Le plan

- **Introduction Générale** ……01

➢ **Chapitre 1 : Etablir l'idée du projet.**…….04

- **Section 1 :**L'entrepreneuriat et création d'entreprise……..05

1. Définitions de l'entrepreneuriat et concept d'entreprise……..06
2. Les étapes de la création d'entreprise……..14
3. Les facteurs de réussite ou causes de défaillance des jeunes entreprises en création……..16

- **Section 2** :L'entrepreneuriat en Algérie ……...19

1. Evolution des PME/PMI en Algérie……19
2. Importance et rôle des PME/PMI pour le développement économique Algérien……20
3. Entraves du secteur PME/PMI en Algérie……...21

- **Section 3:**Présentation du processus de conditionnement de BNM:..22

1. Définitions du processus de conditionnement……22
2. L'objectif et condition générale du processus conditionnement …...23
3. Les étapes du processus de conditionnement ……25

➢ **Chapitre 2 : Etude de marché et financement du projet :** ……30

- **Section 1 :** Etude de marché de la pomme de terre dans le monde….31

1. Production mondiale de pomme de terre……32
2. Production française de pomme de terre……32
3. Entreprises qui ont réussi dans le conditionnement de pomme de terre en France……..34

- **Section 2 :**Etude de marché de la pomme de terreen Algérie……36

1. L'état du marché algérien……36
2. Etude de marché de Tlemcen et la part de BNM……...41
3. Plan marketing de BNM……49

- **Section 3 :** les moyens de financement……53

1. Financement d'entreprise……...53
2. Les différents moyens de financement en Algérie……55
3. Le moyen de financement adapté à B.N.M……...64

➢ **Chapitre 3 : Business Plan :**……70

- **Section 1 :** présentation de BNM :……..…71

1. Présentation et objectif……71
2. Matériels d'exploitation et personnels……....72
3. Part de marché……..…74

- **Section 2 :** Elément de l'étude technico-économique :……...76

1. Evaluation des investissements et Structure de Financement……....76
2. Etude financière……....79
3. Bilan d'ouverture et bilan prévisionnel…….....84

- **Section 3 :** Etablir le plan d'action et détermination des points forts et des points faibles de BNM :……..85

1. Stratégies et plans……85
2. Etablir le plan d'action……87
3. Détermination des points forts et des points faibles de BNM……..88

- **Conclusion Générale**……..90
- **Bibliographie……..92**
- **Listes des tableaux et graphes……...95**
- **Annexes……96**

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Remerciements

En tout premier lieu, on remercie le bon Dieu, tout puissant, de nous avoir donné la force pour survivre, ainsi que l'audace pour dépasser toutes les difficultés.

Notre plus grande gratitude va à notre encadreur Madame ***Tabet Wassila****, pour sa disponibilité permanente, la confiance qu'elle nous a accordée, et ses précieux conseils qui nous ont permis de mener à bien ce travail.*

On exprime toute notre reconnaissance à Madame ***Abboura Rachida****,*
pour avoir bien voulue accepter de présider le jury de ce mémoire.

Que Madame ***Berrached Wafaa****, trouve ici l'expression de nos vifs remerciements pour avoir bien voulue examiner ce travail.*

Que Monsieur ***Bouhena Ali*** *trouve ici l'expression de nos vifs remerciements pour avoir bien voulu examiner ce travail.*

Afin de n'oublier personne, nos vifs remerciements s'adressent au corps professoral et administratif de la Faculté des Sciences Economiques et à tous ceux qui nous ont aidés à la réalisation de ce modeste mémoire.

Dédicace

Au nom de Dieu Le Clément et Le Miséricordieux
Louange à ALLAH le Tout-puissant

A mes très chers parents et ma grand-mère

A mes frères, mes soeurs

A tous mes oncles, tantes et cousins (es)

A touts (es) mes amis (es)

A tous ceux qui me sont chers

Fouad

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à toute ma famille et tout spécialement à ***ma mère et mon père*** *qui m'ont soutenue tout le long de ma vie et mon permis par leurs efforts d'acquérir un avenir.*

A ma très chère ***Mami*** *pour son soutien moral, sans oublier ma belle mère et mon beau père Mokhtar, mon frère Choukri et sa petite famille, mes petites sœurs INESS et Zahra Yasmine.*

A mon très cher époux ***Yassine****, Ainsi que ma deuxième famille mes beaux parents la Famille khaled.*

A tous mes ami(e)s Nassima, kheira, Amira, Amel, Meriem, Imanou, Abdou, Fetteh, adilou, avec eux je me sens moi seule et sans oublier mon binôme Mezouar Fouad.

Je ne peux oublier mon défunt grand père ***Cherbal Boumediene*** *qui m'a soutenu tout le long de ma vie.*

Je dois un grand merci à tous ceux qui m'ont aidé et m'ont permis d'aller un pas en avant.

NAWEL

Introduction Générale

La pomme de terre se situe en troisième place après le riz et le blé au niveau mondial pour la consommation humaine, des millions de personnes consomment la pomme de terre chaque jour, particulièrement dans les régions les plus isolées et démunies. La pomme de terre peut produire deux à quatre fois plus de nourriture que le riz ou le blé et présente de nombreuses qualités nutritives.

La production de pomme de terre dans les pays en voie de développement a dépassé pour la première fois celle des pays industrialisés. Elle continue à augmenter dans le Sud et à diminuer dans le Nord, les plus grands producteurs étant aujourd'hui la Chine, la Russie et l'Inde.

Au cours des dernières années, sa production mondiale a connu un formidable essor surtout dans les pays en développement. Grâce à l'amélioration des semences, des variétés, des méthodes de gestion et de conditionnement, la productivité de la pomme de terre a sensiblement augmenté.

En France, Le marché des pommes de terre a connu de profonds changements ces deux dernières décennies. Ces évolutions se sont opérées à tous les niveaux, de la production à la distribution et jusque dans les habitudes alimentaires. Toutefois, elles restent un produit de prédilection dans l'assiette des français.

Cela a conduit plusieurs entrepreneurs à créer un nouveau processus de conditionnement, qui veille à respecter la qualité des produits travaillés. Toutes les étapes sont contrôlées (lavage, calibrage, triage, ensachage, conditionnement) et répondent à un cahier des charges très précis.

En Algérie, la superficie cultivée ne cesse d'augmenter, notre pays est ainsi le premier producteur de pomme de terre dans le Monde arabe et le deuxième en Afrique après l'Afrique du Sud.[1]

Vu la production croissante du pays, le marché de pomme de terre offre des opportunités d'investissement importantes, surtout au niveau de l'aval de la filière, qui laisse place a l'imagination des entrepreneurs Algériens pour profités de ce marché.

---

[1]- http://www.algerie-dz.com/article5413.html

Actuellement la récolte se fait de manière très archaïque. Le cultivateur récolte la pomme de terre et la conditionne dans des caisses en plastiques ou filets (sans nettoyage, ni calibrage, ni triage).

Ce genre de Conditionnement fait perdre au consommateurs final environ 15 à 20% du poids (p.d.t pourries ,pleine de terre, endommagées…) , le reste soit environ 80% de pommes de terre est livré tout calibre confondue (grosse, moyenne et petite), sales et non triées. [2]

Nous nous intéresserons donc à étudier la problématique suivante :

"Comment améliorer le conditionnement de la pomme de terre en Algérie afin d'obtenir un meilleur rapport qualité / prix? "

Pour aller plus avant, il est nécessaire d'envisager la création d'une entreprise de conditionnement de pommes de terre. Pour cela nous avons eu l'idée de crée B.N.M.

Pour réaliser ce projet nous allons poser un certain nombre de questions :

- Qu'est ce que l'entrepreneuriat et qu'elles sont les étapes pour créer une entreprise?
- En quoi consiste le processus de conditionnement de B.N.M ?
- Qui sont nos concurrents, nos clients et nos fournisseurs ?
- Quelles sont nos méthodes de financement ?
- Comment calculer la rentabilité du projet ?
- Comment établir le Business Plan ?

L'objectif du projet :

Le consommateur algérien est de plus en plus exigeant sur la qualité, une réalité dont notre société doit tenir compte.

2- Enquête sur terrain faite sur le marché de gros Abou TACHFINE Tlemcen

Rapport-Gratuit.com

C’est pour cela que BNM envisage :

- D’améliorer les conditions de vente de la pomme de terre,
- De minimiser les pertes,
- De contrôler chaque phase du processus de conditionnement,
- D’éviter toutes chutes ou chocs
- De donner un large choix au consommateur avec un meilleur rapport qualité-prix.

Et ce qui rend B.N.M unique c’est qu’elle est parmi les premières entreprises de conditionnement en Algérie.

Pour répondre à la problématique posée, cette étude est divisée en trois chapitres :

1er chapitre : Etablir l’idée du projet :

Conscients que l’entrepreneuriat a une importance capitale dans la réussite des entreprises, il nous a semblé intéressant de la dresser, dans la première section de ce chapitre. Puis, nous allons savoir l’état de l’entrepreneuriat en Algérie, dans une seconde section, au final nous présentons le processus de conditionnement dans la dernière section.

2éme chapitre : Etude du marché et financement du projet :

Après avoir établie l’idée du projet, il nous a semblé nécessaire d’étudier l’état du marché de la pomme de terre dans le monde ainsi que le marché français dans la première section**.** Puis, nous allons étudie l’état du marché algérien et spécialement la part du marché de BNM au niveau de la wilaya de Tlemcen dans une seconde section, et au final nous allons établir le meilleur moyen de financement adapter a BNM dans la dernière section.

3éme chapitre : Business Plan :

Ce 3éme chapitre va nous permettre de présenter l’entreprise BNM, établir l’étude technico-économique, puis mettre en place le plan d’action et la stratégie futur au final savoir les points forts et les points faibles de BNM.

Chapitre1 : Etablir l'idée du projet

Introduction

La création d'entreprise et, d'une façon plus large, l'entrepreneuriat sont aujourd'hui unanimement reconnues comme étant des phénomènes vitaux pour la société, par leur contribution à la régénération et au développement de l'économie.

Ce 1er chapitre va nous permettre de pénétrer au cœur de l'entrepreneuriat pour bien comprendre ce concept, savoir son impacte sur l'économie Algérienne et au final présenter l'idée du projet BNM

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- **Section 1 :L'entrepreneuriat et création d'entreprise :**

L'entrepreneuriat est un champ disciplinaire à part entière. Il a connu un développement important et un intérêt croissant depuis le début des années 80 et 90 avec une multiplication des travaux et la création de revues académiques. L'étude de ce champ est aujourd'hui au cœur des débats dans plusieurs pays au monde. La création d'entreprise s'est avéré un moteur pour le développement des économies de ces pays.

Dès lors, beaucoup d'auteurs la considèrent comme un élément fondamental de la croissance économique et de la création d'emplois d'un pays. Ils avancent que les similitudes et les différences entre les divers pays dépendent essentiellement des écarts de leur taux d'emploi et du développement de nouvelles entreprises, souvent de taille petite ou moyenne.

Mais créer son propre business demande beaucoup d'efforts, en temps et en énergie. Même si le fait de créer une entreprise semble évident, nombreux sont ceux qui ne savent pas par quel bout commencer.

Ils ne savent pas réellement pourquoi, mais ils brûlent d'envie de créer leurs business. Devenir indépendant, excité à l'idée de se mettre en danger, soif d'apprendre, ou encore quitter leurs statut de salarié : de nombreuses raisons peuvent expliquer cette envie. Mais certains entrepreneurs se demandent **quel chemin emprunter**, et **dans quel ordre**, pour réussir sa création de PME. [3]

En Algérie, comme dans d'autres pays, les PME constituent la grande partie du tissu économique, bien que l'importance accordée à celle-ci ne soit pas récente. Ainsi les résultats ne sont apparus qu'à partir des années 2000, après une série de mesure d'accompagnement des entreprises pour les amener à acquérir une capacité suffisante de compétitivité.[4]

1. Définitions de l'entrepreneuriat et concept sur l'entreprise:

---

[3]- Chronique de Alexandre Bougerol, Créer son entreprise pas à pas : les étapes pour y parvenir, l'économie demain, France, 27/08/13, page 8.

[4]- Berreziga Amina, La culture entrepreneuriale chez les entreprereurs Algeriens, université kasdi merbah ouargla faculte des sciences economiques, 2012, page 7.

Le Concept entrepreneuriale reste difficile à définir puisqu'un flou entoure à la fois la graphie du mot et la délimitation des activités qu'il recouvre.

A. « Entrepreneuriat » ? « Entrepreneriat » ? ou « Entreprenariat » ?...

Alors que l'« entrepreneurship » est passé dans le vocabulaire quotidien dans le monde anglo-saxon, son équivalent français -l'entrepreneuriat- n'a pas encore connu le même succès. D'ailleurs, son orthographe semble incertaine: «entrepreneuriat » ? « entrepreneriat » ? ou «entreprenariat » ? [5]

Le Petit Robert ne saurait servir d'expédient puisqu'il ne mentionne aucun des trois mots. Pourtant le terme vient à l'évidence du français « entreprendre » ou « entrepreneur ».

selon le rapport de 2000 du GREM [6], « au 19è siècle, l'entrepreneur était une personne qui identifiait une opportunité et la développait, en réunissant des ressources et en mettant sur pieds une entreprise».

Pour ne pas apporter plus de confusions à une notion déjà floue, il est possible de privilégier le terme « entrepreneuriat » puisque, comme le précise l'Office québécois de la langue française, il dérive bien de celui d'« entrepreneur » contrairement au terme secrétariat (/secrétaire).

Selon l'office québécois de la langue française : « L'entrepreneuriat est défini comme la fonction d'une personne qui mobilise et gère des ressources humaines et matérielles pour créer, développer et implanter des entreprises ».[7]

---

[5]- Le rédacteur du supplément « Entreprendre, la vraie vie » du n°59 d'Acteurs de l'économie Rhône-Alpes utilisein différemment les trois orthographes !

[6]- Global Entrepeneurship Monitor, Rapport exécutif, 2000.

[7]- http://www.philadelphia.edu.jo/centers/ties_new/entrepreneurial/1_Module_Culture%20Entrepreneuriale/1_Support%20du%20Module%20Culture%20Entrepreneuriale%201.2.pdf

Le débat sur la définition de l'entrepreneuriat à pris plusieurs aspects, en effet l'entrepreneuriat est un phénomène complexe et diversifié qui au cours de ces dernières années a signifié diverses choses.

Pour bien définir l'entrepreneuriat il est nécessaire de voir l'avis des auteurs et des économistes sur ce concept :

- Selon l'économiste Josef Schumpeter : « Un entrepreneur est une personne qui veut et qui est capable de transformer une idée en une innovation réussie». [8]

- Pour Julien et Marchesnay : « Le vocabulaire d'entrepreneuriat dans la littérature tourne généralement autour de trois concepts : l'entrepreneur, l'esprit d'entreprise, et la création d'entreprise ».[9]

- Selon Wemekers.S et R. Thurik : « L'entrepreneuriat est un concept pluridimensionnel difficile à définir ».[10]

- D'après Fayolle et Filion : « L'entrepreneuriat c'est le processus par lequel des personnes prennent conscience que le fait de posséder leur propre entreprise constitue une option ou une solution viable, ces personnes pensent à des entreprises qu'elles pourraient créer, prennent connaissance de la marche à suivre pour devenir un entrepreneur et se lancent dans la création et le démarrage d'une entreprise ».[11]

---

[8]- Schumpeter J. A, "The theory of economic development"; In Oxford University Press, London, 1974, page 479.

[9]- Julien P.-A, Marchesnay M, «économie et stratégie industrielle », édition économica, France, 1997, page 26

[10]- Wemekers.S et R.Thurik, Entrepreneurship in organisation, 1999, page 32.

[11]- Filion l-j ; Fayolle A, devenir entrepreneur des enjeux aux outils, édition village mondial 2006, page 254.

