usine par catégorie pour les quatre premières années de production.**

Production en Col/an	Catégorie	1An	2An	3An	4An
Nombre d'heure de travail par jour	H	8	16	16	24
Capacité d'utilisation	%	60%	70%	70%	80%
Gourde 90 gr	Compote	10 137 600	23 654 400	23 654 400	33 792 000
Jus 125 ml	Jus	996 644	2 325 503	2 325 503	3 322 148
Jus 200 ml	Jus	996 644	2 325 503	2 325 503	3 322 148
BIB 10 L	Jus	155 232	362 208	362 208	517 440
BIB 20 L	Jus	77 616	181 104	181 104	258 720
Lait 125 ml	Lait	1 379 356	3 218 497	3 218 497	4 597 852
Lait 200 ml	Lait	1 379 356	3 218 497	3 218 497	4 597 852
Sauce blanche 200 ml	Sauces	6 336 000	14 784 000	14 784 000	21 120 000
Sauce tomate 330 ml	Sauces	6 336 000	14 784 000	14 784 000	21 120 000
<b>Total</b>		<b>27 794 448</b>	<b>64 853 712</b>	<b>64 853 712</b>	<b>92 648 160</b>

Source : Document interne de l'entreprise INAMED

**Commentaire :** la production prévisionnelle augmentera progressivement au cours des quatre premières années.

**Tableau N° 07 : L'estimation de matières premières consommées par l'entreprise durant les quatre premières années du démarrage d'usine**

Consommation de matières et fournitures en KDA				
Désignation	1An	2An	3An	4An
<b>Total MPA</b>	<b>514 638</b>	<b>1 200 822</b>	<b>1 200 822</b>	<b>1 715 459</b>
<b>Total MPC</b>	<b>337 044</b>	<b>786 435</b>	<b>786 435</b>	<b>1 123 478</b>
<b>TOTAL</b>	<b>851 682</b>	<b>1 987 257</b>	<b>1 987 257</b>	<b>2 838 937</b>

Source : Document interne de l'entreprise INAMED

- MPA = Matières Premières Alimentaires.
- MPC = Matières Premières Conditionnement.

**Commentaire :** La consommation des matières premières et fournitures représente 42% du chiffre d'affaires annuel.

## Section 03 : La partie quantitative de l'étude

Dans cette section, nous présentons la partie quantitative de notre business plane, il correspond à traduire la synthèse financière et les stratégies décrites dans la partie qualitative

Nous avons utilisé deux méthodes pour élaborer notre estimation financière

- Méthode 3 point de gant
- Méthode de jugement de l'expert (dans ce cas c'est l'expert-comptable).

### 3.1- Structure et montant de l'investissement :

**Montant de l'investissement : 3,93 Milliards de DA**

**Tableau N° 08 : Structure d'investissement**

	Désignation	Montant DZD
1	Terrain	800 492,00
2	Construction & Annexes	1 532 448,00
3	Equipements de Production	1 492 835,00
4	Autre investissements	112 350,00
	<b>Total</b>	<b>3 938 125,00</b>

Source : Doucement interne de l'entreprise U.KDA

Le coût total du projet hors les besoins en fonds de roulement s'élève à 3 938 125 KDA, dont :

- **2 445 290 KDA** (soit 62%) financés sur Fonds propres
- **1 492 835 KDA** (soit 38%) financés par un emprunt bancaire sollicité sur une période de 8 ans dont 2 ans de différés.

Le Besoin en fonds de roulement est estimé en moyenne de 400.000 KDA pour chaque année pendant les trois premières années qui seront financées par un crédit d'exploitation.

## Chapitre 03 : L'élaboration du business plan de construction d'une usine de production agroalimentaire 96

### 3.2- Chiffre d'affaires prévisionnelles :

Le tableau suivant présente l'évaluation du chiffre d'affaires prévisionnel de l'investissement au cours des quatre premières années.

**Tableau N° 09 : Chiffre d'affaires prévisionnel**

Production en Col/an	Catégorie	An1	An2	An3	An4
Nombre d'heure de travail par jour	H	8	16	16	24
Capacité d'utilisation	%	60%	70%	70%	80%
Gourde 90 gr	Compote	557 568	1 300 992	1 300 992	1 858 560
Jus 125 ml	Jus	8 721	20 348	20 348	29 069
Jus 200 ml	Jus	15 946	37 208	37 208	53 154
BIB 10 L	Jus	124 186	289 766	289 766	413 952
BIB 20 L	Jus	116 424	271 656	271 656	388 080
Lait 125 ml	Lait	20 690	48 277	48 277	68 968
Lait 200 ml	Lait	31 036	72 416	72 416	103 452
Sauce blanche 200 ml	Sauces	633 600	1 478 400	1 478 400	2 112 000
Sauce tomate 330 ml	Sauces	506 880	1 182 720	1 182 720	1 689 600
<b>Total</b>		<b>2 015 050</b>	<b>4 701 784</b>	<b>4 701 784</b>	<b>6 716 835</b>

Source : élaborer par nous-même à partir des données de l'entreprise

**Commentaire :** On remarque que le chiffre d'affaires évolue jusqu'à se stabiliser à 6,7 Milliards DA au terme de la 4 -ème année d'exploitation représentant un taux d'utilisation de 80%.

