

UNIVERSITE D'ANTANANARIVO  
FACULTE DE DROIT, D'ECONOMIE, DE GESTION ET DE SOCIOLOGIE  
DEPARTEMENT GESTION

MEMOIRE DE MAITRISE EN GESTION

OPTION : MARKETING

THEME :

**PROJET DE CREATION D'UN ORGANE DE  
PRESSE ECRITE DENOMME « Vaovao »  
DANS LE DISTRICT D'ANTSIRABE**

*Présenté par :*

**RAZAINANAHIRANA Norine Viarmey**

*Sous l'encadrement pédagogique de :*

**Monsieur RALISON Roger**

- Maître de conférence
- Chef de département Gestion

*Sous l'encadrement professionnel de :*

**RANDRIAMIHARISOA Mamy Alfa**

- Enseignant à l'ISAE

*Année Universitaire : 2006 – 2007*

*Session : 30 Décembre 2006*

# REMERCIEMENTS

Nous tenons à adresser nos remerciement les plus sincères à tous ce qui par, leur conseil et leur aide, ont contribués à la réalités et à la réussite de ce présent mémoire, tout particulièrement à :

- Monsieur RAJERISON Wilson, Professeur titulaire, président de l'université d'ANTANANARIVO.
- Monsieur RANOVONA Andriamaro, maître de conférence, Doyen de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie.
- Monsieur RALISON Roger, maître de conférence, Chef de Département de Gestion qui donne tout de lui-même, capacités de travail et amour pour le développement de la filière Gestion.
- Monsieur ANDRIANTSEHENO Daniel, Maître de conférence, directeur du centre d'études et de recherche en gestion, Responsable de l'option Marketing.
- Madame ANDRIANALY Saholiarimanana, professeur, responsable de l'option organisation et administration des entreprises.
- Tout les enseignants permanents et vacataires au sein du département Gestion.
- Tous les personnels Administratifs et techniques du département Gestion

# SOMMAIRE

REMERCIEMENTS

INTRODUCTION

PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET

CHAPITRE I : PRESENTATION GENERALE DU PROJET

Section 1 : Description du projet

Section 2 : Caractéristique du projet

CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE

Section 1 : Evaluation et analyse

Section 1 : Etude et analyse

Section 2 : Analyse de l'offre

Section 3 : Analyse de la demande

Section 4 : Stratégie commerciale envisagée

CHAPITRE III:THEORIE GENERALE SUR LES CRITERES D'EVALUATION

Section 1 : Les outils d'évaluation

Section 2 : Autres outils

Section 3 : Les critères d'évaluation

DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION.

Section 1 : Le code de déontologie

Section 2 : Description de production

Section 2 : Les moyens de production

CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE.

Section 1 : Programme de production et de vente :

Section 2 : Plan de consommation de matières premières

CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE

Section 1 : Organigramme

Section 2 : Organisation administrative et financière

TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET

CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET LES COMPTES DE GESTION

Section 1 : Les investissements nécessaires

Section 2 : Plan de financement

Section 3 : Notion d'amortissements

Section 4 : Tableau de remboursement des dettes

Section 5 : Compte de gestion

## CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE

Section 1 : Compte de résultat

Section 2 : Compte de résultat par nature

Section 3 : Plan de trésorerie :

Section 4 : Bilan prévisionnel

## CHAPITRE III : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET.

Section 1 : Evaluation :

Section 2 : Evaluation financière

Section 3 : Impact du projet

Section 4: Evaluation sociale

## CONCLUSION GENERALE

# LISTE DES TABLEAUX

Tableau n° 1: Répartition des enseignements publics par niveau :.....	9
Tableau n° 2: Répartition des établissements privée par niveau.....	9
Tableau n° 3: Secteur existants dans la région :.....	10
Tableau n° 4: Contenu des trois quotidiens nationaux (analyse sur trois semaines).....	16
Tableau n° 5: Circuit de distribution des médias écrits.....	17
Tableau n° 6: Nombre de revendeur des jours.....	23
Tableau n° 7 : Situation des concurrents.....	25
Tableau n° 8 : Les concurrents au niveau national.....	26
Tableau n° 9 : Enquête auprès de population locale .....	27
Tableau n° 10 : Consommation annuelle des concurrents au niveau national.....	27
Tableau n° 11: Tableau comparatif des prix pratiqués.....	28
Tableau n° 12: Etablissement de prix.....	31
Tableau n° 13: Plan de productions sur cinq ans .....	46
Tableau n° 14 : Chiffre d'affaires prévisionnel de la première année d'exploitation (montant en ARIARY) .....	47
Tableau n° 15: Tarif des publicités .....	47
Tableau n° 16 : Les établissements ciblés par la production accessoire .....	48
Tableau n° 17: Chiffre d'affaires prévisionnel des quatre dernières années.....	48
Tableau n° 18 : Calendrier de réalisation des travaux.....	49
Tableau n° 19 : Détail des dépenses de prêt-exploitation (montant en ARIARY) .....	49
Tableau n° 20: Consommation des matières premières .....	50
Tableau n° 21: Achat des matières premières durant cinq années.....	51
Tableau n° 22: Liste des fournisseurs nationaux.....	53
Tableau n° 23 : Fournisseurs étrangers .....	53
Tableau n° 24: La rémunération du personnel .....	61
Tableau n° 25: Charge de personnel durant cinq ans .....	63
Tableau n° 26: Charges en matériel et outillages.....	65
Tableau n° 27 : Charges en matériel de bureau.....	65
Tableau n° 28 : Charges en matériel informatiques .....	66
Tableau n° 29 : Charges en matériel de transport .....	66
Tableau n° 30 : Charge en agencement, aménagement, installation :.....	67
Tableau n° 31: Charges en frais d'établissement .....	67
Tableau n° 32: Récapitulation des immobilisations.....	68