- Et pour Karim Messeghem et Sylvie Sammut : « L'entrepreneuriat peut être analysé en distinguant quatre niveaux : la formation, la recherche, l'impulsion politique et les organisations professionnelles impliquées ».[12]

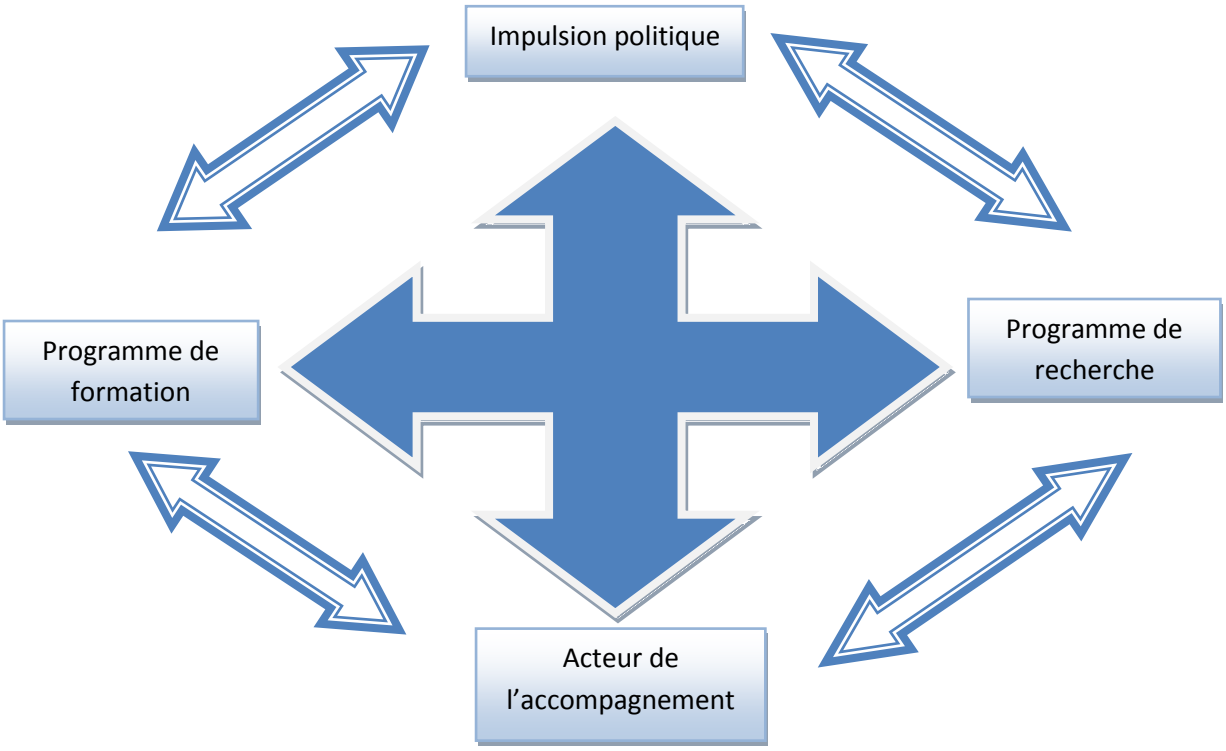


Schéma n°1: La dynamique entrepreneuriale

Les définitions qui ont été données du concept d'entrepreneur peuvent être, presque toujours, mises en perspective avec des mutations culturelles et/ou économiques qui ont traversé des pays et affecté le fonctionnement de leurs sociétés. Les changements politiques, technologiques et démographiques ont poussé les entrepreneurs à adopter de nouvelles attitudes et aptitudes, plus conformes à la nature et à l'intensité des modifications et des évolutions apparues dans leur environnement.

[12]- Karim Messeghem,Sylvie Sammut, « L'entrepreneuriat », édition managent et société EMS, France, 2011, page 10 et 11.

B. *Importance de l'entrepreneuriat :*

L'importante place qu'occupe l'entrepreneuriat dans les recherches et les politiques Économiques revient essentiellement aux intérêts qu'il apporte à l'économie et à la société :[13]

- **Entrepreneuriat et croissance économique :** l'activité entrepreneuriale n'a pas peut être un effet direct sur la croissance économique mais l'accélère, grâce à la présence d'une population nombreuse d'individus entreprenants et ce résultat était prouvé par une étude de GEM : qui a proposé un modèle comparant entre différents pays sur diverses dimensions sociales et culturelles. Ce programme a montré que dans les payes à activité entrepreneuriale élevée, la proportion du PIB qui provient des projets entrepreneuriaux progresse chaque année.

- **Entrepreneuriat et création d'emploi :** L'entrepreneuriat constitue un moyen pour la résorption du chômage, il est considéré comme entreprendre est devenu une nécessité pour l'intégration sociale pour l'entrepreneur et pour ses membres de famille.

- **Entrepreneuriat et renouvellement du parc d'entreprises :** L'entrepreneuriat permet de renouveler et reconstruire le tissu économique par la création des entreprises ex-nihilo ou par la reprise des entreprises et même par la réactivation et le redémarrage d'entreprises ce qui permet de constituer un contrepoids et une compensation aux disparitions et l'échec d'autres entreprises existantes.

- **Entrepreneuriat et Innovation :** La fonction d'innovation est importante, d'après Schumpeter, les entrepreneurs constituent le moteur de l'innovation en identifiant les opportunités que les autres acteurs ne voient pas et en développant les technologies et les concepts qui vont donner naissance à des nouvelles activités économiques.

C. *L'Entrepreneur : l'agent central de l'entrepreneuriat :*

---

[13]- VERSTRAET T. (dir), Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Paris : Editions Management et Société, 2000, page22.

Le phénomène entrepreneurial est constitué de trois dimensions permanentes, à savoir l'organisation créée, l'environnement et l'entrepreneur. Ce dernier constitue le sujet et l'acteur du phénomène, c'est de son action et de ses caractéristiques et compétence que résulte l'émergence d'une organisation. [14]

- Pour J-B. Say l'entrepreneur est « celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque ».

- Joseph Schumpeter, estime que l'entrepreneur est l'investigateur de l'innovation au sein de l'organisation : « l'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise… » . L'entrepreneur peut introduire l'innovation au moyen de nouvelles méthodes de production, d'une nouvelle offre, de nouvelles règles de gestion…etc.

- Ces différents concepts de l'entrepreneur nous permettent de retenir que l'entrepreneur est « le produit de son milieu économique et culturel qui cherche à créer une organisation pour son compte pour ses fins socioéconomique en accomplissant les fonctions suivantes : prendre de risque, de décision, innover, identifier les opportunités d'affaires, employer des facteurs de produits… ».

  - ✓ J -B SAY le définit comme son propre patron qui prend des risques et qui veut créer des profits.

  - ✓ Frank Knight définit l'entrepreneur comme l'agent économique qui assure le risque dans un environnement incertain.

  - ✓ Joseph Schumpeter voit l'entrepreneur comme un innovateur, qui met en œuvre une technologie.

  - ✓ Pour M. Casson « un entrepreneur est quelqu'un de spécialisé dans la prise (intuitive) de décision (réfléchies) relatives à la coordination de ressources rares».

D. L'entreprise :

a) Définition de l'entreprise :

[14]- http ://dspace.univouargla. dz:8080/jspui/bitstream/123456789/2705/1/ BERREZIGA_AMINA. pdf

La notion de l'entreprise n'est pas encore clairement dégagée pas plus en droit positif qu'en économie politique, il en résulte que « les auteurs ont donné de l'entreprises économique un grand nombre de définitions plus ou moins large.

Selon F.PERROUX : « l'entreprise est une organisation de la production dans laquelle on combine les prix des divers facteurs de la production apportés des agents distincts du propriétaire de l'entreprise en vue de vendre un bien ou des services sur le marché pour obtenir par différence entre deux prix (pris de revient et prix de vente) le plus grand gain monétaire possible ».[15]

On trouve différent taille d'entreprise on peu les répertoriées dans ce tableau suivant :

Entreprise	Effectifs	Chiffre d'affaires (D.A)	Total bilan (D.A)
Très petite	1 - 9	< 20 millions	< 10 millions
Petite	10 - 49	< 200 millions	< 100 millions
Moyenne	50 – 250	200 millions – 2 milliards	(100 – 500) millions

Tableau n°1 : La typologie des entreprises [16]

b) Rôle de l'entreprise :

L'entreprise que nous venons de définir ci haut à trois rôles à jouer :

- ✓ Son rôle technique : est de produire dans les meilleures conditions, par une bonne organisation (que nous étudions d'autre part dans le cours d'économie de l'entreprise).
- ✓ Son rôle économique : est adapté la production aux besoins de la consommation.
- ✓ Son rôle social : est de repartir équitablement les revenus de la production.

c) Les différentes formes commerciales des entreprises : [17]

[15] - C. Crutzen, C. Dehalle « cours d'économie politique », Vuibert, 2004, P75,77.

[16] - Barneto P., Gregorio G., *Finance – manuel et applications*, Dunod, 2007, p 53.

[17]- http://www.aiadz.com/index.php/9-non-categorise/84-creer-son-entreprise-en-algerie-les-formalites-et-les-aides-a-connaitre

On distingue 5 différentes formes commerciales pour une société, à savoir :

- **Les sociétés à responsabilité limitée (S.A.R.L)** : C'est une forme commerciale qui limite la responsabilité des associés, dont le nombre peut d'ailleurs varier de 2 à 9. À noter qu'il faut prévoir un capital social minimum de 100 000 da (qui vous sera rendu une fois le registre de commerce créé).

N'oubliez pas les frais du notaire lors de la création du statut (ils ne dépasseront pas 30000 DA à moins que vous n'ajoutiez beaucoup d'activités à votre registre de commerce). Exemple : J'ouvre un café-théâtre, mais je décide de vendre des t-shirts au même endroit, l'activité de vente de t-shirts devra être ajoutée au R.C, et il faudra donc payer cet ajout.

Dans une SARL, la responsabilité des associés est limitée à concurrence des apports dans le capital social, en clair, si la société venait à mettre la clé sous la porte, les autorités ne saisiraient pas les biens personnels des gérants.

Il faut également savoir que dans une SARL, tous les associés peuvent être gérants.

- **Les sociétés en nom collectif (SNC) :** Société souvent créée par les membres d'une même famille (SNC Lavalin, Idir & fils etc).

-La responsabilité est illimitée dans une SNC (les biens personnels peuvent être saisis).

- Tous les associés ont la qualité de commerçants.

Pas de capital social minimum exigé par la loi.

- **Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL) :** C'est une SARL dont le nombre d'actionnaires est limité à un. Elle favorise l'initiative privée des entrepreneurs individuels auxquels elle permet d'accéder aux mêmes types d'activités que la SARL, y compris le commerce extérieur, tout en préservant leur patrimoine personnel qui reste indépendant de celui de la Société.

  Capital social : 100 000 DA.

- **Les sociétés par action (SPA) :**

-Capital social minimum : 1 million de DA**,** 5 millions de DA pour être ouverte à l'épargne publique, à l'image d'Alliances Assurances, dernièrement.

Rapport-Gratuit.com

Deux formes de contrôle **:** Un conseil d'administration et un directoire.

À noter que la SPA est dirigée par un conseil d'administration qui désigne :
- un président et un directeur général, ou
- un président directeur général.

- **Les sociétés en commandite simple (SCS)** : Forme très peu usitée en Algérie, elle ressemble en de nombreux points à la SNC. Elle est composée des commandités dont le statut est identique à celui des associés d'une société en nom collectif, et les commanditaires qui ne répondent du passif social qu'à concurrence de leurs apports. Les commandités font office de commerçants et les commanditaires de bailleurs de fonds.

Ainsi, toute société qui emprunte l'une des quatre formes est nécessairement commerciale et elle est soumise au droit commercial quelque soit son objet, c'est-à-dire son activité, que celle-ci soit artisanale, libérale ou autres. Cette commercialité formelle s'étend à tous les actes qu'accomplissent ces sociétés.

Lors de la création du statut de la société (deuxième étape après la dénomination de la société), sa forme et ses activités de seront mentionnées, de façon à mettre en place une sorte de carte d'identité de cette entité, l'entreprise étant une personne morale comme une autre…

2. Les étapes de la création d'entreprise : [18]

Le processus de création d'entreprise se caractérise par le fait qu'il est organisé en étapes qui sont au nombre de 4. Ces étapes sont:

- l'évaluation de l'opportunité ;
- la conception et la formulation du projet ;
- le montage juridique et financement du projet ;
- le lancement des activités.

A. *L'évaluation de l'opportunité de création d'entreprise :*

Transformer une idée en opportunité de création réaliste nécessite de définir l'idée initiale de manière précise: Que veut-on vendre? A qui veut-on vendre? Quelle valeur cela peut-il apporter? Pour y répondre, il va falloir rechercher des informations, recueillir l'avis et le conseil d'experts et de spécialistes, tester l'idée auprès de personnes extérieures et analyser les contraintes inhérentes au projet.
Pour bien évaluer une opportunité de création d'entreprise, il faut:

- Avoir un minimum de créativité pour identifier, à partir d'une idée initiale, une bonne opportunité de création.

- Maîtriser quelques concepts et outils marketing pour réussir le passage d'une bonne idée à un produit ou un service intégré dans une offre gagnante.

- Savoir sélectionner les opportunités qui seront résisté à l'usure du temps et à la compétition.

[18]- P. Rachid ZAMMAR, Conférence « Initiation à l'entrepreneuriat », Université Mohammed V- Agdal Faculté des Sciences, Rabat, 2009, page 5, 6.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

B. Conception et formulation du projet de création :

- Dans cette étape, le projet doit passer vers la position du réalisable. A ce stade, différentes études doivent être conduites: étude du marché, étude juridique et étude financière. Ces études permettent d'élaborer l'offre, la stratégie, le plan d'affaires et de positionner le projet.

- Les points clés de la conception d'un projet de création d'entreprise sont:

  - Rechercher la meilleure adéquation possible créateur/projet de création;
  - Être réaliste et pragmatique;
  - Être clair sur la stratégie;
  - Rechercher des avantages concurrentiels durables.

C. Montage juridique et financement du projet :

- Le montage juridique consiste à choisir une structure juridique, à sécuriser les relations avec les tiers (salariés, investisseurs, partenaires, fournisseurs et sous-traitants) et maîtriser les techniques de protection et de valorisation négociation de l'innovation et des savoir-faire immatériels lorsqu'il s'agit de la création d'entreprise innovante.

- Le business plan permet d'engager le dialogue avec les banquiers et les investisseurs. A ce stade, le créateur doit maîtriser son projet pour pouvoir
- répondre à toutes les questions posées par les partenaires financiers.

D. Lancement des activités :

Pour réussir le lancement des activités, il faut:

- Ne pas perdre du temps;
- Aller droit à l'essentiel: obtenir des clients et des commandes;
- Suivre son business plan;
- Avoir un tableau de bord avec quelques indicateurs et piloter réellement sa jeune entreprise ;
- Bien utiliser ses ressources.

3. les facteurs de réussite ou causes de défaillance des jeunes entreprises en création : [19]

A. *Facteurs de réussite des projets de création d'entreprise* :

Les facteurs qui prédisent le succès futur de l'entreprise sont:

- **Une bonne dose de motivation :** On ne crée pas une entreprise sans raison précise. Il faut donc se poser, en toute conscience, la question : « Pourquoi je souhaite créer ? ».

  - Pour résoudre un problème personnel ?
  - Pour vivre un partenariat ?
  - Pour développer une entreprise et en faire, à terme, une entreprise importante ?
  - Pour mettre en pratique une idée qui obsède depuis un certain temps ?
  - Pour acquérir une indépendance ?
  - Pour atteindre une certaine position sociale ?
  - Pour exploiter un savoir-faire ?...
  - Pour exploiter une opportunité de marché ?

Certaines raisons sont un gage de succès, car il s'agit de motifs impérieux pour lesquels on est prêt à tous les sacrifices. D'autres motivations risquent au contraire de se révéler néfastes pour la bonne préparation du projet, car elles pousseront à monter l'entreprise, quoi qu'il arrive, sans tenir compte de la réalité.

- **Une proximité entre le profil du créateur et l'entreprise créée:** Trouver le projet qui convient à son profil et à ses capacités d'évolution est une bonne façon d'appréhender une situation de création d'entreprise.

- **Une localisation proche:** Ne pas s'éloigner de ses bases et ne pas se couper de ses réseaux de proximité.

---

[19]- Yvon PESQUEUX, Entrepreneur, entrepreneuriat (et entreprise) : de quoi s'agit-il ? CNAM, version1, France , 2011, page 16.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- **L'expérience du métier et du management est un facteur de succès:** L'expérience permet d'obtenir facilement la confiance des partenaires indispensables (clients, fournisseurs, banquiers…) car on a déjà fait ses preuves. La connaissance du métier permet d'avancer rapidement et sûrement.

- **L'accompagnement:** être entouré de professionnels, pouvoir bénéficier de leurs conseils et de leurs aides et se former au contact de spécialistes de la création d'entreprise sont autant de conditions permettant au créateur de bien préparer et lancer son projet dans les meilleures conditions.

Selon Alain Fayolle il existe trois facteurs clés de réussite : [20]

- **Facteurs reliés à l'entrepreneur à savoir :**
  - Avoir des parents entrepreneurs ;
  - L'expérience ;
  - La capacité d'apprentissage ;
  - La perception du contrôle de la situation ;
  - La gestion efficace du temps.

- **Facteurs reliés à l'environnement à savoir :**
  - L'étude de marché ;
  - Le suivi ;
  - La gestion efficace de l'information.

- **Facteurs reliés à l'organisation à savoir :**
  - La division du travail ;
  - La spécialisation des tâches ;
  - La participation à la prise de décision.

[20] - Fayolle.A, « L'entreprenariat » ; édition Dunod, 2004, page 43.