**Tableau N° 10 : Les pourcentages de chiffre d'affaires par catégorie de produit**

Catégorie	CA	% CA
Compote	1 858 560	28%
Jus	884 255	13%
Lait	172 419	3%
Sauces	3 801 600	57%
<b>Total</b>	<b>6 716 835</b>	<b>100%</b>

Source : élaborer par nous-même à partir des données de l'entreprise.

## 3.3- Estimation des charges :

### 3.3.1- Prévision des charges :

#### A. Services externes :

Pour que le business model soit complet, il est tenu compte des services extérieurs qui se détaillent par nature dans le tableau ci-contre :

**Tableau N° 11 : Services extérieurs**

Services extérieurs en KDA				
Désignation en KDA	An1	An2	An3	An4
Frais de maintenance et entretien	20 151	47 018	47 018	67 168
Primes d'assurance	18 759	18 759	18 759	18 759
Frais marketing	161 204	376 143	376 143	537 347
Autres services	10 075	23 509	23 509	33 584
Total services extérieurs	210 189	465 429	465 429	656 859

Source : Document interne de l'entreprise.

#### Commentaire :

- Les frais de maintenance de d'entretien représenteront de 1 % du chiffre d'affaires.
- L'estimation des primes d'assurances sera déterminée sur la base des taux ci-après :
  - Incendie et risques divers représentant 2.5/1000 de la valeur des bâtis
  - Assurance des équipements représentant 1% de la valeur d'acquisition.
  - Assurance de matériels de transport représentant 1% de la valeur d'acquisition
- Les frais de marketing représentant 8 % du chiffre d'affaires total.

Pour autres services il s'agit des frais de missions et de déplacements, honoraires des consultants, frais bancaires et les frais de publicités et de relations publiques, ils représenteront 0,5 % du chiffre d'affaires total.

## B. Les charges salariales :

Le tableau ci-contre indique le montant des charges du personnel qui inclus les éléments suivants : • Le salaire par poste.

- Les charges sociales : 26% du salaire de poste.

**Tableau N°12 : Masse salariale prévisionnel**

Masse salariale en KDA				
Désignation	An1	An2	An3	An4
Fonction support	6 060	10 589	10 589	15 193
Maintenance	1 454	2 541	2 541	3 646
Sales/ Marketing	315	551	551	790
QHSE/ R&D	2 836	4 956	4 956	7 110
Production	13 573	23 718	23 718	34 030
Masse salariale en KDA	24 238	42 354	42 354	60 769
Effectif	57	92	92	133

Source : Doucement interne de l'entreprise.

**Commentaire :** On remarque une augmentation de masse salariale progressive au cours des années, cette augmentation est conséquence de l'augmentation nombre d'effectif.

A terme, l'activité d'INAMED mobilisera une équipe de 133 personnes présentées dans le tableau suivant :

**Tableau N° 13 : Création d'emploi Prévisionnel**

Désignation	Actuel	An1	An1-An5
Fonction support	12	25	25
Maintenance	4	6	8
Sales/ Marketing	4	1	1
QHSE/ R&D	2	9	9
Production	12	53	90
Total	57	92	133

Source : Docement interne de l'entreprise.

**Commentaire :** On remarque une augmentation de nombre de salariés au cours des années jusqu'à 133 salaries augmentation de 230 % entre 1ere année et 5ème Année

**C. Les charges opérationnelles :**

➤ **Charges d'impôt :**

**Taxe sur activité professionnelle :** Une TAP de 1% du chiffre d'affaires à compter de 2031, l'année où l'exonération accordée par l'ANDI prendra fin (Article 3 LFC –article 222 du CIDTA).

**Impôt sur le bénéfice :** Un IBS représentant 19% du résultat brut annuel, avec une exonération du paiement de cet impôt durant les 5 premières années d'exploitation du projet (avantages ANDI).

**D. Amortissements & valeur nette comptable :**

Les dotations aux amortissements et les VNC sont calculées conformément aux règles du SCF. Les dotations aux amortissements sont indiquées dans le tableau suivant :

**Tableau N° 14 : Dotations aux amortissements**

Désignation	Montant	Taux	An1	An2	An3	An4
Travaux réaménagement	1 532 448	4%	61 298	61 298	61 298	61 298
Matériel Industriel	1 492 835	10%	111 963	149 284	149 284	149 284
Autres investissement	112 350	20%	22470	22 470	22 470	22 470
Total valeur Brute	3 137 633	Dotations	233051	233 051	233 051	233 051
		VNC	2 904582	2671531	2 438480	2 205429

Source : Docement interne de l'entreprise.