Tableau n° 33 : Fonds de roulement initial .....	69
Tableau n° 34 : Montant de financement de financement du projet .....	69
Tableau n° 35: Détail du financement.....	70
Tableau n° 36 : Schéma du plan de financement .....	70
Tableau n° 37: Regroupement de l'amortissement de biens .....	72
Tableau n° 38: Tableau d'amortissement des immobilisations (durant cinq ans).....	73
Tableau n° 39: Tableau de remboursement des emprunts.....	75
Tableau n° 40 : Charges en matières premières .....	76
Tableau n° 41: Les charges externes .....	77
Tableau n° 42 : Charges de personnels .....	77
Tableau n° 43: Montant des impôt et taxe durant cinq périodes.....	78
Tableau n° 44: Les charges financières.....	78
Tableau n° 45: Dotation aux amortissements.....	78
Tableau n° 46 : Chiffre d'affaires prévisionnel.....	79
Tableau n° 47 : Chiffre d'affaires exceptionnel .....	79
Tableau n° 48 : Compte de résultat prévisionnel avant frais financier. ....	81
Tableau n° 49: Bilan d'ouverture .....	82
Tableau n° 50: Compte d'exploitation prévisionnel après frais financier.....	83
Tableau n° 51: Tableau de grandeur caractéristique de gestion :.....	84
Tableau n° 52 : Plan de trésorerie .....	85
Tableau n° 53 : Bilan au 31/12 Année 1 .....	86
Tableau n° 54: Bilan au 31 Décembre année 2 .....	87
Tableau n° 55 : Bilan au 31 Décembre année 3.....	87
Tableau n° 56: Bilan au 31 Décembre de l'année 4 .....	88
Tableau n° 57: Bilan au 31 Décembre de l'année 5 .....	88
Tableau n° 58 : Projection de la valeur ajoutée.....	89
Tableau n° 59 : Ratios de performances économiques .....	90
Tableau n° 60 : Ration de l'EBE.....	91
Tableau n° 61 : Ration de résultat net .....	92
Tableau n° 62 : Tableau d'actualisation de la MBA .....	93
Tableau n° 63 : Tableau de calcul de Taux de rentabilité interne.....	93
Tableau n° 64 : Tableau de calcul du délai de récupération des capitaux investis .....	94
Tableau n° 65: Fonds généré par l'investissement.....	95
Tableau n° 66 : Calcul de seuil de rentabilité.....	96

# **LISTE DES GRAPHES**

Graphique 1: Processus des éléments de communication.....	13
Graphique 2 : Cycle de vie de produit.....	30
Graphique 3: Circuit de distribution.....	33
Graphique 4: Organigramme du Réveil de la côte nord.....	55

# INTRODUCTION

Depuis la nuit des temps, les gens s'informent et ne cessent de s'intéresser à une nouvelle qu'elle soit bonne ou mauvaise. Le fait d'être au courant d'un événement éveille leur soif de savoir encore plus de ce qui les concerne de loin ou de proche. D'une agréabilité à une satisfaction, la presse écrite joue un rôle très important dans la société, puisqu'elle est la réponse aux besoins d'un vaste public assoiffé d'une nouvelle du jour au lendemain. L'information est une réalité diffusée à travers le monde par le biais de la radio télévision, l'Internet et aussi la presse écrite. Ce dernier a pris une énorme importance dans la vie sociale, économique et culturelle des peuples Malagasy. Le remarquable essor de la presse écrite ne cesse d'émerveiller le peuple et de les rapprocher de mieux en mieux des actualités d'ordre politique, culturel et social du pays. Malgré que nombreux principaux vus le jour, les organes de presse écrite malgache sont tous centrés dans la province de Tananarivo. La distribution de toutes ces presses écrites dans les provinces reste l'un des problèmes majeurs puis deux à trois sont à la portée des provinciaux et parfois pour les acquérir présente des défauts par faute de transport rapide et très coûteux. Quotidiennement, les publications sont groupées dans les centres urbains, alors que la majorité de la population vit dans des zones rurales presque inaccessibles. Puisqu'on ne dispose pas les moyens de décentraliser, la distribution des informations n'est pas largement assurée. D'où la nécessité de création et développement d'une « presse écrite locale » favoriserait dans le milieu rurale que culturel d'une région éloignée, ce qui fait l'objet du présent thème.