B. *Principales causes de défaillance des jeunes entreprises en création :*

- Les événements accidentels pouvant affecter l'individu: accident, maladie, décès, disparition d'un être cher, etc. et remettre en cause ses motivations et/ou ressources (un équipier ou un partenaire se retire, hostilité de l'environnement).

- Le projet peut être abandonné parce que son initiateur vient de découvrir une opportunité qui lui apparaît meilleure, ou car il est incapable de trouver une idée rentable ou les moyens techniques, financiers et commerciaux nécessaires.
- La compétitivité du produit proposé est médiocre ou mauvaise;

- Le potentiel du marché a été surestimé;

- Le marché n'existe pas ou est plus long à démarrer que prévu;

- Le délai de pénétration des nouveaux produits sur le marché a mal été évalué;

- La difficulté d'accès aux circuits de distribution;

- L'absence d'efforts commerciaux;

- Un mauvais positionnement marketing ou une mauvaise politique de communication;

- L'insuffisance des fonds propres.

- **Section 2** : **L'entrepreneuriat en Algérie :**

L'entrepreneuriat en Algérie est qualifié comme un « entrepreneuriat de survie » où l'entrepreneur crée son entreprise par contrainte sociale, il crée par nécessité et non pas pour exploiter une opportunité.

Dans le passé (1967-1987) il a été question de la plus grande usine, de la plus grande entreprise, université… ; les petites structures étaient à peine tolérées dans la plupart des domaines.

Ensuite, l'ouverture de l'économie, amorcée dès 1989, a mené à un développement important de la PME et du secteur privé. Ce développement a concerné à la fois le nombre et le poids des entreprises dans les différentes branches économiques et la plupart sont des entreprises familiales. Tous ces changements et développements ont été le fait de personnes qualifiées d'entrepreneurs.

Actuellement le gouvernement accorde de plus en plus une importance accentue au développement des PME, ces dernières étaient auparavant marginalisées dans les politiques économiques.

1. Evolution des PME/PMI en Algérie :

En vingt ans, l'Algérie a pratiquement triplé son nombre de PME qui sont passées de 120 000 en 1990 à prés de 700 000 en 2011, sois prés de 40000 PME sont crées chaque année une moyenne de 17 PME pour 1000 habitants.[21]

Ces statistiques montrent clairement une hausse remarquable et une croissance des PME, on passe maintenant à l'évolution du secteur PME/PMI.

Le secteur privé, et les artisans ont connus une forte croissance qui contrairement au secteur public qui a enregistré tout au long de la période 2004/2010 une particulière diminution, dû en premier lieu à la privatisation dictée par la loi de l'économie de marché.
Pour bien illustré l'évolution d'emplois créés par le secteur des PME/PMI, on a opté pour le graphique suivant:

---

21 - http://mouqawalati.net/the-news/504-entrepreneur-en-algerie-secrets-de-la-reussite#

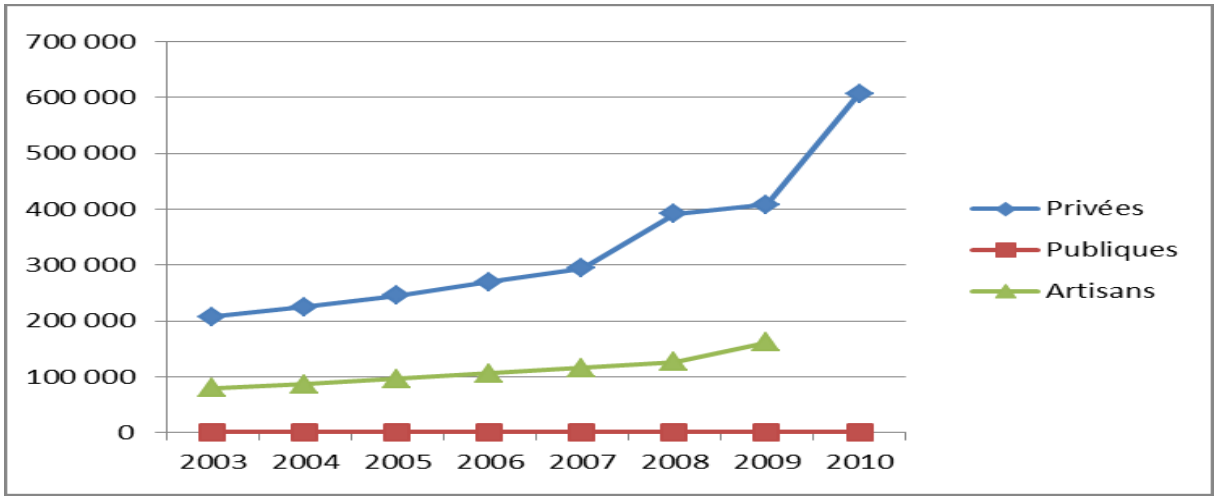


Schéma n°2 : Evolution des PME/PMI en Algérie durant 2003-2010 [22]

2. Importance et rôle des PME/PMI pour le développement économique Algérien :

Nul ne peut nier le rôle et l'importance de la PME/PMI dans toutes les économies, car elle permet et contribue à la croissance et au développement économique, par:

- ✓ La création d'emplois ;
- ✓ La création de la valeur ajoutée ;
- ✓ La participation à la distribution des revenus.

[22]- Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement année 2011

3. Entraves du secteur PME/PMI en Algérie : [23]

Les difficultés inhérentes aux PME/PMI (financement, innovation, productivité et compétitivité) sont plus pénalisantes dans une économie émergente et en développement ou l'initiative privée n'a pas été suffisamment valorisée et accompagnée.

Les faiblesses des PME/PMI algériennes trouvent certainement leur source de cet état de fait et leur nécessaire mise à niveau selon les standards et les normes internationaux de gestion et de management.
De multiples entraves à l'investissement peuvent être rencontrées, nous citerons particulièrement :

- ✓ La gouvernance locale, le foncier, la lourdeur des procédures administratives.
- ✓ La lenteur des financements bancaires ; les banques ne connaissent pas suffisamment leurs clients, ainsi elles apprécient mal la solvabilité des entreprises.
- ✓ La maîtrise de l'ingénierie bancaire est inexistante et la corruption administrative est de plus en plus généralisée.
- ✓ Insuffisances des infrastructures de base, du réseau bancaire, des structures hôtelières, des restaurants et lieux de détentes, des parkings, etc.

L'incertitude que vit le quotidien économique algérien, menaçant toute tentative d'entreprendre a donné des PME/PMI fragiles, n'ont pas les moyens pour confronter les secousses et les bouleversements économiques qui les menacent dans chaque stade, commençant par la création, passant par la survie en voie de croissance ou dans la majorité des cas vers la disparition

Le développement économique et social de notre pays dépend de sa capacité à créer et à développer des produits et services nouveaux.

Cela a menée plusieurs entrepreneurs a crée un nouveaux processus de conditionnement, qui veille à respecter la qualité des produits travaillés.

---

[23]- op-cite :http://dspace.univ-ouargl a.dz:8080/jspui/ bitstream/123456789/2705/ 1/BERREZIG A_ AMINA.pdf

- **Section 3: Présentation du processus de conditionnement de BNM :**

Qu'es qu'un processus de conditionnement ?

1. Définitions du processus de conditionnement : [24]

- **Sens1 :** En psychologie, le **conditionnement** est la mise en place d'un **comportement provoqué par un stimulus artificiel**.

  Pour Ivan Pavlov, le conditionnement permet, à partir d'un stimulus, d'obtenir une réponse qu'il ne génère pas naturellement. En associant des récompenses (renforcements positifs) ou des punitions (renforcements négatifs), le chercheur apprend à l'animal à reproduire certains comportements en présence du stimulus. Cette technique permet aux hommes de s'adapter à leur environnement en pouvant prédire certains évènements importants à partir de signes avant-coureurs.

- **Sens 2 :** Le conditionnement de l'air est l'ensemble des opérations de **traitement de l'air** (température, humidité, pureté, pression…) effectué dans un local pour obtenir une atmosphère (air conditionné) ayant les caractéristiques fixées à l'avance.

- **Sens 3 :** Dans l'industrie, le conditionnement est **l'emballage** qui est **en contact direct avec un produit** et qui le met en valeur, par opposition à l'emballage collectif qui sert au transport et au stockage. C'est aussi l'action d'emballer un produit pour le présenter aux consommateurs. Dans sa conception, le conditionnement prend en compte les caractéristiques d'utilisation, de manipulation, d'information, de présentation, de protection et de marketing du produit.

[24]- http://www.toupie.org/Dictionnaire/Conditionnement.htm

Rapport-Gratuit.com

2. L'objectif et condition générale du processus conditionnement :

A. *L'objectif du processus conditionnement :*

Les pommes de terre font l'objet de beaucoup d'attentions pour répondre aux attentes des consommateurs. Qualité, santé et respect de l'environnement

Elles ne sont pas uniquement cultivées pour une consommation immédiate, mais elles servent de plus en plus de matière première pour l'industrie de transformation.

D'une part, le consommateur est très exigeant sur la qualité, une réalité dont le producteur doit tenir compte.

D'autre part, l'industrie du conditionnement pose des critères stricts car elle doit offrir un produit présentant un bon rapport qualité-prix.

B. Les conditions générales pour conditionner: [25]

La qualité d'un produit ne se limite plus à ses caractéristiques internes mais elle les dépasse pour couvrir l'impact environnemental et social de ses conditions de fabrication, conditionnement, transport et utilisation

Les produits finis doivent répondre aux exigences du consommateur en matière de qualité, légalité et sécurité.

Dans le cas du conditionnement de la pomme de terre, B.N.M doit suivre plusieurs conditions pour qu'elle puisse démarrer son activité :

a) *Exigences relatives à la qualité :*

- L'aspect extérieur des pommes de terre est un facteur extrêmement important pour l'industrie du conditionnement.
- Eliminer toute pomme de terre détériorée.

[25]- http://www.agricole1.com/les-processus-de-transformation-des-pommes-de-terre

- Contrôle de la température : Les pertes dues à la condensation ou à des infections fongiques ou bactériennes sont les moins importantes quand la température de stockage est comprise entre 3 et 5°C

- Conditionnement avant livraison : Les pommes de terre traitées sont plus sensibles à la maladie des taches noires que celles ayant une teneur faible. Le réchauffage des pommes de terre avant le calibrage ou avant leur livraison réduit considérablement la sensibilité aux taches noires

- ***Appréciation de la qualité du produit fini :***

- L'évaluation de la qualité du produit fini est nécessaire d'une part, pour vérifier s'il répond aux normes de qualité et d'autre part, elle permet d'obtenir des informations de retour sur le processus en cours. La qualité du produit fini est évaluée selon les caractéristiques appréciées par le consommateur, telles que l'aspect visuel.

b) Dangers physiques :

- Corps étrangers pouvant changer les conditions de conditionnement, telles que l'eau ou un autre facteur.

- Corps étrangers pouvant provenir de l'environnement du travail (débris de verre ou de plastique dur, écaillement de revêtements des murs, pièces des machines,…)

c) Dangers biologiques :

- Contamination, croissance ou survie de germes pathogènes pouvant provenir de la matière première, de l'environnement du travail, de l'eau utilisée, du personnel ou des surfaces en contact avec les denrées alimentaires (quelques espèces de Salmonelles, Staphylocoques, Conformes, Listeria, Campylobacter,..,).

- Développement de bio-toxines résistant aux traitements thermiques (afla-toxines, toxines des staphycoques,…).

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

3. Les étapes du processus de conditionnement de la pomme de terre : [26]

Depuis l'agréage jusqu'à l'emballage, les pommes de terre doivent être analysées. Ensuite, il faut assurer la mise en sachet des pommes de terre produites. Et surtout offrir des produits frais, c'est pour cela qu'il est préférable qu'une seule journée sépare le conditionnement à l'arrivée de la pomme de terre à la centrale d'achat.

Les commandes des acheteurs déclenchent le processus. Les pommes de terre passent alors 24 à 48h en salle de réchauffement (entre 10°C et 15°C) pour être travaillées dans les conditions optimales.

Le processus de conditionnement s'attache à respecter la qualité du produit en évitant les chocs par des protections en mousse et des hauteurs de chutes limitées.

Le processus de conditionnement passe par plusieurs étapes comme suit :

- ✓ **Etape 1 - LAVAGE**

Sortie des pommes de terre de la polisseuse du centre de conditionnement.

Les pommes de terre sont plongées dans une trémie immergée, puis nettoyées grâce à une machine appelée laveuse.

Cette dernière est composée de deux tiers d'eau recyclée et d'un tiers d'eau propre. Les pommes de terre sont ensuite polies et rincées afin d'ôter les impuretés, puis essuyées pour faciliter le triage.

---

[26]- http://www.pommedeterre-duchemin.com/activit%C3%A9s/conditionnement/

✓ **Etape 2 - CALIBRAGE**

Calibreur du centre de conditionnement.

Le calibreur est une machine qui permet de trier les pommes de terre selon leur taille, afin de respecter la segmentation culinaire et de répondre aux exigences des clients.

On distingue 3 types de calibre :

- La grenaille qui fait moins de 35 mm de diamètre et qu'il ne faut pas confondre avec une variété. Sur les marchés, vous verrez très souvent l'indication « grenaille », il s'agit juste d'une indication de taille.
- La toute venante dont le diamètre va de 35 à 55 ou 65 mm
- La grosse triée (GT) dont le diamètre excède 55 ou 65 mm.

Etape 3 - TRIAGE

Trieur optique du centre de conditionnement.

Le triage élimine alors les pommes de terre qui ne correspondent pas visuellement au cahier des charges du client. Il est réalisé à 80% par un trieur optique et à 20% par des opérateurs**.**

Les contrôles sanitaires et organoleptiques précèdent le processus de conditionnement et sont, quant à eux, réalisés au sein du laboratoire interne.

Etape 4 - ENSACHAGE

Peseuse associative du centre de conditionnement.

Du triage, les pommes de terre arrivent dans les bacs qui composent la peseuse associative. Lorsque la somme de ces bacs atteint le poids fixé, les pommes de terre sont délivrées dans l'ensacheuse.

Le produit est alors conditionné dans l'emballage correspondant à la demande du client, où une étiquette de normalisation est apposée (coordonnées - lot - variété - origine - encode - date d'emballage, etc).

Etape 5 - CONDITIONNEMENT

Remplisseur de bacs, de maxi packs et de box du centre de conditionnement.

Le produit fini est conditionné dans des maxi packs, des box ou des bacs, selon le cahier des charges défini par les centrales d'achat.

Les pommes de terre sont ensuite stockées quelques heures, à l'abri des lumières agressives, avant d'être chargées, puis expédiées vers les centrales d'achat ou directement vers les magasins.

Conclusion

Nous réalisons à la fin de ce premier chapitre que nul ne saurait aujourd'hui mettre en doute le rôle primordial que jouent les entrepreneurs et leurs entreprises (petites, PME et grandes) dans le système économique mondial. Ces entrepreneurs sont aujourd'hui perçus comme étant les piliers de l'économie de marché et leurs activités, comme créatrices de valeur, d'emplois et d'avantages pour les consommateurs.

En Algérie, l'entrepreneur manque toujours d'une vision stratégique, d'esprit d'innovation, de créativité et d'esprit d'entreprise. Le développement économique et social de notre pays dépend de sa capacité à créer et à développer des produits et services nouveaux, si on prend le secteur agricole on trouve que le conditionnement de pomme de terre offre des opportunités jusqu'à maintenant peu exploitées.

Ce processus consiste à contrôlés tous les niveaux sont (lavage, calibrage, triage, ensachage, conditionnement) pour répondre à un cahier de charge très précis pour servir le meilleur de la pomme de terre.

Chapitre 2 : Etude de marché et financement du projet.

Introduction

Le **taux de** production mondial de pommes de terre ne cesse d'augmenter, il a même dépassé celui de nombreuses autres principales cultures.

