**WEST AFRICA COMPETITIVITENESS PROGRAMME (WACOMP)**

**PROGRAMME DE COMPETITIVITE DE L’AFRIQUE DE L’OUEST (PCAO)**

**VOLET GUINEE :**

***Relance de la Filière Ananas (REFILA)***



***APPEL A PROJET POUR LA SELECTION DE 21 PRODUCTEURS DE REJETS D’ANANAS***

**Abdoul Karim DIALLO *Expert National en Technologies-Finances***

Mai 2022

1. **Contexte et Justification :**

Le projet de Relance de la Filière Ananas (REFILA) est le volet national pour la République de Guinée, du Programme de Compétitivité de l’Afrique de l’Ouest (PCAO) financé par l’Union Européenne dans le cadre du Programme Indicatif Régional (PIR) 2014–2020 pour l’Afrique de l’Ouest (11ème FED). Ses objectifs spécifiques sont : (OS1) Améliorer la performance de la filière « Ananas » en Guinée et favoriser sa croissance, en stimulant sa contribution à l’industrie, au commerce régional, à l’exportation et à la création d’emplois ; (OS2) Améliorer le climat des affaires en Guinée, notamment grâce à l’intégration des politiques régionales en faveur de la compétitivité dans les politiques nationales.

Une des activité phare du projet REFILA est de favoriser la mise à disposition du matériel végétal à très grande quantité aux producteurs du fruit d’ananas pour influer sur la commercialisation et l’exportation.

C’est dans ce cadre que le projet REFILA compte identifier vingt-un producteurs de rejet dans le bassin de Forécariah et de Kindia pour bénéficier d’un accompagnement dans l’achat des intrants et du matériel végétal de qualité avec la microfinance Jatropha SA.

Pour rendre effectif le mécanisme de financement des acteurs, REFILA a initié une mission de sélection des producteurs de matériels végétaux afin de rendre les souches disponibles à grande échelle.

1. **Objectifs**

Globalement, l’identification consistera à sélectionner 21 producteurs de rejet qui doivent suivre un processus de professionnalisation dans le but de leur accompagner à travers un mécanisme financier de revolving disponible auprès de Jatropha SA.

De façon spécifique, il s’agira de sélectionner :

1. Forécariah : 7 producteurs
2. Kindia : 11 producteurs
3. Kissidougou : 1
4. Dubréka : 2
5. **Résultats**

Il est attendu à la fin de cette mission :

1. Un rapport de présélection
2. Un rapport de fin de mission
3. Un procès de validation de sélection de 21 producteurs de rejet
4. **Approche méthodologique**

Pour atteindre les objectifs et les résultats attendus de cette mission, toute la démarche méthodologique sera fonction des orientations définies de commun accord avec les partenaires (MAE[[1]](#footnote-1), MCIPME[[2]](#footnote-2), FEPAF-BG[[3]](#footnote-3), UGPAM[[4]](#footnote-4), IRAE-K[[5]](#footnote-5)) de mise en œuvre lors de la phase préparatoire avant le terrain. Toutefois, le succès de cette mission repose sur une démarche fortement participative.

Ainsi, avant le démarrage de la mission de sélection, des échanges seront organisés avec tous les acteurs pendant la phase préparatoire. Ces échanges ont pour objectifs de faire un recadrage précis de la mission (harmonisation des points de vue), à partir des éléments des résultats de référence, des aspects méthodologiques proposés par REFILA afin de s’assurer que toutes les dispositions devant garantir le succès de la mission sont prises.

La démarche méthodologique est détaillée ci-dessous en fonction des étapes ci-dessous :

**Etape 1 : Réunion de cadrage de la mission d’identification :**

Au cours de cette réunion qui sera tenue dans les locaux de l’ONUDI, les Experts de REFILA présenteront la méthodologie et les outils de collecte des informations. Ainsi, tous participants pourront apporter des observations afin que les résultats qui proviendront de la mission d’identification soient acceptés de tous.

