



Bureau Boubtane Chaker
Des études économiques
Et Administrations des affaires

Plan d'Affaires

« Société Chichkhan » Unité de production du tabac en TUMBAK et MOASSEL

Promoteur : Mr Slah Lassoued

Étude préparée par :

BCCONSEILS

22 03 28 54 – 97 54 16 41
75 69 32 21



conseilsbc@gmail.com
www.conseils-bc.com



ImmBaaboura 1ère étage, Bureau N°2
KasserChelba 4170 Zarzis



Table de matières

I-Synthèse

- 1-Promoteur et associé
- 2- Projet
- 3-Implantation
- 4-Caractéristiques de la société
- 5-Production et marché
- 6- Moyen de production
- 7- cout et financement

II-Description du projet

- 1-Présentation du projet
- 2-Mission (services ,produits)
- 3-Objectifs
- 4-Apports en innovation
- 5-Facteurs clé du succès
- 6-Calendrier de réalisation

III- Le promoteur et l'équipe dirigeante

- 1-Réseau utile du projet
- 2- Equipe projet
- 3-Choix de la forme juridique

IV-Analyse stratégique du marché

- 1-Présentation du secteur
- 2-Marché potentiel
- 3-Marche cible
- 4-Analyse de l'offre et de la concurrence
- 5-Analyse SOWT et la gestion de risque

v-Stratégie de commercialisation

- 1- Stratégie de marketing

VI-Plan de production et de distribution

- 1-Processus de production –de prestation de service et immobilisations
- 2-Capacité de production
- 3-Approvisionnement
- 4-Main d'œuvre
- 5-Local –implantation
- 6-Aménagements

VII- Plan financier

- 1-Cout et financement du projet
- 2-Hypothèse de base ayant servi à l'élaboration des prévisions
- 3-Chiffre d'affaires
- 4-Dotations aux amortissements
- 5-La masse salariale annuelle
- 6-Estimation des charges d'exploitation
- 7-Seuil de rentabilité
- 8-Estimation du besoin en fonds de roulement d'exploitation
- 9-Compte de résultat prévisionnel
- 10-Ratios de rentabilités TRI et VAN
- 11-Autres ratios de rentabilité

Annexes

I. SYNTHÈSE

1. PROMOTEUR ET ASSOCIES

- **Nom ou Raison Sociale :** Société Chichkhan
- **Promoteur :** Mr Slah Lassoued
- **Qualifications :** Gérant
- **C.I.N :** 03569590
- **Adresse :** Parc d'activités économiques de Zarzis
- **Téléphone :** +216 50 825 309
- **Associés :** 2 associés

2. PROJET

- **Type :** Création
- **Nature du Projet :** Réel
- **Secteur d'activité :** Industrie du tabac
- **Régime du projet :** Totalemment exportatrice
- **Répartition et nature des Capitaux:**

Actionnaire	Montant (en DT)	Pourcentage
Mr Slah Lassoued	375 000	75%
Mr Ammar Mahjoubi	75 000	15%
Mme Tayssir Lassoued	50 000	10%
Total	500 000	100 %

- **Coût total du projet : 2 816 869 DT**

3. IMPLANTATION

- **Lieu d'Implantation :** Parc d'activités économiques de Zarzis
- **Gouvernorat :** Médenine
- **Surface des Bâtiments / Terrain :** 1700m²

4. CARACTERISTIQUES DE LA SOCIETE

- **Raison Sociale :** Société Chichkhane
- **Forme Juridique :** SARL
- **Siège Social :** Zarzis
- **Capital Social :** 500 000DT

5. PRODUCTION ET MARCHÉ

• **Produits / Services :**

-Production de tabac en TUMBAK et MOASSEL

- Gamme de produit 50 g chichkhan 20 paquets = 1 kg
- Gamme de produits 100 g chichkhan 10 paquets = 1 kg
- Gamme de produits 250 g chichkhan

• **Pourcentage de Production Destiné à l'Export :**

C'est une société totalement exportatrice vers l'étranger.

• **Possibilité du Marché :**

- Marché de la Lybie
- Marché du grand Maghreb
- Marché européen
- Marché de Moyen Orient

6. MOYENS DE PRODUCTION

• **Liste des Equipements :**

-Chaudière à vapeur à fond baigné modèle PVR 30, production de vapeur 3000 kg/h ayant les caractéristiques suivantes :

- Électropompes installées en by passe.
- Bruleur monobloc, marque d'énergie EBM 450N avec préchauffeur électrique

-Cuve de stockage fuel lourd de 30 m³, cylindrique, verticale à fond plat réalisé en tôle d'acier E 24,2 équipées d'une passerelle de service.