## 3.4-Estimation des résultats :

### 3.4.1- Le compte de résultat prévisionnel :

Le tableau suivant présente le résultat prévu pour l'usine

**Tableau N° 15 : le compte de résultat prévisionnel**

Compte de résultat	An1	An2	An3	An4
<b>Ventes et produits annexes</b>	<b>2 015 050</b>	<b>4 701 784</b>	<b>4 701 784</b>	<b>6 701 835</b>
Variation stocks produits finis et encours	0	0	0	0
<b>I PRODUCTION DE L'EXERCICE</b>	<b>2 015 050</b>	<b>4 701 784</b>	<b>4 701 784</b>	<b>6 701 835</b>
Achats consommés	1 309 783	3 056 160	3 056 160	4 365 943
Services extérieurs et autres consommations	210 189	465 429	465 429	656 859
<b>II CONSOMMATION DE L'EXERCICE</b>	<b>1 519 972</b>	<b>3 521 589</b>	<b>3 521 589</b>	<b>5 022 801</b>
<b>III VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION</b>	<b>495 078</b>	<b>1 180 196</b>	<b>1 180 196</b>	<b>1 694 033</b>
Charges du personnel	24 238	42 354	43 354	60 769
Impôts, taxes et versements assimilés	0	0	0	0
<b>IV EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION</b>	<b>470 840</b>	<b>1 137 842</b>	<b>1 137 842</b>	<b>1 633 264</b>
Dotation aux amortissements	233 051	233 051	233 051	233 051
Reprise sur pertes de valeurs et provisions	0	0	0	0
<b>V RESULTAT OPERATIONNEL</b>	<b>205789</b>	<b>904 790</b>	<b>904 790</b>	<b>1 400 213</b>
Produits financiers	0	0	0	1
Charges financières	32 000	32 000	114 106	78 724
<b>VI RESULTAT FINANCIER</b>	<b>-32000</b>	<b>-32000</b>	<b>-114106</b>	<b>-78723</b>
<b>VII RESULTAT ORDINAIRE AVANT IMPOTS</b>	<b>173789</b>	<b>904 790</b>	<b>904 790</b>	<b>1 400 213</b>
Impôts exigibles sur résultat ordinaires	0	0	0	0
Impôts différés (variation) sur résultats ordinaires	0	0	0	0
<b>TOTAL PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES</b>	<b>2 015 050</b>	<b>4 701 784</b>	<b>4 701 784</b>	<b>6 716 836</b>
<b>TOTAL CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES</b>	<b>1 750 999</b>	<b>3 828 994</b>	<b>3 911 100</b>	<b>5 395 346</b>
<b>VIII RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES</b>	<b>264 052</b>	<b>872 790</b>	<b>790 684</b>	<b>1 321 490</b>
<b>IX RESULTAT EXTRAORDINAIRE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>X RESULTAT NET DE L'EXERCICE</b>	<b>264 052</b>	<b>872 790</b>	<b>790 684</b>	<b>1 321 490</b>

Source : Elabore par nous même

**Commentaire :** Le chiffre d'affaires prévisionnel de l'investissement augmente en conséquence de l'augmentation de la production estimée, même le résultat net est prévu positif et en augmentation continue pendant la durée de vie du projet étudié.

### 3.4.2-Le plan de trésorerie :

Le tableau suivant présente des flux de trésorerie prévisionnels

**Tableau N° 16 : Tableau des flux de trésorerie prévisionnel**

INTITULE	An1	An2	An3
Flux de trésorerie provient des activités opérationnelles			
Encaissements reçus des clients	1 774 924	4 381 615	4 701 784
Sommes versées aux fournisseurs et personnels	1 318 565	3 796 504	3 563 943
Intérêts et autre frais financiers payés	32 000	32 000	114 106
Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles(A)	424 358	553 111	1 023 736
Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement			
Décaissement sur acquisition d'immobilisation corporelles et incorporelles	-3938125	0	0
Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissement(B)	-3938125	0	0
Flux de trésorerie provenant des activités de financement			
Encaissement suite à l'émission d'actions	870 492	0	0
Dividendes et autres distributions effectuées	0	0	0
Encaissements provenant CCA	1 574 798	0	0
Encaissement provenant d'emprunts	1 492 835	0	0
Remboursement d'emprunt ou d'autres dettes assimilées	0	0	-284814
Flux de trésorerie net provenant des activités financement(C)	3 938 125	0	-284814
<b>Incidence des taux de change sur liquidités et quasi liquidité</b>	0	0	0
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)	424 358	553 111	738 921
Trésorerie et équivalent de trésorerie à l'ouverture de l'exercice	0	424 358	977 469
Trésorerie et équivalent de trésorerie à la clôture de l'exercice	424 358	977 469	1 716 391
Variation de trésorerie de la période	424 358	553 111	738 921

Source : élaborer par nous-même, avec l'aide de comptable

**Commentaire :** On remarque que les TFT des activités opérationnelles sont positifs et progressifs au cours des années, pour TFT des activités d'investissement sont négatives pour la première année de l'exploitation et nuls pour les années prochaine.

