

Remplacez tous les [CROCHETS] par vos informations. Ce template est conçu pour être intégré dans votre mémo d'investissement (outil 408) et votre pitch deck (outil 401).

1. CONTEXTE & OPPORTUNITÉ DE MARCHÉ

1.1 — Description du problème de marché

Problème identifié	[Décrivez le problème en 1-2 phrases — ex: 30% de l'anacarde ivoirien est perdu faute de transformation locale adaptée]
Ampleur du problème	[Chiffrez l'impact : volumes, valeur en FCFA, nombre de personnes affectées]
Causes structurelles	[Pourquoi ce problème persiste-t-il ? Accès au financement, manque d'infrastructure, absence de technologie ?]
Sources utilisées	[FIRCA, CCA, CCC, FAO, USAD, Ministère Agriculture CI, Banque Mondiale, CNRA...]

1.2 — Tendances macro-favorables

- [Tendance 1 : ex. Croissance de la demande mondiale d'anacarde de X% par an]
- [Tendance 2 : ex. Politique de valeur ajoutée locale du gouvernement ivoirien]
- [Tendance 3 : ex. Montée en puissance des labels durabilité chez les consommateurs européens]

2. TAILLE DU MARCHÉ : TAM — SAM — SOM

Méthode recommandée : Top-Down + Bottom-Up (croisez les deux approches pour crédibiliser vos chiffres)

2.1 — TAM : Total Addressable Market (Marché Total Adressable)

Le TAM représente la taille totale du marché si vous pouviez servir 100% des clients potentiels, sans contrainte de géographie ni de capacité.

Définition du marché TAM	[Ex: Marché mondial de la noix de cajou transformée]
Taille estimée	[Ex: 6,5 milliards USD en 2023]
Taux de croissance annuel	[Ex: +8,2% par an (CAGR 2023-2028)]

Source	[Ex: FAOSTAT, INC - International Nut Council, Mordor Intelligence]
Méthode de calcul	[Ex: Production mondiale (tonnes) × Prix moyen FOB]

2.2 — SAM : Serviceable Addressable Market (Marché Adressable par votre segment)

Le SAM est la portion du TAM que vous pouvez réalismement cibler avec votre modèle actuel, compte tenu de votre géographie, produit et canal de distribution.

Définition du marché SAM	[Ex: Marché de l'anacarde brut et semi-transformé en Afrique de l'Ouest]
Taille estimée	[Ex: 850 millions USD — Production AOF = 1,5 M tonnes/an × Prix moyen 570 USD/tonne]
Taux de croissance	[Ex: +6% par an]
Source	[Ex: CCA Côte d'Ivoire, FIRCA, Conseil Coton Anacarde]
Critères de délimitation	[Géographie : Côte d'Ivoire + Ghana Produit : Anacarde brut et W320 Canal : Export directe et transformateurs locaux]

2.3 — SOM : Serviceable Obtainable Market (Marché Réalissement Atteignable)

Le SOM est la part de marché que vous pouvez réalismement atteindre dans les 3 à 5 prochaines années, compte tenu de vos capacités, de vos concurrents et de votre stratégie commerciale.

Définition du marché SOM	[Ex: Clients anacarde brut et transformé de la zone Man-Bouaké-Korhogo]
Taille estimée — Année 1	[Ex: 12 000 tonnes × 575 FCFA/kg = 6,9 milliards FCFA]
Taille estimée — Année 3	[Ex: 28 000 tonnes × 600 FCFA/kg = 16,8 milliards FCFA]
Part de marché cible (%)	[Ex: 2,8% du SAM ivoirien en Année 3]
Justification	[Ex: Capacité installée 2 400 tonnes/an × 3 ans de croissance à 35%/an avec fonds levés]

3. ANALYSE DE LA CONCURRENCE

3.1 — Cartographie des acteurs

[Listez 3 à 5 concurrents directs et 2 à 3 alternatives indirectes (status quo, importation, auto-production)]

Concurrent	Part de marché	Prix	Qualité / Certif.	Faiblesse	Notre avantage
Concurrent 1	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]
Concurrent 2	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]
Concurrent 3	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]
Votre entreprise	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]	[À remplir]

3.2 — Votre positionnement différencié

[Répondez à cette question : Pourquoi un client vous choisira VOUS et pas votre concurrent ?]

Avantage prix	[Êtes-vous moins cher ? Ou justifiez-vous un prix premium ?]
Avantage qualité / certification	[Vos certifications (HACCP, Rainforest, Bio) = preuve de qualité]
Avantage réseau / approvisionnement	[Accès exclusif à des bassins de production, relations coopératives]
Avantage technologique	[Équipement plus moderne, rendement supérieur, meilleure traçabilité]
Avantage impact	[Modèle inclusif, prix équitable producteurs = fidélité et accès à labels premium]

4. SOURCES & MÉTHODES DE CALCUL

Sources institutionnelles CI	CCA (Conseil Coton Anacarde) FIRCA CNRA Ministère Agriculture Chambre de Commerce CI
Sources internationales	FAO (faostat.fao.org) Banque Mondiale (data.worldbank.org) ITC Trade Map (trademap.org)
Sources sectorielles	INC (International Nut Council) WCF (World Cocoa Foundation) ICCO ITC
Méthode Top-Down	Partir de la taille du marché mondial ou régional et affiner par filtres géographiques et segments.
Méthode Bottom-Up	Partir de votre capacité de production, de vos clients actuels et de votre plan commercial pour projeter de bas en haut.

🔗 Conseil : Croisez toujours les deux méthodes (Top-Down + Bottom-Up). Si elles donnent des résultats cohérents, votre analyse est crédible. Si elles divergent, creusez les hypothèses.