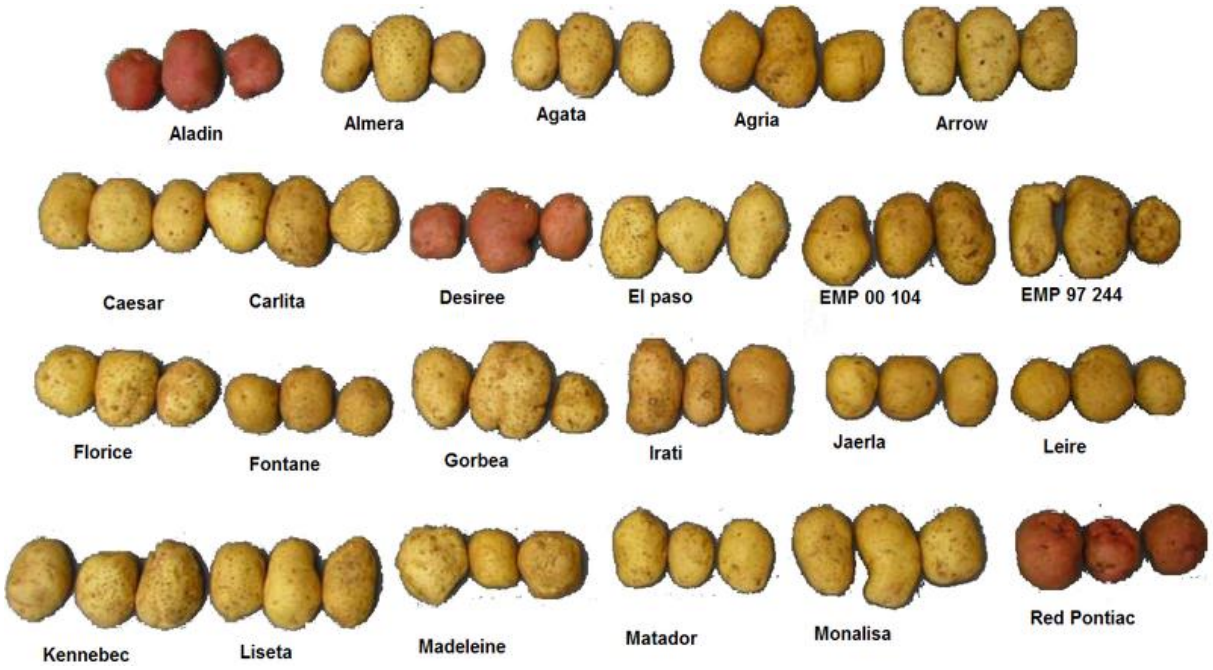
Ce 2éme chapitre, va nous permettre d'étudier l'état du marché de la pomme de terre dans le monde ainsi que l'état du marché algérien et spécialement la part du marché de BNM au niveau de la wilaya de Tlemcen, et au final nous allons établir le meilleur moyen de financement adapter a BNM.

- **Section 1 : Etude de marché de la pomme de terre dans le monde.**

La pomme de terre est une plante originaire d'Amérique du Sud, plus précisément de la Cordillère des Andes. Cultivée essentiellement pour ses tubercules très riches en amidon, utilisés dans l'alimentation humaine sous des formes très variées et par l'industrie de l'amidonnerie.

Les variétés de pomme de terre sont très nombreuses. On en connaît plusieurs milliers, plus de 10 000 selon certaines estimations (1 294 inscrites au catalogue communautaire européen et 192 au catalogue officiel français, chiffres 2010). [27]

On distingue 23 variétés les plus consommés dans le monde : [28]



[27]- Ernest Roze, Histoire de la pomme de terre: traitée aux points de vue historique, biologique, pathologique, cultural et utilitaire, J. Rothschild, 1898, p. 62-93.

[28]- http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Several_varieties_of_potatoes.png

1. Production mondiale de pomme de terre : [29]

D'après la FAO, la production mondiale de pommes de terre s'élevait en 1999 à 360 millions de tonnes. C'est la quatrième production mondiale après le blé, le riz et le maïs.

La superficie correspondant à cette production est de l'ordre de 23 millions d'hectares et le rendement moyen mondial est légèrement supérieur à 15 tonnes/ hectare.

Les plus importants pays producteurs de pommes de terre sont la chine (55 millions de tonnes) l'Union européenne (50 millions), la Russie (31 millions), l'Inde (22 millions), la Pologne (20 millions) et les États – Unis (22 millions).

Il convient de noter qu'une part importante de la production de la Chine et de la Russie est destinée à l'alimentation du bétail.

Au sein de l'Union européenne la superficie consacrée à la pomme de terre est voisine de 1.5 millions d'hectares. Le premier producteur est l'Allemagne (12 millions de tonnes), suivie par les Pays – Bas (8.2 millions), le Royaume – Uni (7.1 millions) et la France (6.5 millions).

Le rendement moyen européen est de 35 tonnes / hectare; il est voisin ou supérieur à 40 tonnes / hectare dans les pays du nord de l'Union européenne.

2. Production française de pomme de terre :[30]

La production française de pommes de terre pour la consommation oscille entre 4,5 et 5 millions de tonnes selon les années. La France se situe ainsi au second rang de l'Europe de l'Ouest, derrière l'Allemagne mais depuis peu devant le Royaume-Uni. Les surfaces ont nettement diminué dans les années 2000 pour se stabiliser aujourd'hui autour de 115.000 hectares. Dans le même temps, les rendements se sont améliorés, permettant de maintenir le niveau de la récolte.

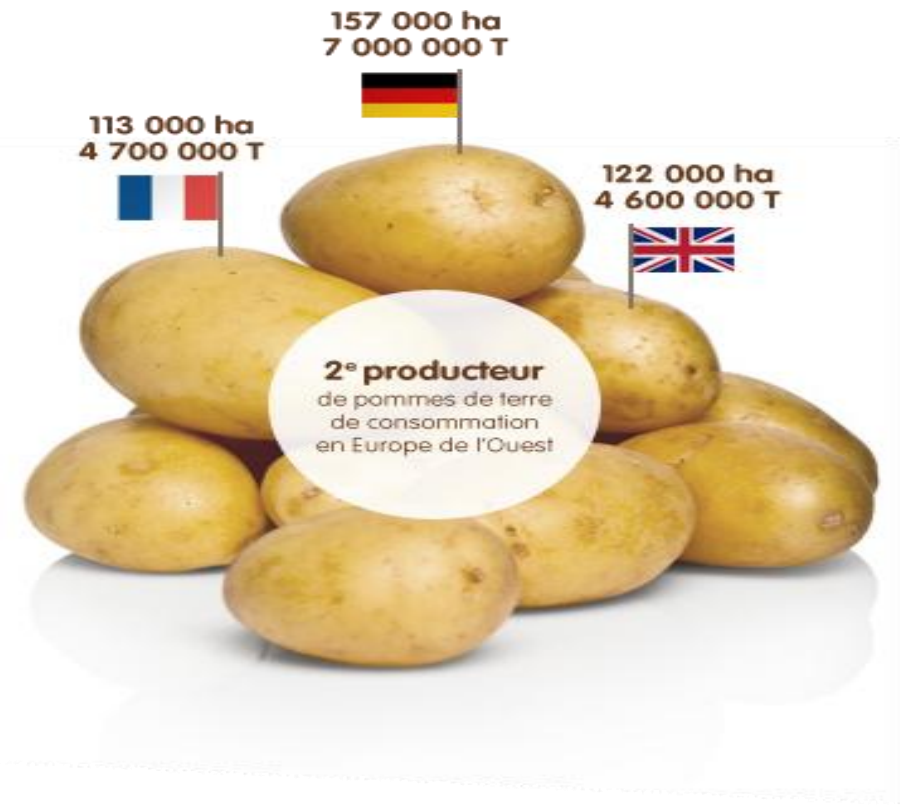
La production s'est spécialisée : 20% des exploitations concentrent désormais 80% des surfaces. En 2010, on comptait 17.000 producteurs de pomme de terre de conservation.

---

[29]- http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjsynt183201207cult.pdf

[30]- http://www.cnipt-pommesdeterre.com/chiffres-cles/

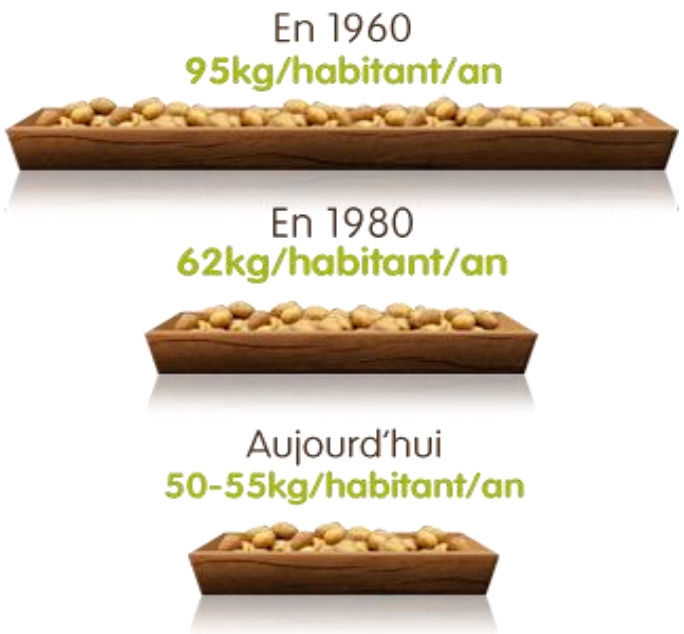
Rapport-Gratuit.com



Données RGA 2010 et UNPT-CNIPT 2012

La consommation [31]
De 1950 à nos jours

Source : INSEE toutes pommes de terre confondues, et CNIPT-GIPT 2013



[31]- http://www.dailymotion.com/cnipt.

En France, Le marché des pommes de terre a connu des profonds changements ces deux dernières décennies, Grâce à l'amélioration des semences, des variétés, des méthodes de gestion et de conditionnement.

3. Entreprises qui ont réussi dans le conditionnement de pomme de terre en France :

Voici 5 modèles d'entreprise qui on réussi dans le domaine du conditionnement :

A. Les Etablissements VERPOM : [32]

VERPOM est heureux de pouvoir vous présenter ses produits et ses services. Depuis plus de 20 ans et pendant toute l'année, notre équipe répond à vos attentes pomme de terre et aux services liés à ce produit.

De la production jusqu'au conditionnement, nous veillons à respecter la qualité des produits travaillés. Tous les niveaux sont contrôlés pour répondre à un cahier des charges très précis et vous servir le meilleur de la pomme de terre.

B. Les Etablissements DUCHEMIN : [33]

Implantés au cœur de la Normandie, à **Tourville-sur-Odon**, commune du **Calvados (14)**, les **Etablissements DUCHEMIN** sont **spécialisés** dans **la production, le conditionnement et le transport de pommes de terre**.

Christian DUCHEMIN s'est installé en tant qu'**exploitant agricole** en 1984. Aujourd'hui, les **Entreprises DUCHEMIN** comptent 46 salariés.

Dans cette **entreprise familiale**, la volonté est de maîtriser l'ensemble des étapes, de la **production au transport des pommes de terre**, en passant par le conditionnement.

C. Les Etablissements Campéol : [34]

---

[32] http://www.verpom.com/conditionnement.php?PHPSESSID=u96cebtu461ck06qci6ejc6rd1

[33] - http://www.pommedeterre-duchemin.com/qui-sommes-nous/

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Créée dans les années 50, la société Campeol s'est spécialisée au fil des ans sur le marché de la Pomme de Terre.

Implantée dans 25 pays de l'Union Européenne, Campeol en a dépassé les frontières. Nous travaillons aujourd'hui avec entre autres, la Russie, le Moyen Orient ou l'Afrique du Nord.

D. La société Terre de France : [35]

La société Terre de France, est spécialisée dans le stockage, le lavage et le conditionnement de légumes (pommes de terre et carottes), l'entreprise va implanter une unité de production sur un terrain de 11 hectares à Athies dans la Somme, entre Péronne et Ham, à proximité de la sortie de l'autoroute A29.

Il permettra de stocker 25 000 tonnes de légumes. 10 emplois seront à pourvoir dans les premier temps, et 20 autres quand l'usine fonctionnera à plein régime.

Terre de France a reçu le 21 mai le “gré d’Or” de l’innovation pour son sachet micro-ondable de pommes de terre de 500 grammes. Les trophées des grés d’Or sont décernés par la Fédération des entreprises et entrepreneurs de France (FEEF) et mettent en valeur des partenariats scellés entre des PME et des enseignes de la grande distribution.

E. La Ferme du Mesnil : [36]

La Ferme du Mesnil a sélectionné les plus belles variétés de pommes de terre pour offrir aux consommateurs des produits de grande qualité. Pour garantir celle-ci, la SARL a aussi procédé à de nombreux investissements (centre de tri / calibrage / lavage / stockage et conditionnement). Les Pommes de Terre Parcelles de France, certifiées EUREPGAP, sont commercialisées directement du producteur au consommateur.

---

[34]- http://www.campeol.com/FR/4/l-entreprise

[35]- http://picardie.france3.fr/2013/01/29/terre-de-france-le-specialiste-des-legumes-conditionnes-s-implante-athies-dans-la-somme-189953.html

[36]- http://www.fermedumesnil.com/pommes_de_terre.htm

- **Section 2 : Etude du marché de la pomme de terre en Algérie**

L'Algérie est un vaste pays qui s'étend sur près de 2,4 millions km² dent 8 445 490 hectares Superficie cultivable avec une population qui dépasse les 38,7 millions d'habitants en 2014, a indiqué l'Office national des statistiques. [37]

Si on prend le marché de la production agricole, on trouve que la pomme de terre augmente plus fortement dernièrement après le riz, le blé et le maïs.

Contrairement aux pays septentrionaux où la pomme de terre est cultivée durant une seule saison, en Algérie elle est cultivée selon trois types de culture qui sont:

- ✓ **La saison :** Du début Mai jusqu'à la fin Aout
- ✓ **L'arrière saison :** Du mi-novembre jusqu'à la fin Décembre.
- ✓ **La primeur :** Du début Mars jusqu'à la fin avril.

Ce qui offre des avantages avérés pour une bonne régulation de la pomme de terre sous toutes ses formes, (programmation en amont, stockage sous froid, transformation et conditionnement)

1. L'état du marché algérien :

A. Production de pomme de terre :

Pour la première fois de son histoire, l'Algérie a produit, en 2013, plus de pomme de terre que de céréales. Selon les bilans publiés par le ministère de l'agriculture, le pays a produit 45 millions de quintaux de pomme de terre, un nouveau record, contre 44 millions de quintaux de céréales. [38]
Avec ce niveau de production, l'Algérie est ainsi le premier producteur de pomme de terre dans le Monde arabe et le deuxième en Afrique après l'Afrique du Sud. Le rendement moyen en Algérie toute tranche de culture confondue se situe autour de 28 tonnes par hectares, avec des records pouvant atteindre 60 tonnes par hectare

---

[37]- http://www.algerie-focus.com/blog/2013/07/lalgerie-depassera-38-millions-dhabitants-en-2014/

[38]- http://www.maghrebemergent.info/economie/algerie/item/32372-l-algerie-produit-desormais-plus-de-pomme-de-terre-que-de-cereales.html

Selon le ministre de l'Agriculture et du Développement rural, La superficie réservée à la culture de la pomme de terre au augmenté durant les quatre dernières années de 3.600 à 9.200 hectares et la production de 1,1 million à 2,7 millions de quintaux durant la période de 2012-2013. [39]

B. Analyse de la production : [40]

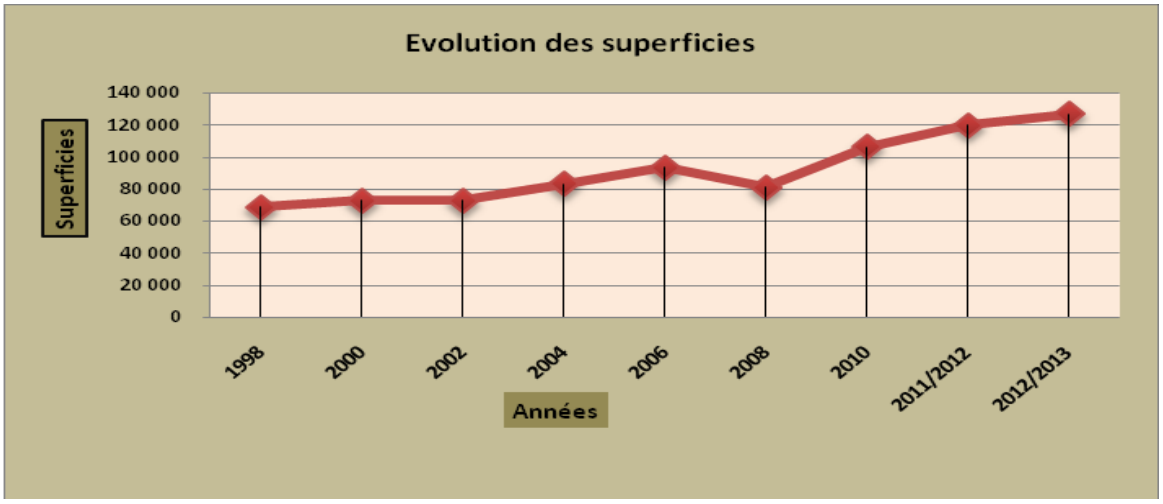


Schéma n°2 : Evolution des superficies 1998-2013

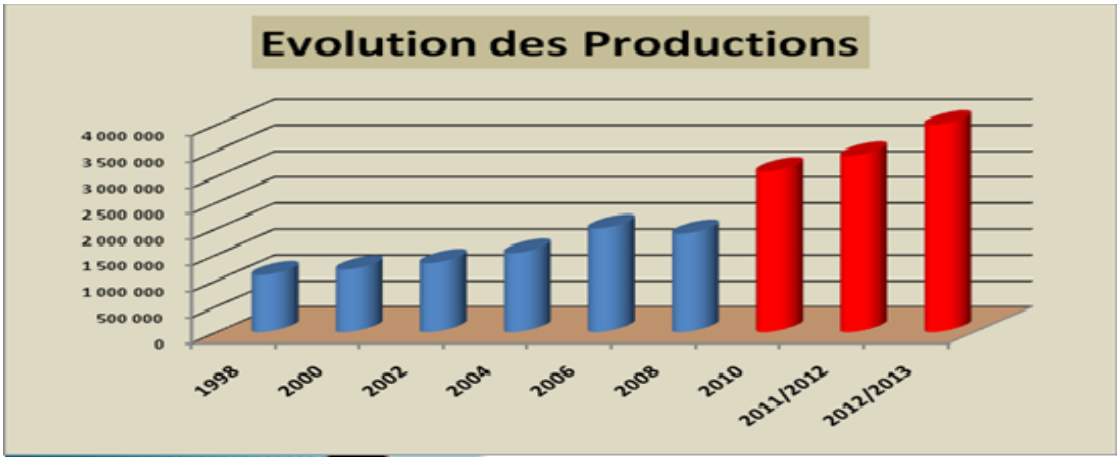


Schéma n°3 : Evolution des Productions 1998-2013

[39]- http://www.maghrebemergent.info/economie/algerie/item/32065-algerie-hausse-de-la-production-de-la-pomme-de-terre-de-presque-20-par-rapport-a-2012-ministre.html

[40]- http: //www.ccidahra.com/potato/Sem.%20Pomme %20de%20Terre%20%20M.%20A mrar%20ITCMI.pdf

Commentaires :

•La production de pomme de terre est en constante augmentation. Ceci s'explique par la croissance des superficies et par l'augmentation des rendements.