**3.5-Rentabilité économique :**

**Tableau N° 17 : Calcul de la VAN et TRI**

Période	Résultat NET	Dotation aux Amortissements	Remboursement de l'emprunt	Cash-flows
0	- 3 938 125,00			
Année 1	264 052	233 051,00		497 103,00
Année 2	872 790	233 051,00		1 105 841,00
Année 3	790 684	233 051,00	248 806,00	774 929,00
Année 4	1 321 490	233 051,00	248 806,00	1 305 735,00
Année 5	1 049 049	233 051,00	248 806,00	1 033 294,00
Année 6	1 062 955	224 949,00	248 806,00	1 039 098,00
Année 7	1 082 158	210 581,00	248 806,00	1 043 933,00
Année 8	1 089 949	210 581,00	248 806,00	1 051 724,00
Taux d'actualisation		10%	U KDA	
VAN		1 156 232,91		
TRI		17 %		

Source : Elabore par nous-même, à partir des données de l'entreprise

**Commentaire :**

- On constate que la VAN > 0, donc le projet est suffisamment acceptable et sa réalisation permettra non seulement à l'entreprise de rémunérer la mise initiale, mais aussi d'accroître sa rentabilité globale.
- La VAN du projet étant positive, le projet est donc rentable et peut être réalisé. Cela signifie que le projet a permis de rembourser les fonds investis, en tenant compte d'un taux de rémunération de 10 % et qu'il a généré un surplus représentant la valeur créée par le projet.
- Le TRI ou bien le taux de rendement apporté à l'entreprise pour lequel la valeur nette (VAN) est nulle est de 17%, Ce taux est supérieur au taux d'actualisation (10%) ; ce qui nous confirme que ce projet est rentable. Et nous conseillons vivement l'entreprise à le réaliser.

### **❖ Analyse et recommandation :**

La société INAMED est présente sur le marché Algérien depuis plus de 20 ans, avec une expérience considérable dans le secteur industriel en particulier l'Agroalimentaire, le diagnostic externe et interne « opportunités » et « forces » la place dans une meilleure position qui lui permet de prendre une partie prenante dans marché facilement.

En premier lieu, on constater que cette entreprise peut occuper une place primordiale dans le marché Algérien selon le Chiffres d'affaires prévisionnel réalisé.

Ce projet consiste à réaliser ou bien à fabriquer plusieurs produits dont la demande est vraiment importante, ce dernier qui consiste à produire selon la forte demande sur le marché.

En revanche, le marché Algérien est connu par une forte concurrence dans le domaine d'agroalimentaire ce qui fait, on peut recommander à l'entreprise de se concentrer sur le lancement des produits à forte demande tels que : les compotes et les produits culinaires.

Ainsi on conseille des responsables de l'entreprise d'orienter leur stratégie vers la valorisation marketing en tant que fonction primordiale surtout le marché des produits pour enfants.

Le marché des industries agroalimentaires est en perpétuelle évolution, selon les analyses faites et effectuées dans la section deux (chapitre deux), l'industrie agroalimentaire est subventionnée par l'Etat Algérien pour encourage la production. Car les produits alimentaires sont des produits de forte consommation.

Enfin, sur le plan financier, tous les indicateurs calculés sont positifs et optimistes, le projet a pour but de créer une valeur ajoutée qui dépasse 30%, selon le tableau des comptes de résultats prévisionnels, pour l'entreprise elle-même en premier lieu et pour le secteur en 2eme position et pour l'économie Algérienne en dernière position.

Ce qui concerne la rentabilité économique notamment VAN l'indicateur est positif, donc on peut conclure que le projet est rentable.

Parlant de l'analyse du marché quel elle nos donne, et les garanties accordées par l'Etat à l'entreprise qui opère au secteur industriel productive comme agroalimentaire et l'analyse stratégique et financière de ce projet. On peut constater que le projet est rentable et qu'il va dégager un profit pour l'entreprise, et ça va aider dans l'évolution de son chiffre d'affaires et son objectif d'être un grand complexe agroalimentaire.

**Conclusion :**

Le projet de construction d'une usine de l'agroalimentaire permettra à l'entreprise INAMED d'atteindre son objectif de devenir un grand complexe agroalimentaire.

Après l'étude de cet investissement ; notamment l'analyse financière prévisionnelle, ce dernier paraît rentable, donc l'entreprise pourra se lancer dans la réalisation du projet.

L'élaboration d'un business plan d'une nouvelle usine est indispensable, car il constitue un outil innovant pour cette entreprise afin de s'assurer que le projet est rentable d'un côté et d'effectuer une comparaison entre les prévisions estimées et la productivité réelles, d'un autre côté pour pouvoir effectuer les corrections nécessaires en cas d'écart.

## **Conclusion générale**

### Conclusion générale

Sur un marché concurrentiel le rôle d'une entreprise, est non seulement de devenir le leader de son marché, mais principalement d'entretenir sa position parmi ses semblables et garantir le bon déroulement et la continuation de ses activités sous une longue durée afin d'atteindre ses objectifs et de satisfaire les besoins des consommateurs et du marché.

Les entreprises agro-alimentaires doivent être en mesure de présenter des offres importantes qui répondent au mieux aux exigences des clients ainsi que celles du marché.

Le choix de ce secteur est motivé d'une part, par son poids sur l'économie nationale dans, d'autre part, par l'intensité de la concurrence entre les entreprises, c'est un secteur dominé par les entreprises privées en pleine expansion, nombreuses entreprises sont créées chaque année dans ce secteur et la concurrence est de plus en plus féroce.

Pour se démarquer ou bien éviter le scénario d'une entreprise agroalimentaire fragile, il est important d'avoir un bon business plan, qui permet à l'entreprise de déterminer comment elle peut concurrencer les autres entreprises déjà présentes sur le marché.

