



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

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