•La campagne 2005/2006, caractérisée par une surproduction ayant provoqué des perturbations du marché. Cette situation ajoutée à des problèmes de tout ordre (pertes subies par les producteurs, manque de semences et augmentation des prix des intrants) a plongé la filière dans une crise sans précédent durant deux campagnes successives qui s'est traduite par une baisse drastique de la production avec comme conséquence l'élévation du prix de la pomme de terre sur le marché.

•De 2010 à 2013 la production a augmenté de 29 % alors les superficies n'ont augmenté que de 19,41% ce qui montre que ces gains de production découlent plus de l'amélioration des rendements.

C. Structure de la production : [41]

Avec une production de 4,5 millions de tonnes de pomme de terre produites en 2012 - 2013, la pomme de terre offre un ration de consommation de plus 110 kg/hab.an.

Par tranche de culture la production est répartie comme suit :

- ✓ Arrière saison : 1,6 million de tonnes.
- ✓ Primeur : 0,14 million de tonnes.
- ✓ Saison : 2,2 millions de tonnes.
- ✓ semence : 0,45 million de tonnes.

Un excédent de production en début de récolte des cultures d'arrière saison (décembre) et de saison (juin) qui se traduit par une baisse de prix.

Une situation parfois de pénurie durant les mois d'octobre, mars et avril qui se manifeste par des augmentations inconsidérées des prix.

---

[41]- LA CULTURE DE POMME DE TERRE : Production et possibilité pour la transformation, Journée de la Pomme de Terre CCI DAHRA Mostaganem, 2013

Production globale 2012 – 2013 : [42]

Type de culture	Périodes											
	Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct	Novb	Déc
Superficie. Saison	67.800ha											
Production .Saison					2.300.000T							
					Période de consommation production de saison							
Superficie .A/S							50.000ha					
Production. A/S											1.560.810T	
	Période de cons. Production d'AS										Période de cons. prod. A	
Sup. Primeur										4.737ha		
Production. Primeur			103.567T									
			Période de cons. Prod. De primeur									

Tableau n°2 : Production globale 2012 – 2013

Surfaces plantées :

Productions obtenues :

Périodes de consommation :

[42]- op-cite : http: //www.ccidahra.com/potato/Sem. %20Pomme %20 de %20 Terre %20%20M.%20A mrar%20ITCMI.pdf

Commentaires :

• Les statistiques montrent les wilayas totalisant plus de 1.500 ha dans les deux tranches de culture saison et arrière saison sont au nombre de 25 permis eux on trouve la Wilaya de Tlemcen.

2. Etude de marché de Tlemcen et part de BNM:

L'objectif de commercialisation de B.N.M touche principalement les wilayas de l'ouest d'Algérie et spécialement la wilaya de Tlemcen.

La wilaya de Tlemcen est située à l'extrémité nord-ouest du pays et occupe l'Oranie occidentale, elle s'étend du littoral au Nord à la steppe au Sud, elle couvre une superficie globale de 9 061 km².

Avec une population de plus 949 135 habitants 2013. 5 communes dépassaient alors la barre des 40 000 habitants. [43]

L'agriculture est un secteur important dans l'économie de la wilaya, les plaines de Maghnia, Remchi, Hennaya, les bassins de Beni Ouarsous sont les principaux producteurs des pommes de terre, agrumes, céréales, légumes...etc.

A. Les variétés de la pomme de terre de la Wilaya: [44]

Le catalogue national des variétés autorisées à la production et à la commercialisation comprend plus de 150 variétés.

Au niveau de la wilaya de Tlemcen les plus demandées par la production sont pour les peaux rouges : Désirée, Kondor, Bartina, Sarpomira, Kuroda, Rubis etc.

Pour les peaux blanches : Spunta, Timate, Fabula et bien d'autres variétés nouvellement introduites.

Cette gamme variétale concilie à la fois les exigences des consommateurs et des producteurs.

---

[43]- Données du recensement général de la population et de l'habitat de 2008 sur le site de l'ONS

[44]- op-cite : LA CULTURE DE POMME DE TERRE : Production et possibilité pour la transformation, Journée de la Pomme de Terre CCI DAHRA Mostaganem, 2013

Cependant le catalogue national renferme des variétés adaptées pour le conditionnement parmi elles on peut citer : Désirée, Escorte, Agria, Timate, Monalisa, Océania, Lady roseta, Sarpomira, Royal, et bien d'autres variétés.

Cependant la liste des variétés destinées au conditionnement pourrait être élargie en fonction de la demande.

B. Production de pomme de terre de la wilaya :

C. La production de pomme de terre de la wilaya de Tlemcen toute tranche de culture confondue compagne 2012-2013 se présente comme suit :

Communes ou DAIRA	Secteur	Arrière Saison		Primeur		Saison		Total	
		Superficie (HA)	Production (QX)	Superficie (HA)	Production (QX)	Superficie (HA)	Production (QX)	Superficie (HA)	Production (QX)
Total Wilaya	Tout secteur	2083	462000	85	17000	3023	1028000	5191	1 507 000

Tableau n°3 : Statistiques production de la pomme de terre 2012 – 2013 [45]

(voir Annexe 01 page 96)

Commentaire :

La production de pomme de terre toute tranche de culture confondue est évaluée à 1 507 000 de quintaux, répartie entre :

✓ **Saison** : 1 028 000 de quintaux soit 68,21 % :

-Date de début de la récolte : Juin 2013. **- Prix de gros :** 27 DA/Kg - 30DA/Kg.

-Date de fin de la récolte : Août 2013. **- Prix de détail :** 45 DA/Kg - 50DA/Kg.

✓ **A/saison :** 462 000 de quintaux soit 30,66 %.

-Date de début de récolte: Décembre 2012. **- Prix de gros :** 28 DA/Kg –35DA/Kg.

-Date de fin: Février2013. **- Prix de détail :** 47 DA/Kg - 50DA/Kg.

[45]- Direction des services agricoles de la wilaya de Tlemcen (services des statistiques)

✓ **Primeur** : 17 000 de quintaux soit 1,13 %.

-Date de début de récolte: fin Février 2013. **- Prix de gros :** 33 DA/Kg – 50DA/Kg.

-Date de fin de récolte: Mars 2013. **- Prix de détail :** 50 DA/Kg - 60DA/Kg

D. Consommation de la pomme de terre de la Wilaya:

La consommation de pomme de terre de la wilaya de Tlemcen toute tranche de culture confondu compagne 2012-2013 se présente comme suit :

Communes ou DAIRA	Secteur	Production (QX)	Consommation (QX)	Multiplication (QX)
Total Wilaya	Tout secteur	1 507 000	1 232 470	274 530

Tableau n°4 : Statistiques Consommation toute tranche de la pomme de terre [46]

Commentaires :

Consommation de pomme de terre toute tranche de culture confondue se fait sous ratio suivant :

✓ La consommation représente 81,78% de la production soit : 1 232 470 de quintaux.

✓ Le reste 18,22% représente la multiplication (semence) soit : 274 530 de quintaux.

[46]- Direction des services agricoles de la wilaya de Tlemcen (Service O.P.T)

Rapport-Gratuit.com

- ✓ Consommation annuel par habitant représente 1,21 qx/habitants soit plus de 121 Kg/habitants.

E. Part de marché de BNM :

Vu la consommation croissante de la pomme de terre à Tlemcen en 2013 on peut poser la question suivante :

Qu'elle est la part du marché de BMN en 2014?

a) Part de marché BNM par rapport aux concurrents :

Pour répondre à cette question il faut prendre en compte certain nombre de donnée :

- **Capacité de production de B.N.M :**

BNM a prévu une capacité de production durent l'année 2014 calculé comme suit :

- 200 quintaux /jours.
- Nombre de jours ouvrable : 234j/an.
- Production annuel : 46 800 quintaux/an.

- **Prévision de la consommation du marché de la pomme de terre en 2014 :**

La consommation du marché de la pomme de terre s'élève à 1 232 470 quintaux en 2013, on prévoit une augmentation de consommation 7% durant l'année 2014 soit : 1 318 743quintaux.[47]

- **Part de marché de B.N.M par rapport aux concurrents :**

	Part de marché (qx) en 2014	**%**
Marché global	1 318 743	100%
Part de BNM	46 800	3,55%
Part des concurrents	1 271 943	96 ,45 %

Tableau n°5 : Statistiques sur la part de marché de BNM par rapport au marché global de Tlemcen [48]

[47]- op-cite : Direction des services agricoles de la wilaya de Tlemcen (services O.P.T)

[48] - op-cite : Direction des services agricoles de la wilaya de Tlemcen (services O.P.T)

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

b) Etude de l'offre et de la concurrence :

Caractéristiques	Profil
• Nom	Marché archaïque
• Type de produits/ services	Pomme de terre
• Prix	35-50 DA
• Qualité des produits ou services	Pomme de terre non nettoyer, non calibrer, non trier
• Equipement	Aucun
• Lieu/Implantation	Marché de gros, marché Informel
• Promotion / publicité utilisée	Aucune

Tableau n° 06 : profil des concurrents

c) **<u>Etude de la demande</u> :**

Caractéristiques	Profil
• Qui seront vos clients ? (individus, familles, autres entreprises, à usage domestique ou professionnel).	Marché de Gros, Supermarchés, Superettes Usines de fabrication de fécules, usines de fabrication de mousselines, usines la fabrication de pommes de terre pré cuites, usines de fabrication de frites surgelées et usines de production de chips, agriculteurs, restaurant, hotel……
• Age ? (adultes, personnes âgées, adolescents, parents…)	Toute tranche confondue
• Lieu ? (Où vivent-ils, où travaillent-ils, à proximité ou éloigné).	Région Oust d'Algérie Spécialement Tlemcen
• Niveau de revenu ? (élevé, moyen ou bas)	Elevé
• Décrire les circonstances qui entourent l'achat du produit (achat impulsif, achat régulier…)	Achat Régulier
• Taille future du marché ? (le nombre de clients va-t-il augmenter, diminuer ou rester stable).	Augmenter
• Pourquoi les clients ont-ils besoin de ce produit ou service ?	C'est produit essentiel
• Qualité exigée par les clients ? (Taille, Couleur, Prix, Particularités).	Prix

Tableau n°07 : profil de la clientèle potentielle

d) Etude sur les fournisseurs :

Les fournisseurs de pomme de terre de la wilaya de Tlemcen son essentiellement les agriculteurs, qui se localise sur les plaines de Maghnia, Remchi, Hennaya, les bassins de Beni Ouarsous.

Leurs principalement rôle c'est de produire la pomme de terre mais ils ont des difficultés pour commercialisé leurs production, c'est pour cela que B.N.M va profiter de cette faille pour conquérir le maximum de gan.

3. Plan Marketing de BNM :

A. Le Plan Marketing Produit :

BNM prévoit un conditionnent de trois genres de produit qui sont caractériser comme suit :

Caractéristiques	Pomme de terre petite calibre	Pomme de terre moyen calibre	Pomme de terre gros calibre
la qualité du produit	Laver, trier et calibrer		
Couleur	Peaux blanche ou rouge		
Taille	30-40 mm	40-60 mm	+60mm
Emballage	Filet de 5-10 Kg	Filet de 5-10-15Kg	Filet de 5-10- 15kg
Autres caractéristiques	Utilisé généralement pour des salades ou pomme de terre sauté…	Utilisé généralement pour la purée et divers plats	Utilisé généralement pour les frittes

Tableau n°08 : Le Plan Marketing Produit

B. Plan Marketing Prix :

Caractéristiques	Pomme de terre petite calibre	Pomme de terre moyen calibre	Pomme de terre gros calibre
Prix pratiqué par la concurrence	Les concurrents vendent la pomme de terre tout calibre confondu et sans la traiter pour le prix de 35-50 Da ce prix varie selon les saisons		
Coût d'achat moyen	BNM achète la pomme de terre tout calibre confondue sans traitement au prix moyens de 25 Da qui varie selon les saisons		
Prix pratiqué par BNM	25-30 DA	35-40 DA	40-45 DA
Justification du prix	BNM reste concurrentielle au niveau du prix malgré qu'elle va apporter des transformations au niveau du produit (Lavage, triage, calibrage, ensachage, transport) car elle gagne en quantité vendu.		
Combien les clients sont-ils disposés à payer ?	C'est calibres n'existe pas chez les concurrents alors que BNM offre un large choix, qualité supérieure, pour le même prix que ses concurrents.		
Remise accordée	La remise se fait selon la commande		
Justification de la remise	Si la commande est importante, le client bénéficiera de remise 2% du montant global		

Tableau n°09 : Plan Marketing Prix

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

C. Plan Marketing Place :

a) Emplacement de votre entreprise :

Décrivez l'emplacement prévu pour l'entreprise :

B.N.M prévoit l'acquisition d'un terrais à Abou TACHFINE Tlemcen pour une superficie 1200 $M^{2.}$

Bâtiment : superficie nécessaire :

- Bâti = 200 M^2.
- Non bâti = 1000 M^2

Cet emplacement est choisi pour les raisons suivantes :

Cette emplacement a était choisi a cause de sa proximité du marché de gros de Abou TACHFINE Tlemcen pour facilité la distribution.

b) Méthode de distribution :

L'entreprise vendra aux :

- Particuliers.
- Grossistes
- Détaillants

D. Plan Marketing Promotion :

Dans un premier temps BNM cherche une publicité très fiable pour faire connaitre son produit mais aussi la moins cher pour réduire les couts aux maximums, alors elle va éviter la communication média qui est très couteuse (télé, radio, presse, cinéma, internet, affichage….)

Mais elle va opter plutôt a faire de la publicité gratuite comme créer un site internet soi-même, qu'elle va référencer correctement ou alors crée des pages sur des réseaux sociaux.

Sinon, il y a aussi les cartes laissées chez les commerçants du secteur, ou même distribuer des prospectus par soi-même dans les boites aux lettres mais leurs rendement et peu fiable.

Par contre les annonces sont certainement les plus efficaces surtout pour une communication pas chère, mais les relations presses pourraient éventuellement attirer pas mal de client.

Enfin, comme l'activité de BNM est originale, elle va essayer de décrocher un article dans le journal local.

- **Section 3 : les moyens de financement.**

1. Financement d'entreprise :

La création d'une entreprise exige en plus d'une idée de départ, d'avoir à disposition des moyens afin de concrétiser le projet, des moyens humains mais également un minimum de moyens financiers...[49]

A- Définition du financement :

Le financement est l'opération qui consiste à obtenir des ressources monétaires nécessaires à la réalisation d'un projet « Lever des fonds » le financement permet notamment :

Pour les particuliers : achats ou construction immobilière et autres besoins privés d'investissement ou de consommation.

Pour les entreprises et les professionnels création ou achat d'entreprises, investissement productif ou commercial, besoin d'exploitation (financement des fonds de roulement).

Pour les autres collectivités et institutions : dépenses de fonctionnement et d'investissement de collectivité publique d'un organisme social, ou d'une association ou fondation privée à but non lucratif (culturel, humanitaire…).

