**ASSOCIATION CŒUR BLEU AZUR**

***Tél :*** *+ 228 90 35 16 21 / 90 51 77 53 16 BP. 481 Lomé -TOGO*

*E-mail: [associationcba@gmail.com](mailto:associationcba@gmail.com)*

Lomé, le 22 avril 2022

# Object : Transmission Project de Développement Banque céréalière

A

Monsieur le Coordinateur International Projets de Vie

En France / Brignoles

Monsieur,

J’ai le plaisir de vous transmettre par la présente le projet de développement afin de nous aider à trouver un financement.

Il s’agit du projet de banque céréalière initié par l’association Cœur Bleu Azur qui recherche une possibilité de se prendre en charge et de travailler davantage pour sa visibilité et son autofinancement.

Je vous prie de croire, cher Président, en mes sincères sentiments dévoués.

# Pour le comité national de CBA

**Président National**

# 

# Mr PALANGA KPATCHA

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nom du promoteur : | Cœur Bleu Azur | | | | |
| Nom du projet | TOGO – CEREALE | | | | |
| Nature : | Banque céréalière | | | | |
| Lieu de réalisation | Préfecture du Golfe (HEDJRANAWOE) | | | | |
| Contraintes à lever : | La contrainte principale est l’achat des marchandises dans les fermes et le  transport de la ferme à la ville. | | | | |
| Résultat : | Les résultats attendus sont :   * L’achat, le transport et le stockage des céréales. * La mise en marché des marchandises, chaque jour. | | | | |
| Indicateurs objectivement Mesurables : | * Le remplissage du magasin (banque). * Le nombre de différentes marchandises mis sur le marché. * La quantité commercialisée chaque jour/mois/année. | | | | |
| Marché : | Agbalépédogan, Agoé assiyéyé, Hédzranawoé, Adéticopé,  Akodésséwa et autres … | | | | |
| Viabilité : | Le projet est un projet d’écoulement des produits agricoles vers les plus pauvres dans la banlieue de Lomé. C’est un projet qui vient en solution aux difficultés d’approvisionnement que nous rencontrons dans notre ville et donc toute notre association y travaille en vue de sa pérennité. | | | | |
| Bénéficiaires | Nombre de : | | | | |
| Bénéficiaires directs | Producteurs concernés | | Femmes | Jeunes |
| 12 | 3 | | 7 | 2 |
| Durée totale : | *La durée totale de notre projet est illimitée* | | | | |
| **Total des coûts du projet** | **Montant du don sollicité** | | **% du montant de don sollicité**  **(don / coût global du projet)** | | |
| **[1 568 000 CFA]** | **[1 118 000 CFA]** | | **71.30 %** | | |

# Présentation détaillée du projet

* 1. **Renseignements généraux**
     1. **Indentification du promoteur**

|  |
| --- |
| Promoteur |
| Cœur Bleu Azur  Activité principale : Association humanitaire de bien être |
| **Pièce à jointe** |
| Situation des moyens dont dispose le promoteur : nous disposons déjà d’un magasin pour le stock des marchandises et la main d’œuvre est disponible.  Budget de l’année en cours : 300 000 F CFA |
| Adresse : Lomé, quartier Hédzranawoé cel: (+228) 90351621 E-mail: [associationcba@gmail.com](mailto:associationcba@gmail.com) |

|  |  |
| --- | --- |
| Nature : | Associatif |
| Statut : | Entreprise sociale de solidarité |
| Secteur : | Agroalimentaire |

* + 1. **Identification du projet**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Titre projet / initiative : | TOGO – CEREALE | |
| Nature : | Banque Céréalière | |
| Contraintes à lever : | Deux contraintes essentielles :   * Aménagement du magasin par nous même * Constituer le stock d’ingrédients pour maîtriser le coût de nos produits. | |
| Lieu d’implantation : | Lomé, Togo HEDJRANAWOE | |
| Présentation du site du projet : | TOGO – CEREALE est situé à HEDJRANAWOE  proche de TINGUA voie qui mène vers le stade de Kégué de football de Lomé avec un atout du marché de HEDJRANAWOE.  Elle jouit d’une pluviométrie et d’un climat, assez tempéré suivant les saisons. La ville attire ainsi les touristes. Comme impact de cette situation l’on peut citer le coût de vie relativement cher dans la localité.  Tout ceci constitue des atouts pour la vente de nos produits. | |
| Couverture (régionale / nationale / Internationale) | Au départ, c’est une couverture locale pour maitriser les clients. Mais à la longue, nous allons passer à l’étape supérieure en exportant nos  produits en passant par le port autonome de Lomé. | |
| Durée : Illimitée | Début : Mars 2023 | Fin : |
| Si le crédit sollicité est acquis selon nos souhaits, notre entreprise démarrera e n 2023 | Durée illimitée,  donc elle sera continuelle |