L'élaboration de ce dernier qui constitue le cœur de notre thème, c'est un doucement central important lors de la création des entreprises ou le développement, et la gestion de ses activités, qui passe par trois grandes phases. Premièrement le diagnostic de l'environnement externe et interne de l'entreprise afin de mieux comprendre l'environnement pour pouvoir prendre les meilleures décisions.

Ensuite. La construction, dans cette phase il est nécessaire de déterminer si les ressources de l'entreprise sont suffisantes pour mettre en œuvre les stratégies retenues, sans oublier le plan prévisionnel financier consiste l'élément le plus important, car elle permet démontrer la rentabilité de l'entreprise pendant la durée de vie du projet., Et en dernier la phase de rédaction, L'aspect formel d'un plan d'affaires est très important et s'il n'est pas bien fait, il a le risque de ne pas être lu ! En raison de son importance, il doit être fait par quelqu'un qui connaît très bien le projet.

L'établissement d'un business plan « plan d'affaire » doit permettre à l'entreprise de faire mûrir son projet tout en lui offrant un guide de réflexion pour l'action. Ainsi, le business plan devient un outil de repérer les obstacles et les risques liés à sa mise en œuvre et permettant de les anticiper ou tout au moins de les contourner.

Alors il permet à l'entreprise d'effectuer une analyse stratégique de la concurrence et diagnostiquer l'environnement interne et externe du projet dans le but de découvrir l'avantage concurrentiel du projet et sa position dans le milieu des affaires.

A la lumière de ce qui précédé, les hypothèses posées de départ sont confirmées.

Notre contribution à la création d'un business plan de création d'une usine de production agroalimentaire au sein l'entreprise INAMED, nous a permis de se concentré, sur le contenu du business plan et d'illustre, les démarches de son élaboration, l'entreprise s'intéresse dans son plan de création à l'étude de marché vu à son diversification des produits offrant dans le marché Algérien et la concurrence majeure existante dans le secteur agroalimentaire, aussi mettre en avant l'analyse financière et la rentabilité du projet.

Finalement, la recherche sur l'industrie est intéressante, d'autres questions restent à traiter dans ce vaste champ d'investigation. Tel que :

- Les raisons qui empêchent les entreprises agroalimentaires de élabore un business plan.
- Le développement du secteur agroalimentaire.
- La création des entreprises dans le secteur agroalimentaire.
- Le rôle de la culture entrepreneuriale dans l'amélioration des business plans.

**Bibliographie**

# Bibliographie

---

## Ouvrages :

- ❖ BENCHARIF (A) : La filière blé en Algérie : Le blé, la semoule et le pain. Paris 1996.
- ❖ Betholet (Guilhem) : le petit livre rouge de la création d'entreprise, Ed Eyrolles, France, 2015.
- ❖ Mathieu Brémont, Michael Engelman, Florance Labegorre, : le business plan du créateur d'entreprise une démarche illustré, Ed afnod, France, 2009
- ❖ CLAUDE (Maire) : Méthodologie du BP, ed. Organisation, Paris, 2002
- ❖ COMBRIS, (P), NEFUSSI(M) : le concept d'agroalimentaire, intérêt et limites. In : économie rurale, 1984
- ❖ COSTER (Michel) : Entrepreneuriat, Ed Pearson, Paris, 2009.
- ❖ DAVIS, (J..H) et GOLDBERG (R.A): A concept of agrobusiness, Harvard University, Boston, 1957.
- ❖ DELERS, BRIGITTE (A): Check list du business plan, Ed 50 Minutes, Paris,
- ❖ DUSSOSSOY (Patrick) : construire et rédiger son business plan, Edition GERESO, France, 2017.
- ❖ FAYOLLE (A), Fillion (J.L) : *Devenir entrepreneur*, édition village mondial, France. 2013
- ❖ LEGER-JARNIOU (Catherine), Kalousis (Georges) : Construire son business plan, 4<sup>ème</sup> édition, Dunod, Paris, 2017
- ❖ MALASSIS (L) : économie agro-alimentaire. Tome 1, Edition Cujas, Paris, 1979.
- ❖ MOTTIS (Nicolas) : Partie 2 Outils de gestion - Management – Stratégie, Pilotage de l'entreprise et contrôle de gestion, Dunod, Paris, 2017.

## **Bibliographie**

---

- ❖ TOURNIER, (Jean.Bapiste) : Construire un business plan pour la première fois : Tous les trucs de la rédaction du business plan Ed.1, 2007

### **Revues et périodiques :**

- ❖ Agro ligne, n°97, Novembre 2015.
- ❖ BENISSAD (Houcine) : Le plan d'ajustement structurel. Confluences Méditerranée. No 23,1997.
- ❖ BESSAOUD (O) et Tounsi (M) : Les stratégies agricoles et agroalimentaires de l'Algérie et les défis de l'an 2000. Options Méditerranéennes, série. B/n°14,1995
- ❖ HORRI (Khalifa), : Problématique du développement des industries agroalimentaires en Algérie, Européen scientifique journal, 2015.
- ❖ Ministère de l'Agriculture et de la pêche : Enjeux pour les industries agroalimentaires, Rapport du MAP de France, 2008.
- ❖ Panorama des industries agroalimentaires, ED 2016.
- ❖ Performances Management Consulting (PMC), L'industrie agroalimentaire dans l'UEMOA Panorama Problématique, Enjeux et Perspectives, N°160, 2008.
- ❖ Verstraet e « Le business model : une théorie pour des pratiques », Entreprendre & Innover, n° 13, janvier 2012.