B- Source de financement :

Les principales sources de financement sont :

- L'épargne et les revenus et plus values de placements (pour les particuliers).
- Les fonds propres (fonds apportés par les investisseurs) et l'autofinancement (pour l'entreprise).
- Le crédit (fonds d'emprunt)
- Les aides publiques pour certains types d'investissement.
- Accessoirement le don, l'héritage etc…

[49]- Gérard VALIN, financement d'entreprise, édition CERAM, France, 2005, page 34-35.

RapportGratuit.com

Pour les entreprises, les financements classique » par autofinancement fonds propre ou emprunts ses sont complexifiés avec l'apparition des produits hybrides comme les obligations convertibles et l'apparition de la titrisation.

C- Les types de financement :

✓ **Financement interne** : « capacité de financement de l'entreprise »

Par autofinancement ; une entreprise s'autofinance lorsqu'elle utilise ses propres ressources pour investir.

Sa capacité d'autofinancement dépend donc essentiellement de :

- Son bénéfice net mis en réserve
- L'amortissement de son matériel
- Ses provisions

✓ **Financement externe :** « Besoin de financement de l'entreprise »

Ce qui détermine les besoins zen capitaux des entreprises :

- L'anticipation d'une demande effective.
- La constitution de l »'appareil productif.
- Les achats de consommations intermédiaires.
- Le taux d'utilisation de l'appareil productif.
- Les profits puisqu'ils permettent l'autofinancement.
- Le taux d'intérêt des emprunts.
- La structure financière de l'entreprise ; évaluation de la part de l'endettement par rapport aux fonds propres.

2. Les différents moyens de financement en Algérie :

Afin d'encourager davantage la création d'entreprise, l'État algérien a récemment introduit de nouvelles mesures relatives à la promotion de l'emploi, ces mesures s'exprime principalement par trois familles de mesures phares :

A. Les dispositifs d'aide à la création d'entreprise et régimes d'incitation à l'investissement : [50]

a) ANGEM :

Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, développe un dispositif (le micro crédit) visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge en créant leur propre activité.

Le Micro Crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier.

Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.

Le crédit « achat de matière première » :
Le dispositif prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au micro crédit) du montant d'achat de la matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100 000 DA.

Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements » :
Le coût maximum de l'investissement est fixé à 1 million de dinars.
Le montage financier proposé par le dispositif prévoit la formule suivante :

- ✓ Apport personnel : 1% du coût global du projet;
- ✓ ANGEM : 29% du coût global à travers prêt non rémunéré

[50]- Décret présidentiel n° 11-133 du 22 mars 2011 relatif au dispositif du micro crédit. Décret exécutif n°11-134 du 22 mars 2011 modifiant et complétant le décret exécutif n° 04 -15 du 22 Janvier 2004 fixant les conditions et le niveau d'aide accordée aux bénéficiaires du micro crédit

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- ✓ Banque : 70% du coût global (Intérêts bonifiés).

L'Agence est représentée par un réseau de 49 Coordinations de Wilayas appuyées par des cellules d'accompagnement mises en place pour accueillir, informer et aider les candidats au micro crédit à concrétiser leur projet.

b) <u>ANSEJ</u> :

Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes, institution publique créée en 1996 chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprise

Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprise.

Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création de lancement et d'extension de l'entreprise.
Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 Millions de dinars. Il est construit principalement autour des mesures d'aide suivantes :

• Assistance et encadrement personnalisés du jeune promoteur en matière de maturation du projet et d'élaboration du Business Plan.

• Aides financières :

- ✓ Prêt Non Rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet;
- ✓ Bonification des intérêts bancaires.

• Assistance à l'obtention du financement bancaire (70% du coût global du projet) à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comite de sélection et validation et de financement des projets CSVFP et la garantie des crédits assurée par le fonds de caution mutuelle
Risques/crédits jeunes.

• Le dispositif propose deux formules de financement :

- ✓ Mixte : Apport personnel +Financement ANSEJ

- ✓ Triangulaire : Apport personnel+ Financement ANSEJ+ Financement bancaire selon la formule suivante :

  - ➢ Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet;
  - ➢ ANSEJ : 28 à 29% du goût global du projet, Prêt non rémunéré (PNR);
  - ➢ Banque : 70% du coût global du projet.

• Avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation);

• coaching e t formation à l a gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise.

L'ANSEJ est présente à travers tout le pays à traves un réseau d'antennes dont les coordonnées sont données en annexe.

c) <u>CNAC :</u>

La caisse nationale d'assurance chômage. Prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservé aux chômeurs promoteurs de 30 -50 ans, ayant perdu leur emploi pour des raisons économiques et inscris à l'ANEM depuis au moins 1 mois.

Le coût maximum de l'investissement est fixé à 10 millions de dinars. Les services assurés aux promoteurs par le dispositif intègrent, à la fois,

• L'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de Business Plan.

• Aides financières :

  - ✓ Prêt non rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet.
  - ✓ Bonification des intérêts bancaires.

• Assistance à l'obtention du financement bancaire (70% du coût global du projet) à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comite de sélection et validation et de financement des projets et la garantie des crédits par

le fonds de caution mutuelle Risques/crédits investissements chômeurs promoteurs 30-50 ans.

• Les investissements à réaliser dans ce cadre reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC à travers le montage suivant:

- ✓ Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet.
- ✓ Financement CNAC : 28 à 29% du coût global du projet (Non rémunéré).
- ✓ Financement bancaire : 70% (intérêts bonifiés).

• Avantages fiscaux (exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation);

• Coaching et formation à la gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise;

• Validation des Acquis Professionnels (V.A.P). C'est une mesure mise en œuvre en partenariat avec le Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnel, elle vise à évaluer et à valoriser l'expérience professionnelle des futurs promoteurs en situation d'absence de justificatif de qualification (certificat de qualification, diplôme ou certificat de travail). Cette opération est prise en charge financièrement par la CNAC.

d) L'ANDI :

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale.

Deux régimes d'avantages sont prévus :

• Le régime général s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones à développer;

• Le régime dérogatoire s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat.

L'ANDI est présente dans toutes les wilayas du pays à travers les « guichets uniques décentralisés» dont les coordonnées sont données en annexes.

Le guichet unique décentralisé est une structure qui regroupe les représentants locaux de l'ANDI et les organisations et administrations concernées par l'acte d'investissement (Registre de commerce, impôts, douanes, foncier …). Le guichet unique a pour vocation d'être l'interlocuteur unique du promoteur dans l'esprit d'alléger et de faciliter les formalités et procédures administratives relatives au projet d'investissement.

B. Laide à l'accès aux financements bancaires :

Plusieurs problématiques se posent, en matière de financement de projets de création d'entreprise. Parmi celles-ci, la faiblesse accusée en matière de fonds propres, l'absence ou l'insuffisance, dans certains cas, de garanties à présenter à la banque par les promoteurs.

Des dispositifs de garantie des crédits bancaires d'investissement sont mis en place par les pouvoirs publics pour pallier à ces difficultés dont essentiellement.

a) Le fonds de garantie mutuelle des micros crédits :

Le fonds a pour objet de garantir les microcrédits accordés par les banques et établissements financiers adhérents au fonds, aux bénéficiaires ayant obtenu la notification des aides de l'agence nationale de gestion du microcrédit, l'ANGEM.

b) Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits jeunes promoteurs :

Le Fonds a été créé pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs ANSEJ.
La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1er rang et au profit de l'ANSEJ au 2ème rang;

- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque;

- Le montant de la cotisation au Fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé (0,35%) du montant du crédit accordé.

c) <u>Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/crédits des investissements des chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans</u>:

Le fonds a été créé pour conforter davantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs CNAC.
La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1er rang et au profit de CNAC au 2ème rang;
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.

Le montant de la cotisation au Fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accord, (0,35%) du montant du crédit accordé.

d) <u>Le FGAR :</u>

Le Fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR), est une institution publique, conçue pour faciliter l'accès des PME aux financements bancaires lors du lancement de projets de création ou d'extension d'activité, en accordant des garanties de crédits aux banques, à l'effet de compléter le montage financier des projets.
La garantie FGAR vient en complément des garanties réelles exigées par la banque auprès de ses clients pour la mobilisation des crédits octroyés.
Cette garantie comble l'insuffisance des garanties immobilières et nantissement des équipements et dans certains cas les remplacent.

Il est destiné aux investissements hors dispositifs (ANGEM, ANSEJ ,CNAC) de création et d'extension d'activité de PME telle que définie par la loi d'orientation du 12 décembre 2001

Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions DA et le montant maximal est de 50 millions DA. Le montant maximal de 50 millions DA désigne la garantie accordée et non le coût du projet. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par le FGAR. L a garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la Banque.

e) <u>CGCI :</u>

La caisse de garantie du crédit d'investissement est une institution publique mise en place pour soutenir la création et le développement de la PME en lui facilitant l'accès au crédit.

La CGCI-Pme a pour vocation de couvrir les risques attachés aux crédits d'investissement consentis aux Pme. Elle couvre les risques d'insolvabilité, encourus par les banques, sur les crédits consentis aux Pme et complète les autres dispositifs d'aide au financement bancaire de la Pme constitués par le FGAR et le Fonds de Caution mutuelle. La limite de la garantie est plafonnée à 250 Millions de DA pour un montant maximum du crédit de 350 millions de DA. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par la CGCI. La garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la Banque.

f) <u>Les sociétés de capital investissement :</u>

Le capital investissement est une technique de financement par des prises de participations minoritaires et temporaires dans le capital D'une société. Il prend plusieurs formes dont :

- Le capital risque pour financer la création d'entreprise;
- Le capital développement destiné au financement du développement de l'entreprise.

L'intervention de la société de capital investissement permet de renforcer les fonds propres de la société financée et, par la même, améliorer les capacités d'endettement auprès des banques".

L'autre avantage du capital investissement pour un jeune promoteur est celui d'être associé à un partenaire financier apportant également une expertise et des compétences managériales.
L'intervention de la société de capital investissement se fait "sans prise de garanties réelles ou personnelles" et, de ce fait, "elle partage les pertes et les profits à concurrence de sa participation".

La loi en Algérie, fixe à la société de capital investissement un taux maximal de participation de 49% au capital de la société et une durée de participation qui varie entre 5 et 7ans.

Six sociétés de capital-risque sont opérationnelles ou en cours de constitution. Ce sont toutes des filiales des banques publiques ; *BADR, BNA, BEA, BAD, BDL et CPA.*

La procédure que les porteurs de projets doivent suivre pour bénéficier d'un financement est la même qu'il s'agisse de création d'une entreprise, d'une extension d'activité ou de rachat d'une société. Les promoteurs peuvent faire appel à une de ces sociétés d'investissement pour une prise de participation dans le capital de l'entreprise à créer. Ils peuvent trouver les orientations et informations précises dans ce sens au niveau des agences des banques publiques de leurs lieux de résidence.

C. Les structures d'appui et d'animation économique locale :

a) Les Pépinières d'entreprise :

La pépinière d'entreprise, dénommée également incubateur est une structure publique d'appui, d'accueil, d'accompagnement et de soutien aux promoteurs de projets, mise en place par le ministère de la PME.
L'assistance apportée aux promoteurs consistent essentiellement à :

• Héberger à durée déterminée les porteurs de projets et offrir les services suivants :

- ✓ Des bureaux ou locaux à durée déterminée;
- ✓ Un mobilier bureautique et matériel informatique;
- ✓ Documentation, Moyens de communication et de reprographie, Réseau internet, Fax téléphone, photocopie et tirage;

• Accompagner les promoteurs de projets dans toutes les démarches auprès :

- ✓ Des institutions financières;
- ✓ Des fonds d'aide et de soutien;
- ✓ Wilayas, communes et autres organismes en rapport avec leur projets.

• Offrir les conseils personnalisés au plan financier, juridique, fiscal, Commercial et technique;

• Organiser toute forme d'animation, d'assistance, de formation spécifique et de suivi des porteurs de projets jusqu'à maturation et création de leur entreprise;
04 Pépinières sont aujourd'hui opérationnelles, elles activent au niveau des villes suivantes : Oran, Annaba, Ghardaïa et Bordj Bouariridj. Leurs coordonnées sont données en annexe.

b) <u>Les centres de facilitation</u> :

Le centre de facilitation est une institution publique créée par le ministère de la PME pour accompagner les porteurs de projets dans les phases de création, de démarrage et de développement de leurs entreprises.

L'assistance qu'il offre aux promoteurs consiste en :

- Information et Orientation vers les dispositifs les plus adéquats eus égard au profil du promoteur, nature du projet, et niveaux de financement exigés (ANGEM, ANSEJ, CNAC ou ANDI);

- Accompagnement dans la réalisation des démarches administratives : Aider les promoteurs à surmonter les obstacles et les difficultés

Rapport-Gratuit.com

rencontrées lors des formalités administratives et entretenir ainsi leur motivation.

- Conseil, coaching et formation en management d'entreprise, pour faire acquérir aux promoteurs non expérimentés les fondamentaux de la bonne gestion d'entreprise et optimiser ainsi leur chance de succès.

10 Centres de facilitation sont aujourd'hui opérationnels au niveau de Tamanrasset, Adrar, Bordj Bou Arreridj, Illizi, Tipaza, Oran,
Jijel, Djelfa, Tindouf, Naama.

3. Le moyen de financement adapté à B.N.M :

Après avoir étudie tout ces dispositifs d'aide à la création d'entreprise, BNM prévoit d'être financier par Le dispositif de soutien à la création de micro-entreprises pour les jeunes (ANSEJ) car elle remplier les conditions suivantes :

- ✓ Le cout prévisionnel du projet BNM ne dépasse pas 10 Millions de dinars
- ✓ BNM a Mobilisé un apport personnel pour le financement du projet.
- ✓ BNM prévoit au moins trois (03) emplois permanents lorsque l'investissement génère.
- ✓ La gérante de BNM est âgée entre 19 et 35 ans, sans emplois et elle a des qualifications professionnelles sur l'activité envisagée.

A. Les dossiers à fournir pour accéder au dispositif ANSEJ : [51]

a) Volet administratif :

- Un extrait de l'acte de naissance n°13 portant le numéro d'acte de naissance;
- Une copie de la Carte Nationale d'Identité ou un (01) certificat de nationalité;
- Une copie légalisée de la pièce justificative de la qualification (Diplôme, certificat de travail….);
- Une (01) fiche de résidence;

[51]- www.ansej.org.dz.

- Une (01) photo.

b) Volet financier :

- Une facture proforma des équipements (en hors taxes);
- Une facture proforma d'assurances tous risques des équipements en TTC;
- Un devis d'aménagement des locaux (en hors taxes), s'il y a lieu.

c) Dossier à fournir pour vérifier votre situation vis-à-vis de la (CNAS et CASNOS)

- Deux extraits de naissance n°13 portant le numéro d'acte de naissance;
- Un extrait de rôles.

B. Les Avantages accordés à BNM par le dispositif ANSEJ : [52]

➢ **Avantage financier :**

- Prêts non rémunérés : 28 à 29% du coût global du projet selon le coût global du projet;

- Bonification des taux d'intérêts bancaires : 60 à 80% du taux débiteur appliqué par les banques selon les secteurs d'activité.

➢ **Avantages fiscaux :**

a) Phase création :

- Achat des équipements et services en hors taxe;

[52]- Information communiqué par le bureau d'accueille ANSEJ –Tlemcen-

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- Application de taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les équipements importés;

- Exonération du droit de mutation à titre onéreux sur les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de la création de l'activité

b) Phase exploitation :

Exonération totale sur 3 ans (6ans pour les zones spécifiques) de:

- L'Impôt sur le Revenu Global ou l'impôt sur les Bénéfices des Sociétés (IRG ou IBS)
- La Taxe sur l'Activité Professionnelle (TAP) ;
- Lorsque la micro entreprise crée au moins trois emplois à durée indéterminée, la période d'exonération est prolongée de deux ans;
- Exonération de la caution de bonne exécution lorsque la micro-entreprise intervient dans la restauration des biens culturels;
- Exonération de la taxe foncière sur les constructions et additions de construction servant à l'activité que vous exercez.

➢ **Avantage d'aide et accompagnement:**

- Accueil, information et orientation au niveau des agences ANSEJ présentes dans toutes les wilayas du pays;

- Encadrement du jeune promoteur dans la phase de montage du projet et de la réalisation des études relatives à son projet Cet encadrement est assuré par des accompagnateurs animateurs;

- Structuration et Elaboration du Business Plan ou de l'étude technico économique;

- Préparation et Encadrement du jeune promoteur pour le passage devant **le** Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets (CSVF), en vue de l'obtention du financement du projet par la banque;

- Prise en charge de la démarche d'obtention de garantie du crédit bancaire à travers le fonds de cautions mutuelles Risques/crédit jeunes;

- Formation du jeune entrepreneur à la gestion de l'entreprise et suivi de son installation effective;

- Coaching des promoteurs dans la phase post création et aides à l'extension d'activité.