# Parties impliqués dans la mise en œuvre

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Organismes publics : | n/c | | | |
| Etablissements financiers | Banque | | | |
| Secteur privée associatif : | Projets de Vie | | | |
| Bénéficiaires | Nombre de : | | | |
| Bénéficiaires  directs | Producteurs  concernés | Femmes | Jeunes |
| **10** | **3** | **7** | **2** |

* 1. **Objectifs et résultats attendus :**

# Cadre logique du projet

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Logique d’intervention | Indicateurs | Source de vérification | Hypothèses / risque |
| Objectif général: contribuer à la sécurité alimentaire par la mise à disposition des produits de bonne qualité. | Dans cinq ans notre production va couvrir 40 % des besoins en alimentation des produits agricoles du marché de la ville de HEDJRANAWOE | Rapport d’étude sur le niveau de la commercialisation des produits alimentaires en mettant en contribution un étudiant en fin de  cycle sur le thème. | Sauf absence de financement de ce projet |
| Objectif spécifiques :  OS 1 : installer les infrastructures pour la conduite du projet.  OS 2 : offrir de l’emploi aux jeunes. | Le magasin et autres infrastructures et matériels nécessaires à l’activité sont acquis.  11 jeunes vont travailler en permanence à la ferme dont un technicien commercial  déclaré à la CNSS | Rapport de réception élaboré par le maître d’œuvre trimestriel d’activités.  Dossier de déclaration du technicien commercial à la CNSS et les contrats de travail | Les activités seront suivies par un spécialiste du domaine.  Sauf si le Technicien quitte un jour le projet. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Produits/Résultats (extrants)  R1: Disponibilité des aliments gâtés et les déchets vendus aux éleveurs des animaux.  R2 : Réalisation d’investissement supplémentaire  R3 : La ferme est devenue un lieu de travail et  d’emploi des jeunes | Plusieurs sacs de marchandises achetés et vendus quotidiennement.  La trésorerie de la ferme montre un cash flow positif et suffisant.  Le ferme emploi permanemment 30  jeunes d’ici trois ans | Rapport trimestriel sur les activités.  Le rapport financier de la ferme.  Les contrats de travail | Sauf en période de crise.  La flambée des prix des ingrédients et  l’arrivée de nos nouveaux jeunes concurrents sur le marché.  Départ des jeunes pour avoir trouvé mieux ailleurs ou renvoi pour faute grave (vol et paresse) |

* + 1. **Tableau d’opérationnalisation des produits / résultats attendus**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Produits/ Résultats | Indicateurs | Situation de référence | | | Valeurs cibles mensuelles | | | | | | | | | | | |
| Année | Valeur  cfa | Source | Mois 1 | Mois 2 | Mois 3 | Mois 4 | Mois 5 | Mois 6 | Mois 7 | Mois 8 | Mois 9 | Mois 10 | Mois 11 | Mois 12 |
| **Vente** | 02 sacs (250 kg)  de | 1 | 0 | Rapport trimestriel | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 | 8 | 15 |
|  | chaque |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| De tous les  aliments | céréale vendu | 2 | 300 | Rapport trimestriel | 10 | 14 | 16 | 20 | 24 | 24 | 24 | 24 | 30 | 35 | 40 | 45 |
| achetés | quotidien- |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| dans la ferme | nement | 3 | 1800 | Rapport trimestriel | 10 | 14 | 16 | 20 | 24 | 24 | 24 | 24 | 30 | 35 | 40 | 45 |
|  |  | 4 | 1800 | Rapport trimestriel | 10 | 14 | 16 | 20 | 24 | 24 | 24 | 24 | 30 | 35 | 40 | 45 |
|  |  | 5 | 1800 | Rapport trimestriel | 10 | 14 | 16 | 20 | 24 | 24 | 24 | 24 | 30 | 35 | 40 | 45 |

Le résultat le plus important de ce projet est l’achat du maïs. Et le tableau de son opérationnalisation doit être tenu avec rigueur.