### **Travaux universitaires :**

- ❖ AMIR (Meriem), : Essai d'analyse du processus d'innovation dans les industries agroalimentaire, Bejaia, 2008.
- ❖ BENNACER (Lilya), : les industries agroalimentaires cas de la wilaya de Guelma : thèse doctorat, Constantine, 2018.

## Bibliographie

---

- ❖ CH. Zoubida et I. Farida, « établissement du BP, cas pratique : ETECTO-industries AZAZGA », obtention du diplôme de master, université Mouloud Mammeri, 2019
- ❖ LONGIN (François) : Généralités sur les business plan, ESSEC, France.
- ❖ MENGUELTI (Nadir) : Valorisation d'un business plan, master, tizi ouzou, 2019.
- ❖ MOKRANI (Celia) : Contribution Du Business plan à la création des entreprises, Master, EHEC ALGER, 2019.

### Textes réglementaires :

- ❖ Article 04 de la loi N°01-18 du décembre 2001, portant loi d'orientation sur la promotion de la PME.
- ❖ Article 3 LFC –article 222 du (CIDTA).

### Rapports et documents administratifs :

- ❖ Etude de marché élaborer par l'entreprise INAMED, Mai 2022.

### Site web :

- ❖ <https://business-builder.cci.fr/guide-creation/le-business-model/comprendre-le-business-model>
- ❖ [https://www.thebusinessplanshop.com/blog/fr/entry/analyse\\_swot](https://www.thebusinessplanshop.com/blog/fr/entry/analyse_swot),
- ❖ <http://agriculture.gouv.fr/Le-panorama-des-IAA>
- ❖ <https://www.algerie360.com/plan-quinquennal-2015-2019-priorite-aux-secteurs-productifs-et-le-developpement-social/>
- ❖ [https://www.algeriabusiness.info/agroalimentaire-donnees-sectorielles-2019/?fbclid=IwAR2-VbkvGFyqRrQ3YkrOnBVEcr1UvHpJpewsX8bt8z\\_JVNA493fyQWMEtkg](https://www.algeriabusiness.info/agroalimentaire-donnees-sectorielles-2019/?fbclid=IwAR2-VbkvGFyqRrQ3YkrOnBVEcr1UvHpJpewsX8bt8z_JVNA493fyQWMEtkg)
- ❖ [www.ons.dz](http://www.ons.dz)
- ❖ <https://www.cacomptepourmoi.fr>

# Bibliographie

---

- ❖ [www.lhotellerie-restauration.fr/blogs-des-experts/acquisition-transmission/business-plan-les-objectifs.html](http://www.lhotellerie-restauration.fr/blogs-des-experts/acquisition-transmission/business-plan-les-objectifs.html),
- ❖ [www.elwatan.com/edition/actualite/en-algerie-les-femmes-representent-18-de-la-population-active](http://www.elwatan.com/edition/actualite/en-algerie-les-femmes-representent-18-de-la-population-active)
- ❖ <https://www.algerie360.com/capi-la-compote-algerienne-qui-veut-concurrencer-les-marques/>
- ❖ <http://lechodalgerie-dz.com/industrie-de-boissons-gazeuses-la-production-algerienne-depasse-45-milliards-de-litres-annuellement/>
- ❖ [www.bifa-dz.com](http://www.bifa-dz.com),
- ❖ [www.ngaous.com](http://www.ngaous.com)
- ❖ <sup>1</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Candia\\_\(marque\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Candia_(marque))
- ❖ <http://www.tchinlait.com/produits-candia-algerie-Boisson-au-gout-chocolat/>
- ❖ <https://www.djazairess.com/fr/latribune/84921>,
- ❖ <https://www.aps.dz/societe/134560-demographie-44-6-millions-d-habitants-en-algerie-en-janvier-2021#:~:text=A%20ce%20rythme%20de%20croissance,les%20pr%C3%A9visions%20de%20l'Office>,
- ❖ <https://www.manager-go.com>

**Annexes**

## **Annexes**

---

### **Annexe 01 : Le guide d'entretien (Avec gérante de l'entreprise INAMED)**

Question 01 : quel est le type de cet investissement ?

Q2 : c'est quoi l'intérêt du projet dans le secteur ?

Q3 : combien de produits vous envisagez d'offrir sur le marché ?

Q4 : quelles sont les capacités de production de l'usine pour chaque produit annuel ?

Q5 : combien d'emplois cet investissement offrira-t-il pour les 5 à 8 prochaines années ?

Q6 : comment vous envisagez de financer le projet ?

Q7 : par rapport le plan marketing 4p, c'est quoi votre politique de communication et distribution ?

Q8 : c'est quoi votre offre dans le marché ? en quoi vous êtes différent par rapport à les autres ?

## Annexes

---

### Annexe 02 : Les capacités de production Annuel avec les prix prévisionnel

Le business plan est élaboré selon l'hypothèse d'une capacité de production annuelle de 92 millions pack an soit **23 millions litres/an** représentant **80% de taux d'exploitation** et cela en **2 shifts de 8 heures**, répartis par produit comme suit :

Capacité de production col/an			
Produits	Catégorie	Capacité de production	Prix vente DAHT/ unité
Capacité d'utilisation	-	80%	-
Gourde 90 gr	Compote	33 792 000	55,00
Jus 125 ml	Jus	3 300 000	8,75
Jus 200 ml	Jus	3 300 000	16,00
BIB 10L	Jus	310 464	800,00
BIB 20L	Jus	155 232	1500,00
Lait 125 ml	Lait	4 567 200	15,00
Lait 200 ml	Lait	4 567 200	22,50
Sauce blanche 200 ml	Sauces	21 120 000	100,00
Sauce tomate 330 ml	Sauces	21 120 000	80,00
<b>Total</b>		<b>92 232 096</b>	

## Annexes

---

### Annexe 03 : Consommation de matières et fournitures prévisionnel.

Consommation de matières et fournitures en KDA				
Désignation	1An	2An	3An	4An
MPA Compote	118 610	276 756	276 756	395 366
MPA Jus	85 714	199 999	199 999	285 712
MPA Lait	15 690	36 610	36 610	52 301
MPA Sauce blanche	190 080	443 520	443 520	633 600
MPA Sauce tomate	104 544	243 936	243 936	348 480
<b>Total MPA</b>	<b>514 638</b>	<b>1 200 822</b>	<b>1 200 822</b>	<b>1 715 459</b>
MPC compote 90gr	162 202	378 470	378 470	540 672
MPC Jus & Lait 125ml	8 554	19 958	19 958	28 512
MPC Jus & Lait 200ml	10 454	24 394	24 394	34 848
MPC BIB 10L	24 837	57 953	57 953	82 790
MPC BIB 20L	23 285	54 331	54 331	77 616
MPC Sauce 200ml	50 688	118 272	118 272	168 960
MPC Sauce 330ml	57 024	133 056	133 056	190 080
<b>Total MPC</b>	<b>337 044</b>	<b>786 435</b>	<b>786 435</b>	<b>1 123 478</b>
Intrants CIP	2 200	2 200	2 200	2 200
<b>TOTAL</b>	<b>853 881</b>	<b>1 989 456</b>	<b>1 989 456</b>	<b>2 841 138</b>

## Annexes

---

### Annexe 04 : logo de l'entreprise et ses produits



**Table des matières**

## **Table des matières**

**Dédicaces**

**Remerciements**

**Liste des schémas**

**Liste des figures**

**Liste des tableaux**

**Liste des abréviations**

<b>Introduction Générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre 01 : Cadre conceptuel sur le business plan.....</b>	<b>6</b>
<b>Introduction.....</b>	<b>7</b>
<b>Section 01 : généralités sur le business plan .....</b>	<b>8</b>
1.1- définition du business plan et ses objectifs. ....	8
1.1.1- Définition d'un business plan .....	8
1.1.2- Les objectifs du BP .....	9
1.2- Les fonctions de Business plan.....	10
1.2.1- Les fonctions internes du business plan « outil stratégique » .....	10
1.2.2- Les fonctions externes du business plan : un outil de communication et une aide pour la recherche de ressource .....	11
1.3- Typologie de business plan .....	14
1.3.1 Retour sur investissement .....	14
1.3.2- Avantage concurrentiel .....	14
1.3.3- Equipe de rêve .....	15
1.3.4- Innovation radicale .....	15
1.4- Le contexte d'utilisation d'un business plan.....	15
1.4.1- Le business plan de création.....	15
1.4.2- La reproduction d'une entreprise .....	16
1.4.3- Les grands projets .....	17
1.4.4- Le business-plan dans la gestion courante .....	17

1.4.5- Lors d'opérations exceptionnelles .....	18
1.5- L'importance de business plan .....	19
<b>Section 02 : Contenu de business plan .....</b>	<b>20</b>
2.1- La partie qualitative .....	20
2.1.2- Le cadre du projet (Présentation de Projet) .....	21
2.1.3- Les porteurs du projet .....	22
2.1.4- Le business model .....	22
2.1.6- L'analyse stratégique .....	23
2.1.7- Les moyens d'exploitation .....	26
2.2- Partie quantitative (l'analyse financière) .....	28
2.2.1- Le plan de financement initial .....	28
2.2.2- Tableau des comptes des résultats TCR .....	28
2.2.3- Le bilan .....	29
2.2.4- Le plan de trésorerie .....	29
2.2.5- Analyse et Évaluation la rentabilité du projet .....	30
3- Les annexes .....	32
<b>Section 03 : Les phases d'élaboration d'un business plan .....</b>	<b>33</b>
3.1.1- La phase diagnostic .....	34
3.1.2- La phase de construction .....	35
3.1.3- Phase de rédaction du plan d'action .....	36
3.2 Quelle forme donner à votre BP Pour Un BP de qualité ?.....	37
<b>Conclusion .....</b>	<b>40</b>
<b>Chapitre 02 : les industries agroalimentaires .....</b>	<b>41</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>42</b>
<b>Section 01 : Généralités sur les industries agroalimentaires (IAA) .....</b>	<b>43</b>
1.1-Définitions et historique .....	43
1.1.1-Définition .....	43
1.1.2 -L'apparition des Industries agroalimentaires .....	44
1.2 Présentation et caractéristiques d'une entreprise agroalimentaire .....	45