-Réchauffeur fuel lourd à crépine mixte vapeur et électricité de 20000 w.

-Groupe de gavage composé de :

- 2 électropompes fuel de 900 l/h ;
- 2 filtres autonettoyants fuel ;
- 4 vannes d'interception ;
- Soupape de régulation de pression.

-Poste d'adoucissement d'eau duplex, à simple colonne cylindrique vertical en fibre de verre de 500 litres de résines et vanne Magnum Pentairwater.

-Pompe doseuse, de débit réglable de 0 à 10 litres/h à 10 bars.

-Collecteur à vapeur en tube acier noir diamètre 200 et de longueur de 2 m à fond bombé menu des piquages nécessaires.

-Cheminée de diamètre 450 mm de longueur de 6 m en tôle acier noir de 4mm

-Bâche alimentaire de 3000 litres.

-Fourniture de l'installation à l'intérieure de la chaudière.

-5 citernes en inox

-2 chambres à pression

-Bois

• **Emplois Permanents à créer : 110 emplois**

7. COUT ET FINANCEMENT

Investissements		Financement	
Rubrique	Montant (DT)	Rubrique	Montant (DT)
Frais d'établissement	50 000	Capital social	500 000
Location	216 000	Compte associés	
Matériel de transport	110 000	Crédit MT	2 316 869.3
Equipements de production	724 313.1		
Matériel bureautique	29 505.7		
Immobilisation incorporelle	20 000		
Aménagements	206 900		
Divers et imprévus	27 134.4		
Fonds de roulement	1 433 016.1		
Total investissement	2 816 869.3	Total Financement	2 816 869.3

II. DESCRIPTION DU PROJET

1. PRESENTATION DU PROJET :

Le présent projet consiste à mettre en place une unité de production du tabac en TUMBAK et MOASSEL qui sera destinée totalement à l'export et sera installée au gouvernorat de Médenine dans la région de Zarzis au parc des activités économiques sur une superficie de 1700m² qui présente une meilleure opportunité pour l'installation des projets industriels ou de services et vise à améliorer le fonctionnement du marché intérieur en matière d'embauche dans la région.

Grâce à une nouvelle technologie industrielle, le projet va offrir des produits adaptés à aux besoins actuelles des clients étrangers avec des excellents articles en assurant un niveau élevé de protection de la santé des consommateurs tels que : le tabac en TUMBAK et MOASSEL, et qui seront conformes aux normes internationales requises, répondant de plus en plus aux exigences des consommateurs dont la matière sera destinée à servir principalement dans la fabrication et la commercialisation à l'export.

Afin de réussir, nous nous appuyons sur le savoir-faire d'une équipe compétente avec une main d'œuvre qualifiée dont notre volonté est d'animer la plateforme socio-économique (une région vierge en termes de projets industriels installés avec un grand potentiel pour se développer).

2. MISSION (PRODUITS, SERVICES)

L'unité vise en la transformation du tabac feuilleté en produits fabriqués entièrement ou partiellement à partir de tabac en feuilles de la qualité Java, Burley, Kentucky et Orient comme matière première et destinés à être fumés :

-Le TUMBAK : c'est un tabac pur lavé et tassé dans le fourneau

-Le MOASSEL : c'est un tabac narguilé par tabac brut, de mélasse et des parfums (aromes)

3. OBJECTIFS

-Participer au développement régional en créant d'emplois : Projet important ayant une forte valeur ajoutée à l'économie nationale (Investissement qui permet l'emploi des jeunes qualifiés).

- Améliorer le réseau d'export : création des nouveaux marchés internationaux.

- Une présence officielle sur le marché national
- S'efforcer à réduire l'introduction des tabacs illicites dans le pays

4. APPORTS EN INNOVATIONS

- Une première unité industrielle de production des produits de tabac au sud-est.
- L'unité utilise les compétences, le savoir-faire et les moyens et dispose des équipements modernes afin d'assurer la différenciation des produits sensibles avec la meilleure qualité de produits.
- Utiliser des nouvelles composantes et arômes pour diminuer les effets négatifs causés par la consommation du tabac.
- Moderniser le circuit de distribution du tabac à l'étrangers de manière à améliorer les recettes du secteur au profit du budget de l'État et d'accroître progressivement la marge bénéficiaire des vendeurs de tabac.

5. FACTEURS CLE DU SUCCES

- Animer la région et son économie en assurant l'employabilité avec la création des nouvelles offres d'emploi.

Une chance de développer l'export sur le marché de la Lybie, le marché de Maghreb, le marché européen et surtout avec la présence du port commercial de Zarzis aussi que zone franche.