# Les investissements

**APPROVISIONNEMENT DES PRODUITS AGRICOLES**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **DESIGNATION** | **QUANTITE** | **PRIX UNITAIRE** | **MONTANT** |
| 1 | Maïs (bol) | 900 | 500 | 450 000 |
| 2 | Haricot blanc (bol) | 500 | 550 | 275 000 |
| 3 | Gari (bol) | 400 | 600 | 240 000 |
| 4 | Arachide | 300 | 1200 | 360 000 |
| **TOTAL** | | | | **1 325 000** |

* + 1. **Les charges transports et autres**

# CHARGES

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **DESIGNATION** | **QUANTITE** | **PRIX UNITAIRE** | **MONTANT** |
| 1 | Maïs (bol) | 15 | 5 000 | 75000 |
| 2 | Haricot blanc (bol) | 8 | 5 000 | 40000 |
| 3 | Gari (bol) | 8 | 3 500 | 28000 |
| 4 | Arachide | 8 | 5 000 | 40000 |
| 5 | Acheteurs | 2 | 20 000 | 40 000 |
| 6 | Sacs | 70 | 400 | 28 000 |
| 7 | Salaire Technicien | 1 | 50 000 | 50 000 |
|  |  |  |  |  |
| **TOTAL** | | | | **301000** |

* + 1. **Les ventes**

**VENTE DES PRODUITS**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **DESIGNATION** | **QUANTITE** | **PRIX UNITAIRE** | **MONTANT** |
| 1 | Maïs (bol) | 1 000 | 750 | 750 000 |
| 2 | Haricot blanc (bol) | 500 | 750 | 375 000 |
| 3 | Gari (bol) | 500 | 850 | 425 000 |
| 4 | Arachide | 1200 | 1 500 | 300 000 |
| **TOTAL** | | | | **1 850 000** |

**Et**

|  |  |
| --- | --- |
| **BENEFICE** | |
| **DESIGNATION** | **MONTANT** |
| **PRODUITS** | **1 850 000** |
| **CHARGES** | **301000** |
| **ACHATS** | **1 325000** |
| **TOTAL** | **224000** |

# Stratégie et dispositif de mise en œuvre du projet

* + 1. **Le marché**
    - Mode de commercialisation actuel très aléatoire.
    - Mode commercialisation future :

Etant donné que nous sommes une Association de femmes et connaissant les besoins des foyers pour leurs survies, nous savons quelles marchandises mettre à leur disposition pour pouvoir les servir à 100 %. Nous avons l’idée de faire la prospection et en sélectionnant les clients potentiels des clients simples.

Mais nous voulons adopter un système de distribution qui va assurer cette fonction en faisant la livraison des produits à domicile ou dans les kiosques de ventes des clients. L’avantage, c’est que nous allons faire des ventes à gros et les jours de livraison sont bien connus. Sur le plan hygiène, nous ferons de notre mieux pour dégager le plus vite possible les produits gâtés et en plus cela réduira beaucoup les stress occasionnés par les visiteurs.

Actuellement, nous ferons si notre crédit est accordé de notre possible pour prouver au gouvernement que nous sommes capables de servir de vivres à plus 40 %de la population de Lomé, telle est notre vocation.

Le nombre de clients va s’augmenter tout naturellement parce que plus des clients voudraient bien qu’on leur livre les produits à domicile. Notre clientèle potentielle est constituée seulement des femmes revendeuses, les foyers, les commerçants de rue, les bars restaurants et les donateurs qui aident les orphelins et les personnes du troisième âge.

**1.2 Les concurrents**

Nous allons faire face à un nombre très colossal de concurrents. Mais nous avons des moyens pour les contredire et aussi beaucoup ne peuvent pas aller dans les fermes pour leur achat et dans les périodes difficiles ils n’arrivent pas à servir leurs clients. Nous pouvons vendre à nos clients à un prix abordable et même dans les périodes de crise et nous aurons à financer nos fournisseurs dans les fermes pour avoir plus de marchandises.

A long terme, notre ferme produira une quantité ajoutée à celle de nos fournisseurs et nous pouvons même commencer par exporter.