C. Les modalités de financement adapté à BNM: [53]

Le financement triangulaire :

C'est une formule dans laquelle notre apport personnel est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ et par un crédit bancaire.

- Niveau 2 : le montant d'investissement de 5.000.001 DA à 10.000.000 DA

Apport personnel	Crédit sans intérêt (ANSEJ)	Crédit bancaire
2%	28%	70%

Tableau n°10 : les modalités de financement adapté à BNM

Les étapes juridiques du financement triangulaire :

1. Retrait de l'accord bancaire
2. Dépôt de l'accord à l'antenne de l'ANSEJ
3. Création juridique de la micro entreprise (Registre de commerce personne physique ou statuts et registre de commerce personne morale (quand il s'agit de société d'un ou plusieurs associés)
4. Ouverture d'un compte commercial au niveau de la banque
5. Versement de l'Apport personnel au compte commercial ouvert

La garantie du crédit bancaire dans le cadre du dispositif ANSEJ :

[53]- op-cite : Information communiqué par le bureau d'accueille ANSEJ –Tlemcen-

Le Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs a été créé pour conforter les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre du dispositif ANSEJ.

La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- **Le nantissement des équipements** et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1er rang et au profit de l'ANSEJ au 2ème rang;

- **L'assurance multirisque** subrogée au profit de la banque.

Le promoteur adhère au Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs après la notification de l'accord bancaire. Son adhésion est un préalable au financement de son projet.

Le montant de la cotisation au Fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé et de sa durée.

Le promoteur procède au versement de la cotisation en une seule fois au compte local du Fonds de Caution Mutuelle de Garantie Risques/Crédits Jeunes Promoteurs. La cotisation est de 0,35% du montant du crédit accordé par la banque

Conclusion

A travers notre étude de marché mondiale et local de pomme de terre, nous avons constaté que la consommation de ce produit augmente progressivement.

Ceci a permet à BNM d'être motiver pour la création d'une station de conditionnement de la pomme de terre. Ce nouveau processus de conditionnement nous permet de gagner une part dans le marché local (Tlemcen).

Et particulièrement avec l'existence des dispositifs d'aide à l'accompagnent d'entreprises (ANSEJ, ANDI, ANGEM,…) mis par état algérien qui nous facilite la création de cette entreprise.

Pour déterminer la rentabilité de ce projet, il est nécessaire d'établir un business plan c'est se que nous allons présenter dans le chapitre prochain.

Chapitre 3 : Business Plan

Introduction

Le plan d'affaires (Business Plan) n'est pas seulement un dossier à l'intention d'éventuels investisseurs il est aussi de première importance pour l'entrepreneur lui-même. Sa préparation est en effet l'occasion pour lui de bien réfléchir à tous les aspects de son entreprise, d'envisager les conséquences de différents axes de marketing, d'évaluer plusieurs stratégies financières et opérationnelles, de se fixer des objectifs et de déterminer les ressources humaines, physiques et financières nécessaires pour les atteindre.

Ce 3éme chapitre va nous permettre de présenter l'entreprise BNM, d'établir l'étude technico-économique, puis mettre en place un plan d'action. A fin de déterminer les points forts et les points faibles de BNM

- **Section 1 : présentation de BNM :**

4. **Présentation et objectif :**

- **Nom et prénom/ raison social** : EURL B.N.M.
- **Signification du logo B.N.M** : **B**rahim, **N**awel, **M**edjdoub.
- **Nature juridique** : Privée.
- **Nature de l'activité** : Conditionnement de pomme de terre.
- **Adresse du siège social** : Abou TACHFINE Tlemcen.
- **Date de création** : 2014.
- **Nombre d'employée** : 11.

A. Description de l'entreprise :

Implantée au cœur de Tlemcen, à la commune **D'Abou TACHEFINE**, l'entreprise BNM est **spécialisée dans le processus de conditionnement de pommes de terre, destiner au marché de consommations, ce processus consiste à acheter la pomme de terre tout calibre confondue et apporter des transformations et obtenir au final des pommes de terre laver ou brosser, trier, calibrer en 3 model au choix a savoir (petit, moyen et gros).**

B. L'objectif du projet :

Le consommateur algérien est de plus en plus exigeant sur la qualité, une réalité dont notre société doit en tenir compte.

C'est pour cela que BNM envisage à :

- améliorer les conditions de vente de la pomme de terre,
- minimiser les pertes,
- contrôler chaque phase du processus de conditionnement,
- éviter toutes chutes ou chocs
- Donner un large choix au consommateur avec un meilleur rapport qualité-prix.

C. Localisation du projet :

B.N.M prévoit l'acquisition d'un terrais à proximité du marché du gros à Abou TACHFINE Tlemcen pour une superficie d'environ 1200 $M^{2.}$

5. **Matériels d'exploitation et personnels :**

A. Matériel d'exploitation :

Il y'a deux types de matériel d'exploitation nécessaire à la conduite de ce projet qui sont :

a) Matériels de production :

- Polisseuse.
- Calibreur.
- Tapis pour triage manuel.
- Ensacheuse et peseuse.

b) Matériels de manutention :

- Chariot élévateur.
- Transpalettes.

B. Divers matériels et immobiliers :

- Bureaux.
- Chaises.
- Lot fourniture divers.
- Micro ordinateur.
- Imprimante.
- Appareil fax.

C. Emballage :

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- Caisses Palox (1m20 *1m20*0,7m).
- Caisses pastiques.

D. Equipement de transport :

- Camion (en location).
- Véhicule commercial (voir Annexe 02 page 97)

E. Personnels :

Nous estimons les besoins du projet en matière de main d'œuvre 11 personnes répartis comme suit :

Personnels par catégorie	nombres	Leurs Fonctions
• Technicien	01	Maintenances des machines
• Magasinier	01	Gérer le stock
• Ouvrier	07	✓ pour l'alimentation des machines. ✓ pour le triage. ✓ Pour calibrage. ✓ pour l'emballage. ✓ Chargement et déchargement des produits et autres….
• Agent de sécurité	02	✓ En permanence

Tableau n°11 : répartitions des personnels

Rapport-Gratuit.com

6. Part de marché :

A. Prévision de la consommation du marché de la pomme de terre en 2014 :

La consommation du marché de la pomme de terre s'élève à 1 232 470 quintaux en 2013, on prévoit une augmentation de consommation 7% durant l'année 2014 soit : **1 318 743quintaux**.[54] Soit 100% du marché.

B. Capacité de production de B.N.M :

BNM a prévu une capacité de production durent l'année 2014 calculé comme suit :

- 200 quintaux /jours.
- Nombre de jours ouvrable : 234j/an.
- Production annuel : **46 800 quintaux/an**. Soit 3,55 % du marché.

C. Prévision de vente des concurrents :

La part des concurrents est estimé de : **1 271 943 quintaux/an**. Soit 96,45 % du marché.

[54]- op-cite : Direction des services agricoles de la wilaya de Tlemcen (services O.P.T)

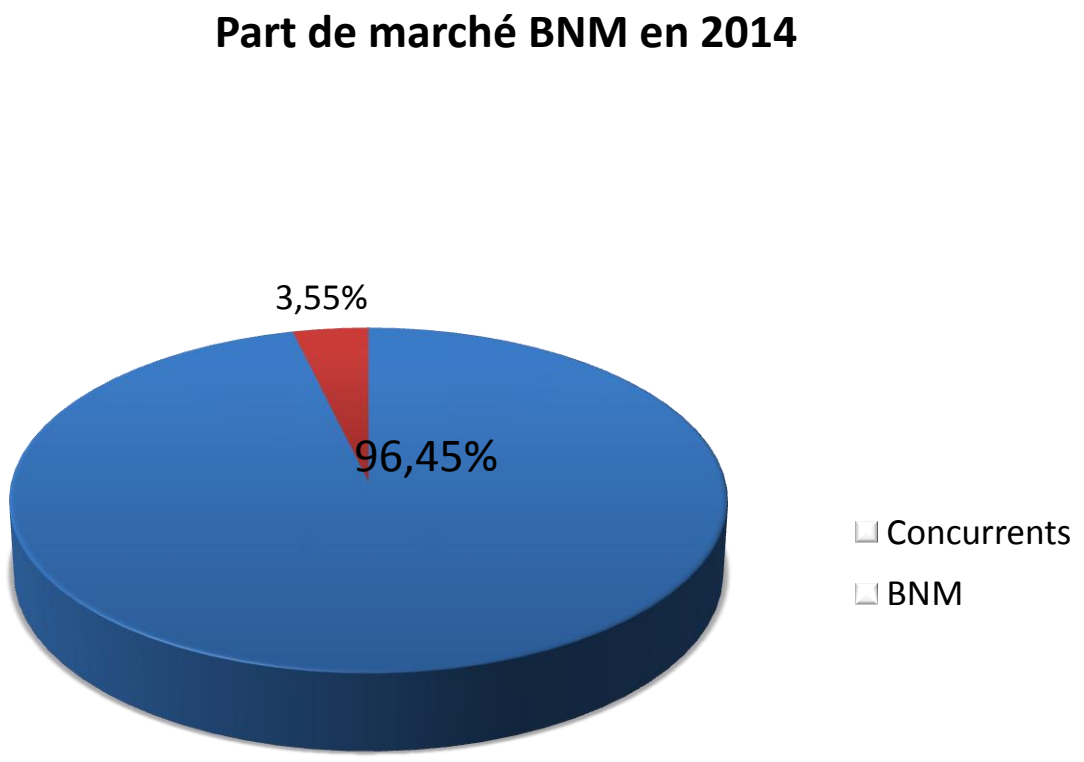


Schéma n°4 : Part de marché BNM par rapport aux concurrents (Tlemcen)

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- **Section 2 : Elément de l'étude technico-économique :** [55]

4. **Evaluation des investissements et Structure de Financement :**

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Sécurité Sociale
وزارة العمل و التشغيل والضمان الاجتماعي

الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب
ANSEJ

PLAN D'AFFAIRES PHASE CREATION

DATE D'ETABLISSEMENT DU PLAN D'AFFAIRES	29/04/2014	DATE DE DEPOT DU DOSSIER	10/04/2014		
ANTENNE DE :	TLEMCEN	ANNEXE DE:	TLEMCEN		
N° DOSSIER (sieje3)	19352	NOMENCLATURE	CNRC	CODE	0
INTITULE DU PROJET :	CONDITIONNEMENT DE POMME DE TERRE				
FORME JURIDIQUE:	PERSONNE PHYSIQUE	NOM/RAISON SOCIALE	BNM		
SECTEUR D'ACTIVITE :	0				
SECTEUR PRIORITAIRE	NON	ZONE PRIORITAIRE	NON	TYPE DE FINANCEMENT	TRIANGULAIRE

[55]- étude technico-économique établie par ANSEJ –Tlemcen-

A. Evaluation des investissements :

(en DA)

Rubrique	Coût	Coût TOTAL
Frais préliminaires	151 579,09	151 579,09
Cotisation fonds de garantie	133 079,09	0,00
Assurances	13 500,00	0,00
Autres frais	5 000,00	0,00
Equipements de production	1 457 800,00	1 457 800,00
Equipements locaux	1 457 800,00	0,00
Equipements importés	0,00	0,00
Cheptel	0,00	0,00
Matériels roulants	57 070,00	57 070,00
Aménagements	36 000,00	36 000,00
Outillages	0,00	0,00
Mobilier de bureau	4 020,00	4 020,00
Matériels informatiques	5 450,00	5 450,00
Droit de douanes et taxes	0,00	0,00
Autres impôts et taxes	114 660,00	114 660,00
Frais d'installation	0,00	0,00
Frais de transport	0,00	0,00
Montage et essais	0,00	0,00
Fonds de roulement	7 020 000,00	7 020 000,00
Autres1	0,00	0,00
Autres2	0,00	0,00
TOTAL	**8 846 579,09**	**8 846 579,09**

Tableau n°12 : Evaluation des investissements

B. DETERMINATION DU FONDS DE ROULEMENT :

Le fonds de roulement doit couvrir les frais d'exploitation pour une période qui varie selon la nature de l'activité.

7 020 000 **DA.**

C. Structure de Financement:

Rubrique	Taux Particip	Montant
Apport personnel	2%	176 931,58
Numéraires		176 931,58
Nature		0,00
PNR Classique	28%	2 477 042,14
PNR LO		0,00
PNR VA		0,00
Crédit Bancaire	70%	6 192 605,36
TOTAL	**100%**	8 846 579,09

Tableau n°13 : Structure de Financement

D. Tableau d'amortissement du crédit Bancaire:

Montant du crédit	6 192 605,36
Durée du crédit	8,00
Taux d'intérêt bancaire	7%
Taux de bonification	60%
Taux d'intérêt réel	2,80%

Rubrique	EX1	EX2	EX3	EX4	EX5	EX6	EX7	EX8
Principal	0,00	0,00	0,00	1 273 199,66	1 273 199,66	1 273 199,66	1 273 199,66	1 273 199,66
Reste à rembourser (en cours)	6 192 605,36	6 365 998,31	6 365 998,31	6 365 998,31	5 092 798,65	3 819 598,99	2 546 399,33	1 273 199,66
Intérêt Bancaire	0,00	445 619,88	445 619,88	445 619,88	356 495,91	267 371,93	178 247,95	89 123,98
Intérêt Bancaire bonifié à payer	0,00	178 247,95	178 247,95	178 247,95	142 598,36	106 948,77	71 299,18	35 649,59
Cotisation au FG	21 674,12	22 280,99	22 280,99	22 280,99	17 824,80	13 368,60	8 912,40	4 456,20
Cotisation à verser	133 079,09							

5. Etude financière :

A. Chiffre d'affaire prévisionnel :

Nombre de jour /mois 22 **nombre de mois** 11

Exemple : Prévision d'un chiffre d'affaires de 4.500 DA/jour avec une évolution annuelle de 10%
En considérant une moyenne d'activité de (6 jours X 48 semaines) soit 288 jours / an.

	Nombre Jours/an	CA / Jours	Montant:	
Ventes marchandises	242	0	0,00	
Production vendue	242	35000	8 470 000	
prestations fournies	242	0	0,00	
Chiffre d'affaires			8 470 000	

a) Prévisions des chiffres d'affaires sur 8 ans :

Rubriques	EX1	EX2	EX3	EX4	EX5	EX6	EX7	EX8
Ventes marchandises	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Production vendue	8 470 000	9 317 000	10 248 700	11 273 570	12 400 927	13 641 019,7	15 005 121,67	16 505 633,84
prestations fournies	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Chiffre d'affaires	8 470 000	9 317 000	10 248 700	11 273 570	12 400 927	13 641 019,7	15 005 121,67	16 505 633,84
Evolution	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	

b) Services :

	EX1	EX2	EX3	EX4	EX5	EX6	EX7	EX8
SERVICES	1 050 000	1 092 000	1 135 680	1 181 107,2	1 228 351,49	1 277 485,55	1 328 584,97	1 381 728,37
Transport	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*	*0,00*
Loyers et charges locatives	*600 000*	*624 000*	*648 960*	*674 918,40*	*701 915,14*	*729 991,74*	*759 191,41*	*789 559,07*
Entretien et réparation	300 000	312 000	324 480,00	337 459,20	350 957,57	364 995,87	379 595,71	394 779,53
Autres services	*150 000*	*156 000*	*162 240,00*	*168 729,60*	*175 478,78*	*182 497,94*	*189 797,85*	*197 389,77*
Evolution	*4,00%*	*4,00%*	*4,00%*	*4,00%*	*4,00%*	*4,00%*	*4,00%*	*4,00%*

c) **Frais du personnel**

nombre associés	1	**salaires associés**	40 000
nombre employés	10	**salaires employés**	304 000
	11		**344 000**

	EX1	EX2	EX3	EX4	EX5	EX6	EX7	EX8
Salaires associés	**480 000**	**489 600**	**499 392,00**	**509 379,84**	**519 567,44**	**529 958,79**	**540 557,96**	**551 369,12**
Salaires employés	**4 596 480**	**4 688 409,6**	**4 782 177,79**	**4 877 821,35**	**4 975 377,77**	**5 074 885,33**	**5 176 383,04**	**5 279 910,70**
Evolution annuelle	**2,00%**	**2,00%**	**2,00%**	**2,00%**	**2,00%**	**2,00%**	**2,00%**	**2,00%**
Frais du personnel	**5 076 480**	**5 178 009,6**	**5 281 569,79**	**5 387 201,19**	**5 494 945,21**	**5 604 844,12**	**5 716 941,00**	**5 831 279,82**

d) Frais divers :