- Mise en place d'un programme de formation pour protéger la santé des travailleurs dans l'unité de fabrication du tabac.
- La proximité d'infrastructures et la disponibilité d'utilités nécessaires à l'exploitation de la future unité
- Répondre aux demandes des entreprises et clients étrangers.

6. CALENDRIER DE REALISATION

	Juin2018	Juil 2018	Aout 2018	Sept2018	-- --	Dec2018	-- --	Mars 2018	Avril2018	---
Études et obtention des accords et des autorisations										
Aménagement										
Achats matériaux										
Montage										

Tableau GANTT pour la création de l'entreprise

III. LE PROMOTEUR ET L'EQUIPE DIRIGEANTE

1. RESEAU UTILE AU PROJET

- Des contacts directs avec les acheteurs établis avec les débitants de tabac ;
- Connaissance des fournisseurs de matière première à l'étranger ;
- Connaissance des partenaires du secteur de tabac (RNTA, MTK).

2. EQUIPE PROJET : 110

Agents	Nombres
Responsable	3
Technicien	5
Personnel administratif	2
Ouvrier	94
Chauffeur	2
Gardien	2
Femme de ménage	2

3. CHOIX DE LA FORME JURIDIQUE

C'est une société à responsabilité limitée SARL.

IV. ANALYSE STRATÉGIQUE DU MARCHÉ

1. PRESENTATION DU SECTEUR

En Tunisie, l'exploitation des tabacs est une activité qui a plus d'un siècle d'histoire. Elle n'a pas cessé de se développer depuis l'introduction de la culture des tabacs en Tunisie en 1830.

Le secteur du tabac occupe une place importante dans l'économie nationale qui assure directement et indirectement près de 40.000 emplois et contribue à 6% du budget de l'État (plus de 1200 millions de dinars) et contribue activement à la vie sociale en procurant un nombre important d'emploi dans les secteurs de l'agriculture, l'industrie et la distribution.

La Régie Nationale des Tabacs et des Allumettes (RNTA) et la Manufacture des Tabacs de Kairouan (MTK) constituent les deux principaux acteurs monopolisés par l'État. «S'appuyant sur une stratégie ambitieuse, une organisation performante et un développement continu, le secteur totalise 21.800 emplois directs et indirects, un chiffre d'affaires de 289.707 millions de dinars en HT en 2016 et plus de 1.623 tonnes de tabac en feuilles récoltées localement».

Avec ses 21.800 employés et qui recrutait encore et toujours en 2017, l'entreprise devrait rester, selon des chiffres du contrat de performance signé avec l'État et qu'Africain manager a consultés, déficitaire jusqu'à au moins 2020. Ceci, en raison notamment des charges d'exploitation qui explosent chaque année plus, passant de 344,551 DT en 2016 à 538,641 MDT en 2020 et des charges financières qui approcheront les 13 MDT. Si ce programme réussissait, ce qui n'est pas sûr au vu de la mauvaise gestion de ce secteur, le déficit se rétrécirait peut-être pour arriver à 7,2 MDT en 2020, mais la RNTA n'en restera pas moins déficitaire. Ledit contrat prévoyait en effet une hausse de 44 % du taux de rendement du parc industriel en 2018 et une augmentation d'au moins 5 % du rendement des employés. Ce qui, dans la conjoncture actuelle sociale notamment, est loin d'être acquit.

À l'international, la Tunisie se veut de plus en plus ouverte sur d'autres marchés. Ainsi, avec l'émergence de la mode narguilé qui s'est vu transplanté aux quatre coins du monde et s'est développé au tournant des XVI^e et XVII^e siècles au Proche-Orient, selon une évolution indépendante de celle des cafés, auxquels il a été associé par la suite. Ce mode connaît aujourd'hui un regain d'intérêt tant au Maghreb qu'au Moyen-Orient. Il s'est également introduit en Europe où l'on voit depuis peu apparaître les cafés à narguilé et le tabac aromatisé (avec plusieurs marques se consacrent à la production et la commercialisation de tabac aromatisé prévue à cet effet. Des marques comme Narguilé, Starbuzz, Haze, Flamenco, Tabou, Al Rayan, Soex, Al Fakher, Delta ou Privileg produisent d'innombrables saveurs pour satisfaire le plaisir des palais les plus exigeants)qui sont à la mode ou nombreux sont les

endroits qui offrent à leurs clients un espace dédié au narguilé dont le narguilé n'est pas seulement consommé dans la vie sociale, de plus en plus de gens le consomment chez eux.

C'est dans ce cadre que notre projet est né pour prendre part de cette évolution en exportant un nouveau produit qui est en forte demande et assurer la participation privé au développement de la région et du pays.

2. MARCHÉ POTENTIEL

- Le marché de la Lybie,
- Le marché de grand Maghreb,
- Le marché européen
- Le marché de Moyen-Orient

3. MARCHÉ CIBLE

- Les magasins de distribution et les points de vente du tabac
- Les kiosques
- Les cafés restaurants
- Les hôtels
- Les aéroports et free-shop
- Les clubs et espaces chicha

4. ANALYSE DE L'OFFRE ET DE LA CONCURRENCE

	Forces	Faiblesses
Concurrent I : Le RNTA et le MTK	<ul style="list-style-type: none"> -Deux sociétés étatiques et les seuls monopoles du secteur du tabac en Tunisie -Fabrication, importation, distribution et commercialisation de toute sorte de produits reliés au secteur du tabac -Présence d'une stratégie de marketing, recherche et développement très fort 	<ul style="list-style-type: none"> -Manque de notoriété avec le secteur privé
Concurrent II : Société ChARK du tabac	<ul style="list-style-type: none"> -Ancien dans le domaine de fabrication de Moassel noir et aromatisé -Occupe une part importante du marché nord-africain -Utiliser les nouvelles technologies pour la fabrication et la distribution 	
Concurrent III : La Société Arabe pour Produits de Tabacs «SAPT» : Cheikh El Balad	<ul style="list-style-type: none"> -Société non résidente totalement exportatrice - Production de plusieurs marques de tabacs tombac Moassel pour narguilé dont la marque la plus répandue Moassel Cheikh El Balad -Leader en Tunisie dans le domaine de Moassel -Produit ses marques déposées a partir d'une large gamme de tabacs de premier choix et de renommée internationale -La seule société qui utilise la matière première « miel de canne de sucre » vu que son cout est trop élevée 	<ul style="list-style-type: none"> -Une marque qui ne circule pas sur le marché local

<p>Concurrent V :</p> <p>Société Al FAKHER</p>	<p>-C'est une marque internationale déposée dans le monde depuis 1999</p> <p>-Forte présence sur le marché tunisien</p> <p>-Monopolise le secteur du tabac par la différenciation de produit de bonne qualité</p>	<p>-Absence d'un distributeur direct sur le territoire tunisien</p>
--	---	---

5. ANALYSE S.W.O.T (FFOM) ET GESTION DU RISQUE

<i>Force :</i>	<i>Opportunités</i>
<p>-L'introduction de nouveaux types d'ingrédients plus légers dans la composition de tabac en TUMBAK et MOASSEL</p> <p>-Production adaptée à la demande du marché étranger</p> <p>-Une diversification de moyen de production du tabac par l'utilisation de nouvelle technologie</p> <p>-Investissement privé dans ce domaine en faible développement</p>	<p>-L'implantation dans une zone du développement régional</p> <p>-Proposer un concept innovant sur le marché régional</p>
<i>Faiblesses :</i>	<i>Menaces</i>
<p>-Manque de main d'œuvre spécialisé dans ce domaine</p>	<p>-La hausse de cout de la matière première importé.</p>

V. STRATEGIE DE COMMERCIALISATION

1. STRATEGIES DE MARKETING

Des actions faites pour mieux suivre les besoins du marché international, ce qui permet d'adapter une gamme de produits de qualité aux goûts des consommateurs et concevoir une nouvelle marque qui répond au mieux aux nouvelles tendances.

1.1-POLITIQUE DU PRODUIT / SERVICE

Sachant que la clientèle étrangère accorde beaucoup d'importance à la qualité des produits.

Nous proposerons des produits qui répondront à leurs exigences.

Un choix diversifié, moderne et de bonne qualité qui répond aux normes.

1.2-POLITIQUE DU PRIX

Les clients considèrent les prix avec une certaine importance.

Le prix sera fixé de manière à ne pas faire de perte. Donc, il sera égal voir inférieur selon les concurrents et doit être un prix raisonnable et acceptable par la clientèle.

Il y'a plusieurs manières de tarifier notre produit, dont le caractère choisi de l'offre pourra justifier le prix de vente de chaque produit.

1.3-PROMOTION

La promotion est un élément essentiel pour fournir des renseignements sur l'offre de services, sur les activités et sur les nouveautés, plutôt que convaincre la clientèle à utiliser des services et des programmes spécifiques.

C'est pour cette raison que nous avons choisi ces différents moyens promotionnels dans notre plan de publicité :

- Contact sur place et représentation directe des échantillons de produits aux clients
- Participation aux foires et salons
- Recours aux réseaux sociaux pour faire découvrir le produit à un grand nombre de clientèle
- Réalisation de supports marketing imprimés : Cartes de visite, Prospectus, brochures, Flyers

1.4-PLACE

Pour l'exportation de notre produit, une phase primordiale de notre développement à l'international réside dans le choix de notre mode de présence à l'étranger. En fonction de notre capacité (financière et humaines, de notre stratégie de développement et selon le pays cible, on sera présenté sous forme de:

-Vendeur direct de notre produit

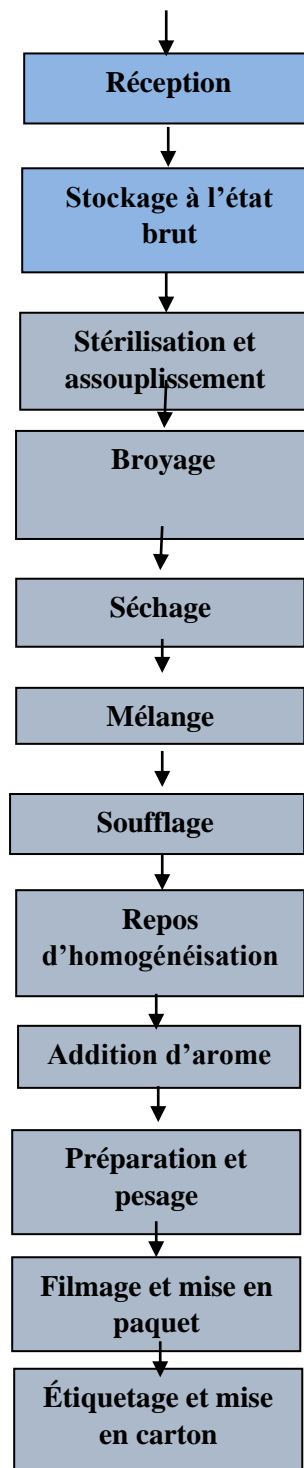
-Vendeur indirect par l'intermédiaire de :

- Un représentant qui effectue des ventes pour notre société dans un territoire donné, moyennant une commission;
- Un distributeur, qui achète nos produits en vue de les revendre;
- Un partenaire, qui assure, en association avec nous, la production, la vente, le service à la clientèle ou tout autre aspect de la commercialisation de notre produit.

VI. PLAN DE PRODUCTION ET D'ORGANISATION

1. PROCESSUS DE PRODUCTION – DE PRESTATION DE SERVICE ET IMMOBILISATIONS

Feuilles de tabac + mélasse



Processus de fabrication de produit

2. CAPACITE DE PRODUCTION :

Notre usine est capable de produire 360 tonnes/ an avec une augmentation annuelle de 10%.

Produits	Quantité en Tonne/an
Paquets 50 gr	180
Paquets 100 gr	36
Paquets 250 gr	36
Paquets 500 gr	36
Paquets 1 kg	72

3. APPROVISIONNEMENT (CETTE PARTIE CONCERNE LES ENTREPRISES MANUFACTURIERES ET COMMERCIALS)

Pour l'importation et l'acquisition des matières premières« feuilles de tabac (Java, Berly, Kentucky, Orient), mélasse, parfum, carton d'emballage » :

Matières	Origine
Feuilles de tabac	ITALIE
Mélasse	Béja Tunisie
Parfum	ITALIE
Cellophane	Tunisie
Paquet	Tunisie
Cartouche	Tunisie
Carton	Tunisie
Feuilles de tabac	Tunisie

Matières	Origine
Feuilles de tabac	35%
Mélasse	65%
Parfum	
Cellophane	
Paquet	
Cartouche	
Carton	

4. MAIN D'ŒUVRE

Nombre	Catégorie	Compétences / formations	Taches / fonction
1	Responsable commercial	Diplôme en marketing	<ul style="list-style-type: none"> -Être à l'écoute des besoins de la clientèle. -Assurer le suivi des commandes -Avoir une bonne connaissance et une totale maîtrise des produits ou services commercialisés
1	Responsable de laboratoire		<ul style="list-style-type: none"> -Évaluer la conformité et la qualité de produit avant sa mise sur le marché ou bien l'arrêt de sa production. -Superviser et gérer l'activité du laboratoire -Suivre et réaliser les essais de qualification des produits, en se basant sur un cahier de charges
1	Responsable programmation de production	Diplôme et formation en gestion de production	<ul style="list-style-type: none"> -Planifier la production avec les responsables d'atelier Superviser les services connexes à la production -Lancer les nouveaux modèles -Réagir aux commandes imprévues et aux aléas techniques -Coordonner les exigences de production et les nécessités de maintenance -Assurer les communications avec les autres services -Suivre les productions journalières par rapport aux prévisions et les réajuster

2	Responsables administratifs et financiers	<ul style="list-style-type: none"> - Diplôme licence/mastère en finance ; - Expérience en gestion administrative. 	<ul style="list-style-type: none"> -Assure la gestion administrative de l'unité -Assure la gestion comptable et financière de l'unité.
5	Technicien en électromécanique	Diplôme technicien supérieur	<ul style="list-style-type: none"> -Installation, réglage et mise à niveau du matériel. -Nettoyage, réparation ou remplacement des éléments défectueux. -Gestion de la disponibilité permanente du matériel.
94	Ouvriers	Formation secondaire Faire preuve d'endurance physique Savoir travailler en équipe, et appliquer des consignes strictes	Exécuter les tâches données
2	Chauffeurs	Exigence de permis de conduite	Transporter les produits finis aux dépôts
2	Gardiens	Sans expérience	<ul style="list-style-type: none"> -Assure la sécurité des produits, biens et meubles de l'unité. -Accueil et de contrôle d'accès, de ronde de surveillance, de contrôle du respect des consignes de sécurité du site, d'intervention de première urgence, d'alerte.
2	Femmes de ménage	Connaissance de la norme d'hygiène	Assure la propreté du local

5. LOCAL – IMPLANTATION

L'unité de fabrication du tabac sera implantée dans le parc des activités économiques dans la région de Zarzis au gouvernorat de Médenine. Il sera placé sur une surface totale de 1700m² dont la totalité sera couverte.

Ce projet sera un atout et l'un des vecteurs du développement économique et social de toute la région du Sud – Est du pays dont la zone est dotée de plusieurs avantages qui lui permettant de se distinguer, à savoir son positionnement stratégique au centre du bassin méditerranéen.

6. AMENAGEMENTS

-Le local nécessite une préparation des socles de fixation des machines aussi que la création de bloc sanitaire et le réfectoire

-Préparation d'un parc auto

-Les raccordements et les installations ainsi que la peinture

-Les travaux de montage comprennent le montage des équipements, les travaux de câblage, les travaux de tuyauterie,...

VII. PLAN FINANCIER

1. COUT ET FINANCEMENT DU PROJET

1.1 DETAIL DES INVESTISSEMENTS ET COUTS

Tableau du Coût du projet (en DT)		
Composante	Montant (DT)	Taux en %
Frais d'établissement	50 000	1.8
Location	216 000	7.66
Matériel de transport	110 000	3.9
Equipements de production	724 313.1	25.7
Matériel bureautique	29 505.7	1.05
Immobilisation incorporelle	20 000	0.71
Aménagements	206 900	7.34
Divers et imprévus	27 134.4	0.96
Fonds de roulement	1 433 016.1	50.9
Total	2 816 869.3	100%

1.2. FINANCEMENT

Tableau de la Proposition de financement (en DT)			
		Montant	Taux (%)
Capital social		500 000	17.75
Compte associés			
Emprunt LMT	Crédits	2 316 869.3	82.25
Total		2 816 869.3	100

1.3.REMBOURSEMENT ET CHARGES FINANCIERES

Tableau de remboursement et des charges financière (en DT)

Montant de l'emprunt :		2 316 869	Taux annuel en % :		10,00%	
Durée en années :		5	Date 1ère échéance (jj/mm/aa) :		01/01/2019	
Années	Dates des échéances	Capital du en début de période	Intérêts	Capital remboursé	Intérêts cumulés	Annuité
1	01/01/2019	2 316 869,30	231 686,93	463 373,86	231 686,93	695 060,79
2	01/01/2020	1 853 495,44	185 349,54	463 373,86	417 036,47	648 723,40
3	01/01/2021	1 390 121,58	139 012,16	463 373,86	556 048,63	602 386,02
4	01/01/2022	926 747,72	92 674,77	463 373,86	648 723,40	556 048,63
5	01/01/2023	463 373,86	46 337,39	463 373,86	695 060,79	509 711,25

2. HYPOTHESES DE BASE AYANT SERVI A L'ELABORATION DES PREVISIONS

Matière Première et consommable :

Pour la production d'une quantité de 360 Tonnes de tabac on a besoin de :

Quantité : 35% de tabac qui correspond à 126 Tonnes (126 000 Kg)

Coût : le prix d'un Kg de tabac est de l'ordre de 3.5 €

$$1€ = 3 DT \text{ alors } 126\ 000\ Kg * 10.5\ DT = 1\ 323\ 000\ DT$$

Quantité : 65% Divers (Feuilles de tabac, arôme, parfum, mûlasses...), 234 Tonnes (234 000 Kg).

Coût : le prix d'un Kg est 0.5 DT alors 234 000 Kg* 0.5 DT = 117 000 DT.

Production :

Notre usine est capable de produire 360 tonnes/ an avec une augmentation annuelle de 10%.

Le paquet de 500 g coute généralement 15 DT.

3. CHIFFRE D'AFFAIRES

3.1.HYPOTHESES DU TAUX D'UTILISATION DE LA CAPACITE : 100%

Taux d'utilisation de la capacité					
Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Paquets 50 g	50%	50%	50%	50%	50%
Paquets 100 g	10%	10%	10%	10%	10%
Paquets 250 g	10%	10%	10%	10%	10%
Paquets 500 g	10%	10%	10%	10%	10%
Paquets 1 kg	20%	20%	20%	20%	20%

3.2.CALCUL DE LA PRODUCTION

Calcul de production annuelle (en Tonnes)					
Production /Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Paquets 50 g	180	198	217.8	239.6	263.5
Paquets 100 g	36	39.6	43.56	47.9	52.7
Paquets 250 g	36	39.6	43.56	47.9	52.7
Paquets 500 g	36	39.6	43.56	47.9	52.7
Paquets 1 kg	72	79.2	87.12	95.8	105.4
Total	360	396	435.6	479.1	527

3.3.PREVISIONS DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Calcul du chiffre d'affaires (en DT)					
CA /Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Paquets 50 g	5 400 000	5 940 000	6 513 000	7 188 000	7 905 000
Paquets 100 g	1 080 000	1 188 000	1 306 800	1 437 000	1 581 000
Paquets 250 g	1 080 000	1 188 000	1 306 800	1 437 000	1 581 000
Paquets 500 g	1 080 000	1 188 000	1 306 800	1 437 000	1 581 000
Paquets 1 kg	2 160 000	2 376 000	2 613 600	2 874 000	3 162 000
Total	10 800 000	11 880 000	13 047 000	14 373 000	15 810 000

4. DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS

Amortissements							
Articles	Prix	Taux	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Frais d'établissement	50 000	33%	16 666.67	16 666.67	16 666.67	0	0
Matériel de transport	110 000	20%	22 000	22 000	22 000	22 000	22 000
Equipements de production	724 313.1	10%	72 431.31	72 431.31	72 431.31	72 431.31	72 431.31
Matériel bureautique	29 505.7	10%	2 950.57	2 950.57	2 950.57	2 950.57	2 950.57
Immobilisation incorporelle	20 000	33%	6 666.67	6 666.67	6 666.67	0	0
Aménagements	206 900	7.5%	14 778.57	14 778.57	14 778.57	14 778.57	14 778.57
Divers et imprévus	27 134.4	33%	9 104.37	9 104.37	9 104.37	0	0
Total annuel		-	144 598.2	144 598.2	144 598.2	112 160.4	112 160.4

5. LA MASSE SALARIALE ANNUELLE

Désignation	Nombre	Salaire mensuelle Net (en DT)	Salaire mensuelle Brut (en DT)
Responsable	3	1 500	1 998.519
Technicien	5	1 000	1 274.255
Personnel administratif	2	800	986.763
Ouvrier	94	700	843.041
Chauffeur	2	700	843.041
Gardien	2	600	699.271
Femme de ménage	2	600	699.271
Totale mensuelle	110	80 700	98 069.378
Totale annuelle	110	968 400	1 176 832.5

6. ESTIMATION DES CHARGES D'EXPLOITATION

Charges d'exploitation (en DT)						
Composante		N	N+1	N+2	N+3	N+4
Achat	Matière première et Consommable et emballage	820 000	1 804 000	1 984 400	2 182 840	2 401 124
Charges externes	-Location : 18 000 DT -Electricité : 600 - Eau : 300 -Carburant : 3000	23 400	226 800	277 200	278 400	290 400
Frais de personnel	Salaires et Charges sociales	588 416.1	1 176 832.5	1 176 832.5	1 235 674 .1	1 297 457.8
Autres charges	- Frais de télécommunication - Publicité et propagande : 5 000	6 200	7 400	8 600	10 800	11 800
Dotations aux amortissements et aux provisions		144 598.2	144 598.2	144 598.2	112 160.4	112 160.4
Total		1 582 614.3	3 359 630.7	3 591 630.7	3 819 874.5	4 112 942.2

7. Seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité (SR) est le chiffre d'affaires pour lequel l'entreprise ne réalise ni perte ni bénéfice.

1 - Frais fixes : **733 014.3 DT**

- Location	:	0 DT
- Charges de Personnel	:	588 416.1 DT
- Dotation aux amortissements	:	144 598.2 DT

2 - Frais Variables : **1 544 660.7 DT**

- Services Extérieurs	:	23 400 DT
- Autres Services Extérieurs	:	6 200DT
- Charges financières	:	695 060.76 DT
- Impôts, Taxes et Versements assimilés	:	0 DT
- Matières premières et consommables	:	820 000 DT

Chiffre d'affaire provisionnel	10 800 000 DT
Charge variable	1 544 660.7 DT
CA-CV=marge sur cout variable	9 255 339 DT
Taux de marge sur cout variable = $\frac{\text{marge sur cout variable}}{\text{Chiffre d'affaire}}$	86%
Seuil de rentabilité = $\frac{\text{charge fixe}}{\text{Taux de marge sur cout variable}}$	855 350 DT

8. ESTIMATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT D'EXPLOITATION

Les besoins en FRD : 1 433 016.1 DT

Les fonds de roulement de premiers 6 mois de démarrage sont :

- Matières premières et consommables
 - Tabac : 661 500 DT
 - Divers : 58 500 DT
- Salaire des personnels: 588 416.1 DT
- Télécommunication: 1 200 DT
- Carburant: 18 000 DT
- Electricité 3 600 DT
- Eau 1 800 DT
- Emballages 100 000 DT

9. COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL

Désignation /Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Chiffre d'affaire HT	10 800 000	11 880 000	13 047 000	14 373 000	15 810 000
Matières premières & consommables	820 000	1 804 000	1 984 400	2 182 840	2 401 124
Charges d'exploitation	29 600	234 200	285 800	289 200	302 200
Charges du personnel	588 416.1	1 176 832.5	1 176 832.5	1 235 674 .1	1 297 457.8
Dotations aux provisions et aux amortissements	144 598.2	144 598.2	144 598.2	112 160.4	112 160.4
Résultat d'exploitation	9 217 385.7	8 520 369.3	9 455 369.3	10 553 125.5	11 697 057.8
Charges financiers	695 060.8	648 723.4	602 386.02	556 048.63	509 711.25
Total impôt et taxes	0	0	0	0	999 707.7
Résultat Net	8 522 324.9	7 871 645.9	8 852 983.3	9 997 076.9	10 187 638.8
Cash-flow	8 666 923.1	8 016 244.1	8 997 581.5	10 109 237.3	10 299 799.2
Cash flow cumulée	8 666 923.1	16 683 167.2	25 680 748.7	35 789 986	46 089 785.2

10. RATIOS DE RENTABILITE TRI ET VAN :

10.1. Valeur actuelle nette (VAN) :

C'est un indicateur financier qui permet d'orienter la prise de décision pour un investissement.

Il représente l'enrichissement additionnel d'un investissement par rapport à un placement de référence qui sert d'objectif minimum à atteindre.

$$VAN = -I_0 + [CF_{net} / (1+i)^1] + [CF_{net} / (1+i)^2] + [CF_{net} / (1+i)^3] + [CF_{net} / (1+i)^4] + [CF_{net} / (1+i)^5]$$

Avec:

$$I_0 = 2\,816\,869.3 \text{ DT}$$

i_0 = le cout de capital = 10%

$$VAN = 31\,747\,273.02 \text{ DT} > 0$$

- Le projet est rentable puisqu'il dégage une valeur actuelle nette positive, c'est à dire que la valeur des flux d'entrée (encaissements) est supérieure à la valeur des flux de sortie (décaissements).

$$IR = 1 + VAN / I_0$$

$$IR = 1 + (31\,747\,273.02 / 2\,816\,869.3)$$

$$IR = 12.3 > 1$$

- Pour qu'un projet d'investissement soit rentable, il faut que son indice de rentabilité soit supérieur à 1, donc notre projet d'investissement est rentable.

10.2. Taux de rentabilité interne (TRI) :

Cette méthode consiste à déterminer le taux de rentabilité permettant d'égaliser la somme des recettes nettes futures actualisées avec les dépenses d'investissements dégagées : c'est à dire une valeur actuelle nette du projet nulle (VAN=0)

$$-I_0 + CF_1 \cdot (1+t)^{-1} + CF_2 \cdot (1+t)^{-2} + CF_3 \cdot (1+t)^{-3} + CF_4 \cdot (1+t)^{-4} + CF_5 \cdot (1+t)^{-5} = 0$$

TRI = t donc

TRI = 67.4%

Le taux de rentabilité est largement supérieur au cout du capital.

11. AUTRES RATIOS DE RENTABILITE :

*** DELAI DE RECUPERATION DU CAPITAL INVESTI**

Le délai de récupération permet d'appréhender le délai nécessaire à la récupération du capital investi en le comparant aux flux cumulés de trésorerie. Le délai de récupération est aussi la période de temps avant que la somme actualisée des bénéfices prévisionnels n'atteigne la capitalisation boursière de l'entreprise. Il permet dans ce cas de mesurer la cherté relative d'une action.

DRCI : 3 mois et 9 jours.