Visiblement, ces commerçants n’ont pas la capacité de couvrir les besoins du marché dans la préfecture ce qui entraine des pénuries fréquentes.

Plusieurs des commerçants sont fermées à cause d’une mauvaise gestion. Souvent les propriétaires de ces magasins sont à l’étranger ou vivent à Lomé et c’est d’autres qui gèrent leurs activités. Cela a pour conséquence le vol, le travail mal fait et la vente mal organisée.

* + - Les prix pratiqués actuellement varient. Nous pensons que ce prix est rémunérateur sauf si le prix des marchandises vient à flamber. Mais nous comptons contourner ces flambées de prix des produits en réalisant un stock important de maïs, d’haricot, de mil et d’arachide qui constituent les principaux ingrédients de base pour l’alimentation.

Dans notre besoin d’investissement, nous avons prévu la construction d’un grand magasin dans l’estimation des stocks énormes dans l’avenir pour l’exportation.

* + - Dans notre planification de commerce, nous ferons tout pour avoir toujours des marchandises dans notre magasin même dans des périodes difficiles pour permettre à la femme togolaise de bien nourrir sa famille.

# 1.3 Activités et stratégie de mise en œuvre

Pour ce projet les principales activités sont :

* L’installation des infrastructures et de surveillance.
* La réception et la conduite des activités.
* La commercialisation des produits.

Pour ne pas perdre d’énergie et gaspiller les ressources qui seront mise à notre disposition, nous allons confier notre activité à un expert en commerce.

Pour la réception et la conduite des activités, nous irons nous en formation pendant le premier mois du démarrage du projet pour mieux s’informer.

Cette formation du premier mois va nous permettre de contourner les difficultés et être toujours dans le jeu.

Nous aurons à avoir des partenaires et comme ANSAT Agence Nationale pour la Sécurité Alimentaire du Togo, la Société Grand moulin du Togo (SGMT), des partenaires étrangers. D’autres partenaires comme le Cabinet seront à nos côtés pour les appuis conseils.

# Financement du projet

**1.1 Plan de financement**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Source de financement | Forme/ Nature | Montant programmé | | | | | | | | | | | | Total |
| Mois 1 | Mois 2 | Mois 3 | Mois 4 | Mois 5 | Mois 6 | Mois 7 | Mois 8 | Mois 9 | Mois 10 | Mois 11 | Mois 12 |  |
| Autofinancement | Compte en  banque |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 450 000 cfa |
| Don sollicité | Espèce | 1.118 000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 118 000 cfa |
| Autre (s)  Financement (s) |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 cfa |
| Total |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 1 568 000 cfa |

# 

# 1.2 Don demandé

# Créancier : Projets de Vie

# Montant : 1 118 000 cfa = 1705 euros sans les frais.

# 1.3 Apport du promoteur

# Le magasin

# Les bénévoles pour les premiers mois

# Apport financier de 450 000 cfa

# Le coût total de ce projet est de un million cinq cent soixante huit mille (1 568 000) francs CFA.

# Le montant sollicité est d’un million cent dix huit mille (1 118 000) francs CFA. Notre apport est de quatre cent cinquante mille (450 000) francs CFA.

# Le compte d’exploitation prévisionnel

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ANNEES** | **ANNEE 1** | **ANNEE 2** | **ANNEE 3** |
| **MONTANT** | **MONTANT** | **MONTANT** | **MONTANT** |
| **PRODUITS** | **F CFA** | **F CFA** | **F CFA** |
| Vente de maïs | 500 000 | 8 120 000 | 12 120 000 |
| Vente du haricot | 650 000 | 7 000 000 | 2 000 000 |
| Vente du gari | 300 000 | 22 000 000 | 10 000 000 |
| Vente d’arachide | 300 000 | 23 000 000 | 20 000 000 |
| **TOTAL PRODUITS** | **1 750 000** | **44 120 000** | **44 120 000** |
| **CHARGES** |  |  |  |
| Maïs (bol) | 75 000 | 2 000 000 | 2 000 000 |
| Haricot blanc (bol) | 37 500 | 23 100 000 | 23 100 000 |
| Gari (bol) | 25 000 | 22 500 000 | 22 500 000 |
| Arachide | 37 500 | 600 000 | 600 000 |
| Acheteurs | 40 000 | 72 000 | 72 000 |
| Sacs | 28 000 | 42 000 | 42 000 |
| **TOTAL CHARGES** | **243 000** | **35 102 670** | **34 679 610** |
| Résultat d’exploitation | 1 750 000 | 9 019 330 | 9 442 390 |
| Capacité d’autofinancement | 1 118 000 | 11 133 630 | 11 556 690 |
| Capacité d’autofinancement cumulé | 632 000 | 6 173 960 | 17 730 650 |

Les trois premiers mois vont servir à faire le stock dans le magasin, mais nous allons rapidement livrer ce stock aux clients pour maximiser un peu le profit et pouvoir faire d’autres stocks qui vont nous permettre d’élargir le champ de la recherche de clients. A partir de la fin de la troisième année, nous pouvons conquérir l’extérieur pour accéder aux gros clients de l’étranger pour être international. Tel est notre désir du fond du cœur et prouver au monde entier que notre association a le pouvoir d’impacter le monde commercial.

# Les forces et les faiblesses du promoteur

Le premier atout dont nous disposons est que nous sommes une association promotrice (11 membres) qui connait déjà les besoins d’une femme au foyer du côté de l’alimentation et nous sommes dans le domaine.

Nous sommes installés sur une plateforme où vivent plusieurs étrangers qui ont besoin de nos services pour survivre. Nous avons les Libanais, les Nigérians, les Nigériens, les Maliens, les Burkinabais, les Béninois, les Ghanéens et la population Togolaise même.

Ensuite notre lieu d’implantation est entouré de plusieurs marchés. Ce qui nous permet de livrer à chaque moment nos produits. Nous avons déjà une formation de base en commerce.

Nous disposons beaucoup de fournisseurs dans les fermes. Ceci est un grand avantage et un facteur de succès du projet.

Notre contrainte majeure est nos concurrents les plus vieux sur le terrain. Mais avec nos stratégies et le nombre de clients qui nous contacte déjà, cette contrainte est largement contournée.

# Impact du projet sur la sécurité alimentaire et le droit à l’alimentation

Notre projet qui porte sur la fourniture des céréales va largement contribuer à l’atteinte des objectifs du programme de la sécurité alimentaire au TOGO. La fourniture de l’énergie et des vitamines pour le bon fonctionnement de notre organisme va assurer une meilleure santé des consommateurs. Cela va réduire d’autant le taux de la mortalité au sein de notre pays et avoir plus d’emploi dont souffre la jeunesse togolaise. Ceci va donner l’exemple à nos sœurs togolaises pour entreprendre afin de se nourrir et éviter d’être violée au cours des recherches d’emploi par les directeurs de services.

# Durabilité

Le projet sera piloté par nous même avec l’appui des techniciens commerciaux. Ceci est un élément de la durabilité du projet. L’échec de plusieurs fermes s’explique par l’absence des promoteurs. L’autre facteur de la durabilité du projet est l’ensemble des mesures de bonne gestion que nous mettrons en place. Nous avons une secrétaire –un caissier qui va tenir régulièrement les comptes et qui sera contrôlé par nous-mêmes pour éviter des pertes et des dépenses inutiles. Ces comptes seront suivis et appréciés par rapport à ce plan d’affaire.

A la longue, nous allons introduire la culture du soja que nous allons exporter.

# Suivi - évaluation

Nous aurons à évaluer nos performances et nous instruire sur les conduites à suivre.

En interne, en tant que promotrice, nous allons suivre quotidiennement tout ce qui va se faire et tout indice d’incommodité.

Le suivi aussi des ventes et des prix pratiqués sur les marchés sera aussi un moyen de maximiser notre profit. Le mieux c’est d’ajuster nos prix par rapport à la demande.

***Déclaration du demandeur sur honneur que les informations fournies sont certifiées***

# CONCLUSION

Vue l’importance du projet nous estimons qu’il nourrit directement cinquante-deux personnes

(52) et indirectement plus de deux cent cinquante personnes par rapport à tous les partenaires qui entre en jeu. L’impact est important pour la ville de HEDJRANAWOE.

Responsables du projet :

# ASSOCIATION CŒUR BLEU AZUR

Adresse : 16 BP 481 Lomé, TOGO

Tél : (+228) 90 35 16 21 / 90 51 77 53

E-mail : [togocereale@gmail.com](mailto:togocereale@gmail.com)

Président (nom et prénom) : Trésorier :

Signature ci-dessous Signature ci-dessous