N.B : Cette rencontre tenue dans les locaux de l’ONUDI sera assorti d’un procès-verbal signé et validé par la FEPAF-BG et le MCIPME.

**Etape 2 : Information des bénéficiaires.**

A la suite d’un avis d’information qui sera rédigé à cet effet, il sera demandé aux participants de la réunion de cadrage de le diffuser auprès des potentiels bénéficiaires de cet accompagnement à travers les canaux d’information dans leurs départements. Au-delà des canaux de diffusion de cet avis, le projet à son tour utilisera d’autres canaux comme l’affichage des avis dans les mairies, les DPAE, les DPCIPME et des spots dans les radios rurales des préfectures concernées.

Il sera également demandé aux potentiels candidats, de retourner la fiche d’identification dûment remplie(annexe1) à l’adresse de l’Expert National en Technologies-Finances tout en mettant en copie les points focaux du MAE et celui du MCIPME.

**Etape 3 : Traitement des données**

Une équipe technique composée des points focaux du MAE, du MCIPME, de la FEPAF-BG, l’UGPAM et les Experts de REFILA analysera des informations recueillies après réception des fiches d’identification. Au terme de cette analyse une liste de quarante-deux producteurs de rejets sera fournie pour cette phase de présélection.

**Etape 4 : Mission de terrain**

A la suite de l’étape3, une mission de quatre jours sera organisée pour visiter les producteurs de matériel végétal dans leurs différents champs afin de s’assurer de leur présence effective.

**Etape 5 : Validation de la liste**

A cette étape, les différentes listes seront validées par les élus locaux de chaque commune rurale ou urbaine. Cette validation de la liste des 21 pépiniéristes sera la fin de cette activité.

**Etape 6 : Rédaction du rapport de la mission :**

A cette étape, l’équipe rédigera un rapport de fin de mission qui sera présentée devant un panel technique composé du Représentant Pays de l’ONUDI, des points focaux, le Président de la FEPAF-BG, le Président de l’UGPAM et les Experts de REFILA.

Cette dernière étape, sera assorti d’un procès-verbal signé par les points focaux et la FEPAF-BG.

1. **Critère d’éligibilité**

Les dossiers de candidature sont évalués selon les critères suivants (sans ordre de priorité) :

* Disposer d’un business plan
* Avoir une entreprise formalisée ou en phase de formalisation ;
* Etre d’une des cohortes de Jeunes avenirs ;
* Etre affilié à la FEPAF-BG ou à l’UGPAM ;
* Avoir un champ opérationnel d’une superficie entre 0,5 à 1 hectare ;
* Producteurs de rejet d’ananas biologique ;
* Avoir sa pépinière à Kindia ou à Forécariah ;
* Nombre d’emplois directs et indirects crées ;
* Nombre de femmes membres de l’entreprise productrice de rejet.

La participation féminine est vivement encouragée.

1. **Candidature :**

Toutes les candidatures doivent être envoyées sur [A.DIALLO4@unido.org](mailto:A.DIALLO4@UNIDO.ORG) en mettant en copie : [hkaamon@yahoo.fr](mailto:hkaamon@yahoo.fr) et [agroguinee2010@gmail.com](mailto:agroguinee2010@gmail.com)

Date limite : 23 mai 2022 à 17h30

1. **Annexes**

**Annexe 1 :** Fiche d’identification

**Introduction**

Le projet de la Relance de la Filière de l’Ananas (REFILA) est financé par l’Union Européenne et mis en œuvre par l’Organisation des Nations-Unies pour le Développement Industriel (ONUDI).

Ce projet REFILA est le volet national pour la République de Guinée, du Programme de Compétitivité de l’Afrique de l’Ouest (PCAO).

Une des activités du projet REFILA consiste à accompagner des producteurs de matériels végétaux pour rendre disponible une plus influer sur la production, la transformation, la commercialisation et l’exportation de l’ananas.

Les informations recueillies seront confidentielles et utilisées uniquement dans le contexte du projet.

