

ECOLE PROFESSIONNELLE MAIN

(EPMA)

PLAN D'AFFAIRES

AGRITECH

DE NOS TERRES A VOS TABLES, LE GOUT AUTHENTIQUE D'HAITI

NOM DES PARTICIPANTS : ALEXIS Djousson
GREGOIRE Hernandez
JEAN BAPTISTE Amdev
RAPHAEL Mans

APPRENANTS EN INFORMATIQUE

SUPERVISION : BUREAU PEDAGOGIQUE

15 FEVRIER 2026

Table des matières

1. PRÉSENTATION DU PROJET	2
Nom de l'entreprise : AGRITECH HAITI	2
Lien avec le développement durable :	2
2. ANALYSE DE L'INNOVATION LOCALE ET DURABLE	2
Ressources locales utilisées :	2
Impact durable :	2
3. ÉTUDE DE MARCHÉ	3
Clients cibles :	3
Concurrents :	3
Valeur ajoutée :	3
4. STRATÉGIE MARKETING	3
Produit / Service :	3
Prix :	3
Distribution :	3
Communication :	3
5. ORGANISATION OPÉRATIONNELLE	4
Processus de fonctionnement :	4
Matériel nécessaire :	4
6. VOLET FINANCIER SIMPLIFIÉ	4
TABLEAU A : Besoins au démarrage	4
TABLEAU B : Estimation des revenus mensuels	5
Dépenses mensuelles (charges fixes) :	5

1. PRÉSENTATION DU PROJET

Nom de l'entreprise : AGRITECH HAITI

Mission : Faciliter la commercialisation et la distribution des produits agricoles locaux haïtiens via une plateforme digitale, permettant aux consommateurs d'accéder facilement à des produits frais et aux agriculteurs de vendre directement leurs produits.

Vision : Devenir la référence nationale pour la vente en ligne de produits agricoles haïtiens, en connectant efficacement producteurs et consommateurs à travers une **application digitale simple et pratique**.

Lien pour effectuer des commandes en ligne : <https://bigycodingarea509.github.io/Agritech/>

Lien avec le développement durable :

- Soutien à la **production locale** et aux agriculteurs haïtiens.
- Réduction des déplacements physiques grâce à la **plateforme digitale**, limitant la pollution.
- Promotion de la consommation de produits frais et locaux, réduisant les déchets liés aux produits importés.

2. ANALYSE DE L'INNOVATION LOCALE ET DURABLE

Ressources locales utilisées :

- Produits agricoles haïtiens (fruits, légumes, tubercules, herbes locales).
- Emballages locaux pour livraison si nécessaire (sacs biodégradables ou recyclables).
- Utilisation d'internet et d'outils numériques locaux pour gérer les commandes et la promotion.

Impact durable :

- Réduction de l'empreinte carbone par la digitalisation des ventes.
- Limitation des intermédiaires, ce qui diminue le gaspillage alimentaire et les coûts logistiques.
- Encouragement de la consommation responsable et de la valorisation des produits haïtiens.

3. ÉTUDE DE MARCHÉ

Clients cibles :

- Consommateurs individuels cherchant des produits frais et locaux.
- Restaurants, hôtels et commerces voulant acheter des produits agricoles de qualité.

Concurrents :

- Marchés traditionnels et revendeurs locaux.
- Quelques plateformes digitales si elles existent, mais encore limitées en Haïti.

Valeur ajoutée :

- **Commande en ligne facile** avec livraison locale rapide.
- Produits sélectionnés directement auprès des producteurs.
- Suivi des commandes et service client digitalisé.

4. STRATÉGIE MARKETING

Produit / Service :

- Vente de produits agricoles locaux via une application ou un site web.
- Livraison possible aux clients finaux et aux entreprises partenaires.
- Commission prélevée sur chaque vente effectuée via la plateforme.

Prix :

- Prix des produits fixés par les producteurs, AGRITECH prélève une **commission fixe** (ex. 10–15 % par commande).
- Ce modèle permet à la plateforme d'être rentable tout en maintenant les prix accessibles aux consommateurs.

Distribution :

- Vente exclusivement via l'application ou le site web.
- Livraison organisée directement par les producteurs ou par un service de transport local.

Communication :

- Réseaux sociaux : Facebook, Instagram, WhatsApp.
- Publicité en ligne (sponsoring sur Facebook, Google Ads).
- Partenariats avec restaurants, hôtels et commerces pour la promotion.
- Bouche-à-oreille et démonstrations lors de foires locales.

5. ORGANISATION OPÉRATIONNELLE

Processus de fonctionnement :

1. Inscription des producteurs sur la plateforme.
2. Mise en ligne des produits avec photos et prix.
3. Réception des commandes via l'application.
4. Transmission de la commande au producteur ou au transporteur local.
5. Livraison et confirmation de réception par le client.
6. Commission prélevée automatiquement sur chaque vente.

Matériel nécessaire :

- Petit local équipé d'un bureau et de connexion internet.
- Ordinateur, téléphone et tablette pour gérer les commandes et la plateforme.
- Logiciel ou application pour la gestion des commandes et paiements.

6. VOLET FINANCIER SIMPLIFIÉ

TABLEAU A : Besoins au démarrage

Éléments	Description	Montant estimé (HTG)
Équipements & Outils	Ordinateur, téléphone, tablette	40 000
Aménagement	Bureau simple, peinture, chaise, étagère	15 000
Développement digital	Création site web / application	50 000
Communication	Publicité Facebook, flyers, crédit téléphone	15 000
Fonds de réserve	Imprévus 1er mois	10 000
TOTAL		130 000 HTG

TABLEAU B : Estimation des revenus mensuels

Produit ou Service	Prix / Commission (A)	Quantité / mois (B)	Revenu Total (A x B)
Commission sur ventes	15 % moyenne par commande	800 commandes/mois	48 000 HTG
Publicité ou partenariats	Forfait mensuel	2 entreprises	10 000 HTG
TOTAL DES VENTES			58 000 HTG

Dépenses mensuelles (charges fixes) :

- Loyer : 10 000 HTG
- Électricité + internet : 3 000 HTG
- Marketing / publicité : 5 000 HTG
- Transport / imprévus : 2 000 HTG

Total dépenses mensuelles : 20 000 HTG

Bénéfice mensuel estimé : $58\,000 - 20\,000 = 38\,000$ HTG

Bénéfice sur 6 mois : $38\,000 \times 6 = 228\,000$ HTG

Seuil de rentabilité :

- Dépenses mensuelles = 20 000 HTG
- Commission moyenne par commande = 60 HTG
- Commandes pour couvrir les dépenses : $20\,000 \div 60 \approx 335$ commandes par mois

7. ANNEXE : RÉPARTITION DES TÂCHES

Partie du plan	Responsable
Présentation du projet, Analyse durable et innovation	ALEXIS Djousson
Étude de marché, Marketing	GREGOIRE Hernandez
Organisation	JEAN-BAPTISTE Amdev
Partie financière et tableaux	RAPHAEL Mans