1.2.1 Qu'est-ce qu'une entreprise agroalimentaire ?.....	45
1.2.2- Les caractéristiques d'une entreprise agroalimentaire .....	46
1.3 Typologie des entreprises et des produits alimentaires .....	47
1.3.1- Les types d'entreprises alimentaires .....	47
1.3.2 Types de produits alimentaires .....	48
1.4- Les enjeux de l'industrie agroalimentaire .....	49
1.4.1 La création d'emploi .....	49
1.4.2- Développement durable .....	50
1.4.3 La logistique et l'emballage .....	50
1.4.4- La création de la valeur ajoutée .....	51
1.4.5- L'adaptation de l'offre à la demande .....	51
1.4.6- Le secteur agroalimentaire face aux technologies de l'information et de la communication .....	51
1.4.7- L'indépendance alimentaire .....	52
<b>Section 02 : Les industries agroalimentaires en Algérie.....</b>	<b>53</b>
2.1-La définition de PME .....	53
2.2- Place de secteur agroalimentaire en Algérie .....	53
2.2.1- Indice de la production –au 4ème trimestre 2021- .....	54
2.3- Un Secteur dominé par les industries privées .....	56
2.4- L'activité économique des IAA .....	57
2.4.1- L'emploi au secteur agroalimentaire .....	57
2.4.2- La contribution des IAA en termes de valeur ajoutée .....	57
2.4.3 La contribution des IAA en Chiffre d'affaires .....	58
2.5- Aperçu sur les filières Agroalimentaire étudiées .....	58
2.5.1- L'industrie des boissons.....	58
2.5.2- L'industrie Fruits et Légumes .....	59
<b>Section 03 : les IAA en Algérie, les contraintes et les perspectives.....</b>	<b>60</b>
3.1- Les caractéristiques de l'industrie agro- alimentaire en Algérie .....	60
3.2- Les industries agro-alimentaire et leur environnement .....	62
3.3- Perspectives des industries agroalimentaires .....	64

<b>Conclusion.....</b>	<b>66</b>
------------------------	-----------

**Chapitre 03 : L'élaboration du business plan de construction d'une usine de production agroalimentaire..... 67**

**Introduction .....68**

**Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil (INAMED) .....69**

1.1- Généralités sur GROUP INAMED .....69

1.1.1- Bref historique..... 69

1.2- la fiche d'identité de l'entreprise .....70

1.3- Logo de l'entreprise .....71

1.4- L'organigramme de l'entreprise INAMED .....72

**Section 02 : Partie qualitative de l'étude.....73**

2.1- Le Sommaire exécutif .....73

2.2- Présentation du projet .....74

2.2.1- Identification du projet .....74

2.2.2- Description du terrain en concession .....74

2.2.3- Le porteur du projet .....74

2.2.4- La nature et l'intérêt du projet .....75

2.3- L'analyse stratégique du projet .....75

2.3.1- La mission de l'entreprise.....75

2.3.2- L'analyse et le diagnostic de l'environnement .....76

2.3.3- Stratégie Marketing ..... 88

2.3.3.1- Clientèle ciblée .....88

2.4- Les moyens d'exploitation .....91

2.4.1 Le plan marketing .....91

2.4.2- L'approvisionnement .....94

**Section 03 : La partie quantitative de l'étude .....95**

3.1- Structure et montant de l'investissement .....95

3.2- Chiffre d'affaires prévisionnelle .....96

3.3- Estimation des charges .....97

3.3.1 Prévision des charges .....	97
3.4-Estimation des résultats .....	100
3.4.1- Le compte de résultat prévisionnel.....	100
3.4.2-Le plan de trésorerie.....	101
3.5-Rentabilité économique .....	102
<b>Conclusion .....</b>	<b>105</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>107</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Annexes</b>	
<b>Résumé</b>	

**Résumé :**

La démarche rationnelle qui vise à élaborer un projet de création ou de reprise d'entreprise doit se traduire par l'élaboration d'un « Business Plan » (BP) ou Plan d'affaire. Sa conception donne à l'entrepreneur l'occasion de se construire en même temps qu'il trace le chemin vers l'élaboration d'une nouvelle entité économique.

Dans l'industrie agroalimentaire qui est caractérisé par un degré élevé de concurrence, l'élaboration d'un business plan peut donner à l'entreprise un avantage concurrentiel, cet outil transversal, permet à l'entreprise de comprendre bien les enjeux et les challenges liés à son environnement.

**Mots clé :** business plan, projet, étude de marché, stratégie, étude financière, la concurrence, l'industrie agroalimentaire, l'analyse SWOT.

**Abstract:**

The rational approach which aims to develop a project to create or take over a business must result in the development of a “Business Plan” (BP). Its design gives the entrepreneur the opportunity to build himself while he traces the path towards the development of a new economic entity.

In the agri-food industry which is characterized by a high degree of competition, the development of a business plan can give the company a competitive advantage, this transversal tool allows the company to fully understand the issues and challenges. related to its environment.

**Key words:** business plan, project, market study, strategy, financial study, competition, agribusiness, SWOT analysis. food industry.