1. **Identification**

|  |
| --- |
| **IDENTIFICATION** |
| Nom du groupement/Entreprise/Individu :……………………………………………………………...  Responsable : …………………………………………………………………………………….……………………  Age :………Sexe :………………… Etat matrimonial : ……………………………………….……………....  Préfecture:……….………………………… Commune : ……………………………….……………………..…  Quartier : ……………………………..…………Secteur………………………………..…………….……………  Diplôme obtenu :………………………….........................................................................................................  Téléphone : …………………………………………E-mail…………………………………..………………........ |

1. Votre structure est-elle formalisée ?................................……………………………………………
2. Vous êtes au nombre combien ? ……………………………………………………….……….............

Quel est le nombre de femmes ? :……………........................................................................................

1. Nombre d’emplois direct crée :……………....Nombre d’emplois indirect………...…..……
2. Quantité de rejets produits par hectare : ………………………………………………..…………..
3. A quel vendez-vous un rejet ?...........................................................................................................
4. Disposez-vous un projet de production de rejet………………………………..…………………
5. Surface en hectare utilisée dans la production de rejet ?………………………………………
6. Enumérez quelles difficultés rencontrées dans la production de rejet :……………………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….
7. Avez-vous par le passé sollicité des prêts dans une banque ou une microfinance

Oui |\_\_| Non |\_\_|

Si Non, pourquoi ?.................................................................................................................................................

1. Avez-vous un plan d’affaires/compte d’exploitation

Oui |\_\_| Non |\_\_|

1. Est-ce que votre production de rejet peut vous permettre de prendre de prêt et de le rembourser ?

Oui |\_\_| Non |\_\_|

Si Non, pourquoi ?..................................................................................................................................................

Votre structure est-elle affiliée

FEPAF-BG |\_\_| UGPAM |\_\_|

Je vous remercie

**Annexe2 :** Canevas plan d’affaires

**Relance de la filière d’ananas (REFILA)**

**en Guinée**

**PLAN D’AFFAIRES STANDARD**

**Production des rejets d’ananas**

**Logo ou photo du champ**

**Conakry, mai 2022**

**SOMMAIRE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **N°** | **Titre** | **Page** |
| I | Contexte |  |
| II | Résumé du projet |  |
| III | Informations générales sur le projet et le promoteur |  |
| IV | Analyse du marché et de l’environnement |  |
| V | Choix stratégiques |  |
| VI | Planification opérationnelle |  |

1. **CONTEXTE**

Le projet de Relance de la Filière Ananas (REFILA) est le volet national pour la République de Guinée, du Programme de Compétitivité de l’Afrique de l’Ouest (PCAO) financé par l’Union Européenne dans le cadre du Programme Indicatif Régional (PIR) 2014–2020 pour l’Afrique de l’Ouest (11ème FED). Ses objectifs spécifiques sont : (OS1) Améliorer la performance de la filière « Ananas » en Guinée et favoriser sa croissance, en stimulant sa contribution à l’industrie, au commerce régional, à l’exportation et à la création d’emplois ; (OS2) Améliorer le climat des affaires en Guinée, notamment grâce à l’intégration des politiques régionales en faveur de la compétitivité dans les politiques nationales.

Ce programme est financé par l’Union européenne et mise en œuvre par l’Organisation des Nations-Unies pour le Développement Industriel (ONUDI).

Une des activité phare du projet REFILA est de favoriser la mise à disposition du matériel végétal à très grande quantité aux producteurs du fruit d’ananas pour influer sur la commercialisation et l’exportation.

C’est dans ce cadre que le projet REFILA compte sélectionner vingt-un producteurs de rejet dans le bassin de Forécariah et de Kindia pour bénéficier d’un accompagnement dans l’achat des intrants et du matériel végétal de qualité.

C’est dans ce cadre également, un appel à projet est lancé pour permettre à tous les producteurs de rejets de postuler.

**II – RESUME DU PROJET**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage de remplissage**: Cette partie résumé le projet. **Le résumé ne doit pas** dépasser une page. Il doit contenir les principales informations suivantes : i) objectifs, ii) produits et clientèle, iii) principales ressources, iv localisation, cout de mise en œuvre , nombre emploi crées) |

**A titre d’exemple**

|  |
| --- |
| **2-1. Contexte et historique** |
| **2.2. Objectifs** |
| **2.3. Produits et clientèle** |
| **2.4. Principales ressources** |
| **2.5. Localisation** |
| **2.6. Nombre d’emplois crées** |
| **2.7. Couts** |

**III – INFORMATIONS GENERALES SUR LE PROJET ET LE PROMOTEUR**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : cette partie traite des informations relatives : i) au projet, ii) au promoteur et iii) à l’entreprise |

**3.1 Le projet**

|  |
| --- |
| **3.1.1 Description et historique du projet** |
|  |
| **3.1.2 Objectifs du projet** |
| **3.1.3 Vision (le rêve du promoteur)** |
|  |
| **3.1.4 – Mission (ce qu’il faut faire pour réaliser le rêve, cibles,** |
|  |
| **3.1.5- Localisation du projet** |
|  |
| **3.1.6 - Coût et nombre emplois créés** |
|  |

**3.2 – Le promoteur**

|  |
| --- |
| **3.2.1 – Nom et coordonnées** |
|  |
| **3.2.2 –Profil (formations reçues, stages pratiques…)** |
|  |
| **3.2.3 – bilan personnel avec expérience antérieures et actuelles (valoriser les réussites, faire part des échecs également)** |
|  |

**3.3 – L’entreprise**

|  |
| --- |
| **3.3.1 – Forme juridique** |
|  |
| **3.3.2 – Structuration et personnel** |
|  |
| **3.3.3 – Partenaires (techniques et financiers)** |
|  |

**IV – ANALYSE DU MARCHE ET DE L’ENVIRONNEMENT**

**4.1 – Analyse du marché**

|  |
| --- |
| Guide de remplissage : cette partie consiste à : i) analyser la demande et définir ses caractéristiques, ii) analyser l’offre et la concurrence |

**4.1.1 – Analyse de la demande**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage :** Qui achète mon produit ? Liste des personnes ou entreprises. Où sont-ils localisés ? Quel est leur nombre approximatif ? Quelle quantité demandée par jour ? Quelles sont leurs exigences ? Faites ressortir si vous avez eu des contacts avec certains d’entre eux et mentionner s’il y a eu des promesses d’achat.  NB : Ici il s’agit de tous les clients qui peuvent acheter vos produits ou services. Il ne s’agit pas seulement des clients que vous visez qui vont apparaître dans la part marché où vous vous positionnement sur les clients que vous comptez toucher. |

**A titre d’exemple**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Segments de clients** | **Localisation** | **Nombre** | **Variété d’ananas demandé** | **Quantité demandée** | **attentes spécifiques** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**4.1.2 – Analyse de l’offre et de la concurrence**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage :** Bien cibler vos concurrents c’est-à-dire ceux qui offrent le même produit. Pour chaque concurrent faites ressortir les produits, la qualité, la quantité, leurs forces et faiblesses. Si possible donnez des chiffres sur les nombres de produits livrés. |

**A titre d’exemple**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Concurrents** | **Produits** | **Quantité produite** | **Forces** | **Faiblesses** | **Observations** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**4.1.3 –Analyse de l’environnement**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage: Analyser les différents éléments de l’environnement : i)** règlementation, ii) politiques en faveur du secteur, iii) projets et autres initiatives en cours, iv) situation économique, v) environnement politique, vi) évolution du secteur même, vii) risques spécifiques, viii) risques pays, ix) production nationale, exportations, importations, x) compétences techniques disponibles dans le secteur… Analyser comment tous ces éléments vont affecter positionnement ou négativement votre projet ? |

**4.1.4 – Conclusion de l’analyse du marché et de l’environnement**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage :** cette partie permet de conclure l’analyse du marché et de l’environnement en dégageant : i) les forces et faiblesses issues de l’analyse du marché et de l’environnement et ii) les menaces et contraintes issues de l’analyse de l’environnement. Cette partie est importante car elle sert de base à la définition de la stratégique ou choix stratégiques qui vont suivre.  Quelles sont les stratégies à mettre en place pour éviter et/ou réduire les risques et menaces du projet ?  Quelles sont les stratégies à mettre en place pour renforcer les forces et les opportunités ? |

**A titre d’exemple**

|  |  |
| --- | --- |
| **FORCES** | **FAIBLESSES** |
|  |  |
| **OPPORTUNITES** | **MENACES** |
|  |  |

**V – CHOIX STRATEGIQUES**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : Découlant des conclusions de l’analyse du marché et de l’environnement, le promoteur doit opérer des choix stratégiques. Ces choix doivent donc être en cohérence avec les conclusions. Ces choix doivent être aussi réalistes. |

**A titre d’exemple**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Domaines** | **Guide de remplissage** | **Exemple** |
| 1. **Marché** | Après avoir décrit le marché potentiel dans la partie étude du marché, le promoteur devra définir le marché qu’elle cible, qu’elle va toucher durant la période du plan d’affaires (liste des clients à toucher avec leur localisation).  Après avoir ciblé le marché, il devra chiffrer les prévisions de chiffres d’affaires par type de clients sur la durée du plan d’affaires.  Il devra faire ressortir les clients déjà touchés et éventuellement ceux qui ont donné l’accord de commande. | Satisfaire à la consommation locale en disposant d’un stock permanent de rejet.  Vendre aux producteurs d’ananas des régions en répondant aux commandes des producteurs en Guinée  Fournir le matériel végétal aux producteurs des pays voisins.  Fournir du rejet aux institutions de la région. |
| 1. **Stratégie marketing** | **Stratégie-produit**  **Gammes et services Caractéristiques du produits/certification du produit, innovation,**  **Stratégie de prix**  Quelle politique de prix allez-vous appliquer pour être compétitif mais également assurer une marge garantissant votre rentabilité ?  **Stratégie de distribution**  Indiquez quel moyen vous comptez utiliser pour distribuer votre produit : grossistes, détaillants, magasins, supermarché…. Quels sont moyens de transport allez-vous utiliser ?  **Stratégie de communication et de promotion du produit**  Quels seront les moyens de communication que vous utiliserez pour faire la promotion de vos produits et de votre entreprise (radio, télévision, journaux, contacts directs, conférence B2B, référencement, CEO, réseau d’amis.). Quels sont ceux que vous allez privilégier ? | Stockage pour la revente en période de soudure**.**  A cause de la fluctuation des prix du rejet pendant la période de soudure. Le prix du matériel végétal varie de ……………, …………………….. à ………………………………./le rejet.  La stratégie de distribution du rejet sera de le convoyer par camion ou tricycle auprès des producteurs. Les stocks disponibles seront accessibles auprès des comptoirs.  La stratégie de communication du rejet sera le téléphone arabe qui consistera à informer les producteurs d’ananas de la disponibilité du stock. |
| **5-Stratégie par rapport à la concurrence** | Quelle stratégie allez-vous mettre en œuvre pour faire face à la concurrence ?  Stratégie de l’océan Blue,  Innovation, créativité apportée au produit et service. | Stratégie de production et de stockage pour la vente en période de soudure. Améliorer la qualité du produit. |
| **6-Stratégie d’autonomie financière** | Quelle stratégie allez-vous-mettre n œuvre pour être rentable et assurer la couverture de l’ensemble de vos charges ? Au bout de combien de temps ? Décrivez votre modèle économique ? | Dépôt des recettes de la vente sur un compte dans une micro finance.  Le modèle économique de production et de commercialisation du matériel végétal est basé sur l’économie de l’ananas en zone rurale. Ce modèle est basé sur l’environnement de la production, le stockage, la fluctuation des prix et la gestion du période de soudure. Ce modèle tient compte de la problématique des rejets, de la faiblesse de la main d’œuvre locale et la valeur ajoutée du rejet dans l’économie rurale.  Maîtrise des charges.  Economies d’échelle en amenant la production à une masse critique |

**V – PLANIFICATION OPERATIONNELLE**

**5.1 Plan des activités**

**Guide de remplissage :**

**5.1.1 Plan des ventes**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage: Définir un tableau de prévisions de ventes liées aux cycles des activités. faire une prévision mensuelle, trimestrielle, ou annuelle selon le cycle des activités.** |

**Tableau1 : tableau annuel**

**Tableau N°02 Tableau des ventes sur 3 ans**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **VENTE DE REJET** | **ACTIVITES** | **AN 1** | **AN 2** | **AN 3** |
| **JANV** |  |  |  |  |
| **FEV** |  |  | | |
| **MARS** |
| **AVRIL** |
| **MAI** |
| **JUIN** |
| **JUILLET** |
| **AOUT** |
| **SEPTEMBRE** |
| **OCTOBRE** |
| **NOVEMBRE** |  |  |  |  |
| **DECEMBRE** |

**Tableau 2 : projection des années successives.**

**5.1.2–Plan d’approvisionnement**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage : définir les intrants, autres matières premières** |

**Insérer un tableau PREVISIONS**

**A titre d’exemple**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **0,5 ha** | **Pour 1 ha** |
| **désignation** | **Quantité** |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**TABLEAU DE PREVISION SUR TROIS ANS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Désignations** | **AN-1** | | | **AN-2** | | | **AN-3** | | |
|  | QTE | P U | Montant | QTE | PU | Montant | QTE | P U | Montant |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**5.1.3 – Le plan de production**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : il s’agit de décliner le chronogramme de mise en œuvre des activités. N.B pour le riz, la période de déroulement des activités varie d’une région à une autre et en fonction des semences. |

**A titre d’exemple**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Activités** | **Période d’exécution** | **Responsables** |
| **I – Activités à réaliser avant le démarrage** | | | |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **II – Activités à réaliser après le démarrage** | | | |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**5.1.4 – Plan de suivi et de contrôle**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : le remplissage de cette partie se base sur le chronogramme des activités bien établi à l’avance. Puis à partir du chronogramme, identifier les points critiques c’est à dire des étapes bien précises qui nécessitent des suivis et contrôles et programmer ces contrôles et suivis. |

**EXEMPLE DE LA FEPAF-BG**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **ACTIVITES** | **VERIFICATIONS A FAIRE** | **PERIODE D’EXECUTION** | **RESPONSABLES** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**5.2 – Ressources humaines**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage**: cette partie traite des informations relatives aux ressources humaines qui seront utilisées dans la mise en œuvre du projet d’une part et du plan de renforcement des capacités d’autre part. |

**5.2.1 – Ressources humaines**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : cette partie consiste à détailler dans un tableau les ressources humaines qui seront utilisées dans le cadre de la mise en œuvre du projet. Seront recensés le personnel sous contrat ainsi que la main d’œuvre occasionnelle. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Titre du poste** | **Profil ou qualifications** | **Principales missions** | **Durée contrat/type de contrat** | **Statut (salarié ou main d’œuvre occasionnelle)** | **Salaire** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Total | | | | |  |

**5.2.2 INSERER l’ORGANIGRAMME DES RESSOURCES HUMAINES.**

**5.3 – Plan de renforcement des capacités**

|  |
| --- |
| Guide de remplissage : les formations concernent : i) les formations techniques liées au métier/activité et ii) les formations et appuis managériaux. Elles seront mises en œuvre à travers : i) des modules conçus et exécutés par un prestataires et ii) des coaching ou accompagnements sur le terrain |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **I – Informations générales**   * Titre du projet : \_\_ * Nom et adresse du promoteur :\_\_ * Secteur d’activités : \_\_\_ \_ Montant crédit : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ durée : \_\_ * Localisation géographique : \_\_\_ Taux d’intérêt : \_\_ % * Nombre de salariés : **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**Début remboursement : ……………. Fin remboursement : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ * Citez les postes des salariées : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_administaration-magasinier-comptable \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ * Partenaires techniques de mise en œuvre**: \_\_\_** | | | | | | | | | |
| **II – Appuis techniques (formations et appuis techniques dans le domaine de la production du matériel végétal)** | | | | | | | | | |
| **Thème** | **Objectif** | | **Contenu détaillé** | | **Bénéficiaires – donner aussi le nombre** | **Durée** | **Période exécution** | **Responsables conception module**  **Exécution modules** | **Cout détaillé et total** |
|  |  | |  | |  |  |  |  |  |
| **Sous-total appuis techniques** | | | | | | | | | GNF |
| **II – Appuis managériaux** | | | | | | | | | |
| **2.1 Savoir être** | | | | | | | | | |
|  | |  | |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.2 gestions | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **2.3 Accompagnements** | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **Sous-total appuis managériaux** | | | | | | |
| **Total général renforcement** | | | | | | |
| **Quote-part pris en charge par le promoteur** | | | | | | |
| **Montant à subventionner** | | | | | | |
| **Possibilité prise en charges certains volets par d’autres projets de ONUDI ou du Gouvernement** | | | | | | |

**5.4- Risques et moyens de les minorer**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : il s’agit d’identifier et de pondérer les principaux risques liés à l’activité et proposer des mesures concrètes pour les minimiser (risques majeurs, moyens ) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Risques** | **Niveau de risques** | **Mesures** |
|  |  |  |

**5.5 – Facteurs de succès**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : il s’agit des éléments sur lesquels le promoteur va s’appuyer pour construire la réussite de son projet. |

|  |
| --- |
| **FACTEURS DE SUCCES** |
|  |

**5.6- Projections financières**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : sont traités ici tous les éléments des projection financière : i) tableau des produits, ii) tableau des charges, iii) compte d’exploitation avec les soldes caractéristiques de gestion, iv) le plan des investissements, v) les besoins en fonds de roulement, vi) le plan de trésorerie, vii) le bilan d’ouverture et viii) le tableau de remboursement des prêts. |

**5.6.1 – Tableau des produits**

|  |
| --- |
| Guide de remplissage : Ce tableau fait ressortir les produits c’est-à-dire les recettes attendues sur la période du plan d’affaires**.** |

**Exemple de produits pour un demi – hectare ou un hectare de rejet**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Désignation** | **Quantité produite** | **Prix unitaire** | **Montant total** |
|  |  |  |  |
| Total |  |  |  |

**Chiffre d’affaires sur 3 ans**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Chiffre d’affaire** | **Pour 0,5 ha** | **Pour 1 ha** |
|  |  |  |

**5.6.2 – Les charges**

|  |
| --- |
| Guide de remplissage : ce tableau fait ressortir l’ensemble des charges prévues sur la période du plan d’affaires. Les charges doivent intégrer également les dotations aux amortissements et éventuellement des provisions pour pertes. Des commentaires doivent être insérés pour expliquer les hypothèses qui ont été utilisées pour obtenir les données chiffrées. Les charges doivent être exhaustives. La sous-estimation des charges avec pour conséquence de surestimer le résultat d’exploitation. |

**5.6.3 – Le compte d’exploitation avec solde caractéristiques de gestion**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage**: Le compte d’exploitation confronte les prévisions de recettes et dépenses et produits des niveaux intermédiaires de résultats appelés solde caractéristiques de gestion. La marge brute est pour les activités commerciales. Pour les activités de production, il n’existe pas de marge brute. On passe directement au calcul de la valeur ajoutée |

**5.6.4 – Le plan d’investissement et plan d’amortissement**

**a) le plan d’investissement**

|  |
| --- |
| **Guide remplissage :** il permet de faire ressortir les investissements prévus pour la période du plan d’affaire**.** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Libellé** | **Unités** | **P.U.** | **Quantité** | **Montant** |
|  |  |  |  |  |  |
|  | **Total** |  |  |  |  |

**b) Le plan d’amortissement**

|  |
| --- |
| Guide de remplissage : il permet de faire ressortir les amortissements pour chaque immobilisation. Il est important de mentionner le mode d’amortissement (constant ou dégressif  NB C’est le montant total des amortissements annuels qui doit figurer dans le poste dotations aux amortissements dans le compte d’exploitation. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Rubriques** | **Montant** | **Durée (en année)** | **Amortissement annuel** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **Total** |  |  |  |

**5.6.5 – Le besoin en fonds de roulement**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : il s’agit ici de dégager toutes les dépenses que doit supporter le promoteur avant la vente de ses produits. Sera déduit de ce total**,** le montant que le promoteur peut autofinancer. Le reste constitue le montant que le promoteur cherchera à faire financer. Dans les charges, il s’agit seulement des charges décaissables donc il faut exclure les amortissements. |

**Pour la production du rejet d’ananas, insérer le tableau des charges pour un demi-hectare ou un hectare en excluant les amortissements**

**5.6.6 – Le besoin en financement**

|  |
| --- |
| Guide de remplissage : ce tableau fait ressortir les besoins en financement globaux du promoteur. Ils sont constitués : i) des besoins en fonds de roulement et ii) des investissements. Les informations sont à prendre dans les totaux des deux tableaux précédents. |

**Pour un demi-hectare ou un hectare**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **N°** | **Rubrique** | **Montant** |
| 1 | Besoins en fonds de roulement |  |
| 2 | Investissements |  |
| **Total besoins financement** | |  |

**5.6.7 – Le plan de financement**

|  |
| --- |
| Guide de remplissage : ce tableau fait ressortir : i) les besoins en financement à gauche et ii) les sources de financement à droite. Les besoins en financement sont issus du tableau précédent. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Emplois** | | **RESSOURCES** | |
| **RUBRIQUES** | **MONTANT** | **RUBRIQUES** | **MONTANT** |
| Besoins en fonds de roulement |  | Apport du promoteur |  |
| Investissements |  | Autres sources financement |  |
|  |  | Emprunt bancaire/IMF |  |
| **TOTAL** |  | **TOTAL** |  |

**5.5.8 – Le plan de trésorerie**

|  |
| --- |
| Guide de remplissage : ce tableau fait ressortir sur une période définie les recettes et les dépenses à décaisser. Il permet :i) de prévoir les périodes de besoins de financement et ii) les périodes où sont enregistrées les recettes et qui permettent de prévoir le remboursement du crédit en l’adaptant au cycle de l’activité. |

**Pour un 0,5 ou 1 hectare**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Poste** | **Mois 1** | **Mois 2** | **Mois 3** | **Mois 4** | **Mois 5** | **Mois 6** | **Mois 7** | **Mois 8** | **Mois 9** | **Mois 10** | **Mois 11** | **Mois 12** |
| **Recettes** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Dépenses** |  | | |  | | | | |  | |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Total ( 2)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Solde (1)–(2)** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | |

**5.5.9 Bilan d’ouverture**

|  |
| --- |
| **Guide de remplissage** : il permet d’établir le bilan au démarrage de l’activité. Il fait ressortir d’une part les ressources et d’autre part les affectations de ces ressources. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ACTIF** | | **PASSIF** | |
| **RUBRIQUES** | **MONTANT** | **RUBRIQUES** | **MONTANT** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **TOTAL** |  | **TOTAL** |  |

1. Ministère de l’Agriculture et de Elevage [↑](#footnote-ref-1)
2. Ministère du Commerce, de l’Industrie et des PME [↑](#footnote-ref-2)
3. Fédération des Planteurs d’Ananas et Fruits de la Basse Guinée [↑](#footnote-ref-3)
4. Union des Groupements Producteurs d’Ananas de Maférinyah [↑](#footnote-ref-4)
5. Inspection Régionale de l’Agriculture de Kindia [↑](#footnote-ref-5)