Rubriques	EX1	EX2	EX3	EX4	EX5	EX6	EX7	EX8
Assurances	**13 500**	**12 150**	**10 935,00**	**9 841,50**	**8 857,35**	**7 971,62**	**7 174,45**	**6 457,01**
Cotisation Fonds de Garantie	**21 674,12**	**22 280,99**	**22 280,99**	**22 280,99**	**17 824,80**	**13 368,60**	**8 912,40**	**4 456,20**
Autre Frais	**5 000,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
TOTAL	**40 174,12**	**34 430,99**	**33 215,99**	**32 122,49**	**26 682,15**	**21 340,21**	**16 086,85**	**10 913,21**

B. TCR prévisionnels :

(En DA)

Rubriques	EX1	EX2	EX3	EX4	EX5	EX6	EX7	EX8
Marge brute	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**

Production vendue	8 470 000,00	9 317 000,00	10 248 700,00	11 273 570,00	12 400 927,00	13 641 019,70	15 005 121,67	16 505 633,84
Prestations fournies	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Matière et fournitures consom,	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Services	1 050 000,00	1 092 000,00	1 135 680,00	1 181 107,20	1 228 351,49	1 277 485,55	1 328 584,97	1 381 728,37
Transport	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Loyers charges locatives	600 000,00	624 000,00	648 960,00	674 918,40	701 915,14	729 991,74	759 191,41	789 559,07
Entretien et réparation	300 000,00	312 000,00	324 480,00	337 459,20	350 957,57	364 995,87	379 595,71	394 779,53
Autres services	150 000,00	156 000,00	162 240,00	168 729,60	175 478,78	182 497,94	189 797,85	197 389,77
Valeur ajoutée	7 420 000,00	8 225 000,00	9 113 020,00	10 092 462,80	11 172 575,51	12 363 534,15	13 676 536,70	15 123 905,47
Frais de personnel	5 076 480,00	5 178 009,60	5 281 569,79	5 387 201,19	5 494 945,21	5 604 844,12	5 716 941,00	5 831 279,82
Frais divers	40 174,12	34 430,99	33 215,99	32 122,49	26 682,15	21 340,21	16 086,85	10 913,2
Assurances	13 500,00	12 150,00	10 935,00	9 841,50	8 857,35	7 971,62	7 174,45	6 457,0
Autres frais	26 674,12	22 280,99	22 280,99	22 280,99	17 824,80	13 368,60	8 912,40	4 456,2
Impôts et taxes	0,00	0,00	0,00	225 471,40	248 018,54	272 820,39	300 102,43	330 112,68
TAP 2%	0,00	0,00	0,00	225 471,40	248 018,54	272 820,39	300 102,43	330 112,68
Droit de douanes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Autres impôts et taxes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frais financiers	0,00	178 247,95	178 247,95	178 247,95	142 598,36	106 948,77	71 299,18	35 649,5
Amortissements	203 448,32	203 448,32	203 448,32	203 448,32	203 448,32	203 448,32	203 448,32	203 448,32
Charges d'exploitation	5 320 102,44	5 594 136,86	5 696 482,06	6 026 491,35	6 115 692,58	6 209 401,81	6 307 877,78	6 411 403,61
RBE	2 099 897,56	2 630 863,14	3 416 537,94	4 065 971,45	5 056 882,94	6 154 132,34	7 368 658,92	8 712 501,86
IRG ou IBS	0,00	0,00	0,00	772 534,58	960 807,76	1 169 285,14	1 400 045,19	1 655 375,35
R.net	2 099	2 630	3 416	3 293	4 096	4 984	5 968	7 057

d'exploitation	897,56	863,14	537,94	436,87	075,18	847,20	613,72	126,51
Cash flow net	2 303 345,88	2 834 311,45	3 619 986,26	3 496 885,19	4 299 523,50	5 188 295,51	6 172 062,04	7 260 574,82
Cash flow cumulés	2 303 345,88	5 137 657,33	8 757 643,60	12 254 528,79	16 554 052,28	21 742 347,80	27 914 409,84	35 174 984,66
Cash flow actualisés	2 152 659,70	2 475 597,39	2 954 987,10	2 667 756,97	3 065 500,83	3 699 183,00	4 400 594,94	5 176 689,50
VAN	17 746 390,34							

Rapport-Gratuit.com

6. Bilan d'ouverture et bilan prévisionnel :

A. Bilan d'ouverture :

ACTIF	MONTANT	PASSIF	MONTANT
		1- FONDS PROPRES	176 931,58
2- INVESTISSEMENT			
Frais Préliminaires	151 579,09		
Equipements de production	1 457 800,00		
Outillages	0,00		
Matériel Roulant	57 070,00		
Matériels de bureau	4 020,00		
Matériels informatiques	5 450,00		
Aménagement	36 000,00		
Autres	114 660,00		
3- STOCKS			
Matières et Fournit	0,00		
4- CREANCES		***5- DETTES D'INVESTISSEMENT***	
Caisse et banque	7 020 000,00	Emprunts bancaires(CMT)	6 192 605,36
Frais de la location	0,00	Autres emprunts (PNR Classique)	2 477 042,14
		Autres emprunts (PNR LO)	0,00
		Autres emprunts (PNR VA)	0,00
T O T A L	8 846 579,09	**T O T A L**	8 846 579,09

B. Bilan prévisionnel : (Voir Annexe 03 page 98)

- **Section 3 : établir le plan d'action et stratégie future :**

1. Stratégies et plans :

Dans le cas de BNM avant d'établir le plan d'action, il est d'abord essentiel de connaitre les stratégies posées qui se présentent comme suit :

A. Stratégie Achat et installation d'équipement d'exploitation :

BNM importera les équipements de production de l'étranger, dans un délai maximum de 3 mois.

L'installation se ferra par des techniciens du fournisseur dans un délai de15 jours après réception des machines.

Et ce qui concerne les matériels de manutention, emballages, fournitures bureaux, BNM opte pour des produits locaux.

B. Stratégie d'approvisionnement :

Nos besoin d'approvisionnement en pomme de terre est de 220 quintaux jours, notre stratégie est de :

- Acheter directement de chez les agriculteurs.
- Négocier le prix au moindre cout possible.
- Construire un réseau d'achat auprès des producteurs.

C. Stratégie ressources humaines :

BNM a pour objectif d'assurer la meilleure adéquation possible entre les ressources humaines et la réalisation optimale des objectifs, plaçant ainsi les collaborateurs et le client au cœur de l'entreprise.

La politique de Ressources Humaines de BNM s'articule autour de 5 objectifs principaux :

- créer un dialogue social permanent et riche entre salariés, managers, ressources humaines et direction,
- valoriser la cohésion et l'esprit d'équipe entre individus,

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

- favoriser la mobilité interne, la flexibilité et la rapidité d'adaptation aux changements,
- développer les compétences et l'expertise de chacun afin de favoriser le développement individuel, ainsi que la performance de l'entreprise et la satisfaction optimale de nos clients,
- améliorer sans cesse la qualité des conditions de travail et de sécurité des salariés par des investissements matériels importants, des actions de formation et une implication de chacun au quotidien.

D. Stratégie de commercialisation :

Notre stratégie de commercialisation cible le marché de consommations qui sont :

- Marché de Gros,

- Aux particuliers : tels que super marché, superettes, les restaurants, les hôtels……

- Les Usines tels que :

  - l'usine de fabrication de fécules,
  - usines de fabrication de mousselines,
  - usines de fabrication de pommes de terre pré cuites,
  - usines de fabrication de frites surgelées,
  - usines de production de chips,

2. Etablir le plan d'action :

Cette section expose en détail les mesures que BNM prévoit de prendre à l'avenir, au cours des trois à quatre prochaines années.

Mesure	Echéance
1- Faire connaitre BNM a TLEMCEN	Année 1 : Septembre 2014
2- participer à la Journée de la Pomme de Terre CCI DAHRA Mostaganem	Année 1 : Octobre 2014
3- faire connaitre BNM au l'ouest d'Algérie	Année 1 : Novembre 2014
4- Conclure des accords avec trois (3) grands grossistes à l'ouest d'Algérie	Année 1 : Décembre 2014
5- Diversifications des produits: BNM envisagera de conditionner les oignons.	Année 2 : JUIN 2015
6- Instaurer les normes ISO 9000 et informer nos clients	Année 3 : mars 2016
7- Conclure un accord de distribution et négociations à exportation vers l'étranger	Année 4 : juin 2017

Tableau n°14 : Etablir le plan d'action.

3. Détermination des points forts et des points faibles de BNM :

A. Détermination des points forts de BNM:

Ce qui rend B.N.M unique c'est qu'elle est parmi les premières entreprises de conditionnement de pomme de terre en Algérie.

Mis à part ce critère, BNM a d'autres avantages qui sont :

- ✓ Meilleure valorisation de la pomme de terre.
- ✓ Apporter des techniques (marketing, management, comptabilité…) dans le secteur de la pomme de terre.
- ✓ L'acquisition des normes ISO 9000.
- ✓ Stabilités des prix et compétitivité par rapport aux concurrents.
- ✓ Respect de l'environnement.
- ✓ Participation à la régulation du marché de la pomme de terre.
- ✓ Possibilité d'exporter nos produits a l'étranger.

B. Détermination des points faibles de BNM :

BNM a connu des difficultés lors de la conception de cette entreprise, permit elle :

- ✓ Le marché anarchique et archaïque domine et prend une grande place.
- ✓ L'instabilité des prix (il change selon les saisons)

Conclusion

L'élaboration du plan d'affaires doit permettre au porteur de projet de faire mûrir son projet tout en lui offrant un guide de réflexion pour l'action. Ainsi, le plan d'affaires devient un moyen de repérer les obstacles et les risques liés à sa mise en œuvre, permettant de les anticiper ou tout du moins de les contourner.

Il permet non seulement de relier la conception et la réalisation, mais aussi d'aborder la complexité de la réalité entrepreneuriale et professionnelle (prise de décisions, réseaux, recherche d'information pertinente, travail collectif et individuel, mise en place de stratégie …)

Conclusion Générale

L'étude réalisée a permis de constater que la naissance d'une entreprise résulte de la combinaison de plusieurs facteurs:

Une bonne idée, une demande sur le marché, un capital et une bonne dose d'enthousiasme et de combativité

Devenir Patron et diriger sa propre affaire se mérite et se gagne durement. C'est pour cela que ce domaine est réservé aux plus tenaces, aux plus persévérants et en ceux qui croient en leurs capacités.

Aussi, le défi qu'ont à relever les pouvoirs publics en Algérie est de créer et de consolider des conditions favorables à l'émergence de jeunes entreprises pérennes, qui doivent s'adapter à un environnement difficile et de plus en plus concurrentiel.

Dans ce sens, de nombreuses aides et structures ont été mises en place afin de guider le nouvel entrepreneur. ANSEJ, ANDI, ANGEM,… des noms inconnus il y a encore dix ans font maintenant partie du vocabulaire des créateurs de projets.

Ceci a permis d'ouvrir des portes aux entrepreneurs pour exploiter une région à économie pleine d'opportunités, encouragée un état riche (Algérie).

Si on analyse le marché de la production agricole, on trouve que le **taux de croissance** de la production de pommes de terre a même dépassé celui de nombreuses autres principales cultures vivrières, alors que ces dix dernières années, la production de pommes de terre a relativement gagné de l'importance, particulièrement en Algérie.

Dans ce contexte, BNM a crée une station de conditionnement de la pomme de terre. Ce nouveau processus de conditionnement nous permet de gagner une part dans le marché local (Tlemcen) et national.

Cependant, il existe des outils de gestion qui vont accompagner BNM dans son parcours de réflexion, de maturation de son projet, jusqu'à la concrétisation de ce dernière.

Parmi, ces outils de gestion: le plan d'affaires (ou business plan).

Par contre il y a plusieurs entraves qui ont freiné BNM lors de sa conception à savoir :

- ✓ Marché parallèle qui casse les prix.
- ✓ Incertitude concernant le marché et sa pérennité.
- ✓ Manque des statistiques précises.
- ✓ complexité et lourdeur des procédures administratives.
- ✓ Difficulté d'implantation car BNM propose un nouveau produit.

Bibliographie

I. Ouvrages en Français :

1) Barneto P., Gregorio G., Finance – manuel et applications, Dunod, 2007.

2) Berreziga Amina, La culture entrepreneuriale chez les entreprereurs Algeriens, université kasdi merbah ouargla faculte des sciences economiques, 2012.

3) C. Crutzen, C. Dehalle « cours d'économie politique », Vuibert, 2004.

4) Chronique de Alexandre Bougerol, Créer son entreprise pas à pas : les étapes pour y parvenir, l'économie demain, France, 27/08/13.

5) Ernest Roze, Histoire de la pomme de terre: traitée aux points de vue historique, biologique, pathologique, cultural et utilitaire, J. Rothschild, 1898.

6) Fayolle.A, « L'entreprenariat » ; édition Dunod, 2004.

7) Filion l-j ; Fayolle A, devenir entrepreneur des enjeux aux outils, édition village mondial 2006.

8) Julien P.-A, Marchesnay M, «économie et stratégie industrielle », édition économica, France, 1997.

9) Karim Messeghem,Sylvie Sammut, « L'entrepreneuriat », édition managent et société EMS, France, 2011.

10) P. Rachid ZAMMAR, Conférence « Initiation à l'entrepreneuriat », Université Mohammed V- Agdal Faculté des Sciences, Rabat, 2009.

11) Schumpeter J. A, "The theory of economic development"; In Oxford University Press, London, 1974.

12) VERSTRAET T. (dir), Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat », Paris : Editions Management et Société, 2000.

13) Wemekers.S et R.Thurik, Entrepreneurship in organisation, 1999.

14) Yvon PESQUEUX, Entrepreneur, entrepreneuriat (et entreprise) : de quoi s'agit-il ? CNAM, version1, France, 2011.

II. Articles, Revus et autres:

1) Enquête sur terrain faite sur le marché de gros Abou TACHFINE Tlemcen .

2) Le rédacteur du supplément « Entreprendre, la vraie vie » du n°59 d'Acteurs de l'économie Rhône-Alpes utilisein différemment les trois orthographes !

3) Global Entrepeneurship Monitor, Rapport exécutif, 2000.

4) Direction des systèmes d'information et des statistiques, ministère de l'industrie, de la PME et de la promotion de l'investissement année 2011

5) Décret présidentiel n° 11-133 du 22 mars 2011 relatif au dispositif du micro crédit. Décret exécutif n°11-134 du 22 mars 2011 modifiant et complétant le décret exécutif n° 04 -15 du 22 Janvier 2004 fixant les conditions et le niveau d'aide accordée aux bénéficiaires du micro crédit.

6) Direction des services agricoles de la wilaya de Tlemcen (services O.P.T).

7) Direction des services agricoles de la wilaya de Tlemcen (services des statistiques).

8) Chambre de commerce Tlemcen.

9) Agence national de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ)

Rapport-Gratuit.com

III. Web sites:

1) http://www.algerie-dz.com/article5413.html.
2) http://www.philadelphia.edu.jo/centers/ties_new/entrepreneurial/1_Module_Culture%20Entrepreneuriale/1_Support%20du%20Module%20Culture%20Entrepreneuriale%201.2.pdf
3) http://dspace.univouargla.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/2705/1/BERREZIGA_AMINA.pdf
4) http://www.aiadz.com/index.php/9-non-categorise/84-creer-son-entreprise-en-algerie les-formalités-et- les-aides-a-connaitre.
5) http://mouqawalati.net/the-news/504-entrepreneur-en-algerie-secrets-de-la-reussite#
6) http://www.toupie.org/Dictionnaire/Conditionnement.htm
7) http://www.agricole1.com/les-processus-de-transformation-des-pommes-de-terre
8) http://www.pommedeterre-duchemin.com/activit%C3%A9s/conditionnement/
9) http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Several_varieties_of_potatoes.png
10) http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/conjsynt183201207cult.pdf
11) http://www.cnipt-pommesdeterre.com/chiffres-cles/
12) http://www.dailymotion.com/cnipt
13) http://www.verpom.com/conditionnement.php?PHPSESSID=u96cebtu461ck06qci6ejc6rd1
14) http://www.pommedeterre-duchemin.com/qui-sommes-nous/
15) http://www.campeol.com/FR/4/l-entreprise
16) http://picardie.france3.fr/2013/01/29/terre-de-france-le-specialiste-des-legumes-conditionnes-s-implante-athies-dans-la-somme-189953.html
17) http://www.fermedumesnil.com/pommes_de_terre.htm
18) http://www.algerie-focus.com/blog/2013/07/lalgerie-depassera-38-millions-dhabitants-en-2014/
19) http://www.maghrebemergent.info/economie/algerie/item/32372-l-algerie-produit-desormais-plus-de-pomme-de-terre-que-de-cereales.html
20) http: //www.ccidahra.com/potato/Sem.%20Pomme %20de%20Terre%20%20M.%20Amrar%20ITCMI.pdf
21) www.ansej.org.dz.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES