



Modèle d'affaires

Ce modèle d'affaires favorise une approche inclusive et pérenne, en maximisant la création de valeur à chaque étape de la chaîne, tout en assurant la durabilité économique, sociale et environnementale du projet.

Proposition de Valeur	Segments de Clientèle	Chaîne de Valeur	
<p>1. Produits : Produits laitiers transformés de haute qualité (lait pasteurisé, yaourt, fromage, beurre, etc.) respectant les normes et standards locaux.</p> <p>2. Avantage :</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Produits sûrs, nutritifs et abordables pour les consommateurs locaux. 2.2. Garantie de qualité grâce à un label spécifique au projet. 2.3. Soutien au développement local en achetant des produits issus de petites exploitations. <p>3. Impact : Contribuer à la sécurité alimentaire, améliorer les revenus des petits transformateurs et renforcer la filière laitière.</p>	<p>1. Consommateurs locaux et régionaux</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Ménages recherchant des produits laitiers nutritifs et abordables. 1.2. Institutions (écoles, hôpitaux) nécessitant des produits laitiers en vrac. <p>2. Commerces et distributeurs locaux</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Boutiques et supermarchés. 2.2. Restaurants et hôtels. 	<p>1. Amont : Collecte et Approvisionnement</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Collaboration avec les éleveurs locaux pour assurer un approvisionnement régulier en lait cru de qualité. 1.2. Mise en place d'un circuit de collecte, équipés pour tester et conserver le lait. 1.3. Paiement équitable aux éleveurs pour garantir leur fidélité et motivation. <p>2. Milieu : Transformation et Production</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Transformation du lait cru en produits finis dans des unités équipées et modernisées. 2.2. Application des normes de qualité élaborées par le projet pour garantir la conformité des produits. <p>3. Aval : Distribution et Commercialisation</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Vente directe dans les marchés locaux. 3.2. Partenariats avec des distributeurs pour atteindre les commerces urbains et périurbains. 3.3. Mise en place d'un label "Qualité Niger" pour valoriser l'origine et la qualité 	
Sources de Revenus	Structure des Coûts		Partenariats Stratégiques
<p>1. Vente de produits transformés :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Lait pasteurisé (emballage individuel ou en vrac). 1.2. Produits dérivés : yaourts, fromages, beurre. <p>2. Prestations de services :</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Location d'équipements ou prestation de transformation pour d'autres producteurs locaux. 2.2. Formation et conseils en transformation laitière (services payants). 	<p>1. Coûts fixes :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Acquisition et maintenance des équipements (pasteurisateurs, machines à fromage, etc.). 1.2. Infrastructure des centres de collecte et des unités de transformation. <p>2. Coûts variables :</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1. Achat de lait cru auprès des éleveurs. 2.2. Fournitures pour la transformation (emballages, cultures pour yaourts, etc.). 2.3. Transport et logistique pour la distribution. <p>3. Autres coûts :</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Formation et accompagnement des transformateurs. 3.2. Communication et marketing (promotion du label et des produits). 		<ul style="list-style-type: none"> 1. Associations d'éleveurs : Pour assurer un approvisionnement stable en lait cru. 2. Institutions locales et régionales : Soutien pour les normes de qualité et les certifications. 3. ONG et partenaires techniques : Formation et financement initial. 4. Distributeurs et détaillants : Pour la commercialisation des produits.

Activités Clés	Indicateurs de Performance	Impact et Durabilité
<ol style="list-style-type: none"> 1. Élaboration et adoption des normes de qualité. 2. Formation des petits transformateurs (gestion, hygiène, techniques de transformation). 3. Mise en place des circuits de collecte et des unités de transformation. 4. Développement d'un réseau logistique pour la distribution. 5. Sensibilisation et promotion des produits auprès des consommateurs. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Augmentation du volume de lait transformé (de 50 à 100 litres par production). 2. Progression du rendement économique (15 % à 25 %). 3. Nombre d'éleveurs et transformateurs intégrés au projet. 4. Augmentation des revenus des transformateurs et des éleveurs. 5. Croissance de la part de marché des produits issus du projet. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impact économique : Augmentation des revenus des transformateurs et éleveurs grâce à une meilleure intégration dans la chaîne de valeur. 2. Impact social : Création d'emplois locaux et autonomisation des femmes et jeunes dans la filière. 3. Impact environnemental : Réduction des pertes de lait grâce à une meilleure conservation et transformation. 4.