En réalité, l'avantage de la mise en place de ce projet favorisera :

- l'utilisation efficacement les moyens d'informations au service du développement social.
- l'appui des programmes d'alphabétisation
- la sensibilisation contre des maladies comme le sida et autres
- partage des Connaissances
- la retransmission des nouvelles d'ordre générale
- la contribution à l'éducation, au développement de connaissance et à l'augmentation des loisirs.

Cette vision permettra pour chaque localité de s'informer par le biais d'une presse locale afin de sensibiliser la population de participer au développement même de son propre pays.



Nous avons été sujet à choisir la préfecture d'ANTSIRABE pour mettre à jour ce projet qui s'intitule :

« PROJET DE CREATION D'UNE ORGANE DE PRESSE ECRITE DENOMME LE REVEIL DE LA COTE NORD DANS LA REGION D'ANTSIRABE »

Pour les raisons suivantes :

- l'incrédule
- la nécessité d'être informé
- la ville la plus animée mais moins informée
- la région la plus éloignée et enclavée
- informer pour mieux être au courant des actualités (locale et nationale)
- une population bien informée peut avoir une influence importante sur les objectifs, le rythme et les modalités de la transformation.

Quant à la limite de ce sujet, à la fois complexe et avantageux. Ce thème qui procure des intérêts (publics et social), s'offre tous ce qui concerne une ouverture pour un développement à l'aide de la presse écrite. Ce dernier se constitue des différents traits, à savoir :

- la fonction de veille (scruter l'horizon, rendre compte)
- la fonction politique (déterminer la politique, diriger, établir des lois)
- la fonction éducative (intégration de la société à des nouveaux connaisseurs rapides).

De plus, la réalisation d'un projet nécessite un financement colossale pour acquérir les matériels ainsi qu d'autres équipements importants. La synergie des équipements avec les facteurs humains, et les facteurs temps donne la naissance d'un projet.

Si l'on se fie à la méthodologie, nous avons procédé de façon suivante :

- Nous avons consulté des différents types d'auteurs et périodique afin de parvenir à l'aboutissement de ce thème.

- nous avons consulté des documents auprès des divers établissements pour répondre aux besoins et à la demande de ce thème afin d'avoir des données plus fiables.

- nous avons effectués une enquête auprès de la population locale et les renseignements suivants sont acquis : la population exige de savoir encore plus sur les sujets qui les concernent, le besoin d'acquérir des connaissances et d'information ; la population a besoin d'un veilleur qui doit leur inculquer à s'intéresser activement les uns aux autres de la ville modernisée ou village enclavé ; l'information s'avère très importante dans la plupart des régions pour influencer la dynamisme et la rapidité du développement. Après ces exigences, nous avons fait des analyses moyennant notre recoupement systémique et systématique.

-Quant au fond et à la forme, nous avons procédé à la rédaction pour la mise en page.

Après cette aperçu général à Caractère introductif, le présent ouvrage se subdivise comme suit :

La première partie est consacrée à la présentation générale de ce projet. Elle comprend la présentation générale du projet, l'étude du marché ainsi que la théorie générale sur les critères d'évaluation. Au fond, cette partie est conçue à donner une certaine idée sur l'essence de la gestion.

La deuxième partie est vouée à la conduite du projet. Elle traite en l'occurrence la technique de production, la capacité de production envisagée et le management des Organisations. Cette partie constitue la base fondamentale de la présente étude ont été décrits et analysés selon les données que nous avons obtenues localement.

La troisième partie est orientée à l'étude financière du projet selon le plan comptable générale 1987. Nous avons abordé l'étude des montants des investissements et les comptes de gestions ; l'analyse de la rentabilité et l'étude de faisabilité de cette entreprise ainsi que l'évaluation et les impacts au dit projet.

Ce travail se termine par la conclusion générale, les annexes, la bibliographie ainsi que de table des matières.

**PREMIERE PARTIE :**  
**IDENTIFICATION DU PROJET**

# CHAPITRE I : PRESENTATION GENERALE DU PROJET

Dans toutes les activités de développement quelque soit social, culturel et économique, environnemental, l'intervention de projet est presque indispensable. Par définition, un projet représente l'initiative de créer une activité interdépendant dans un délai bien défini.

Dont on juge utile et nécessaire pour le développement d'une région où il est instauré compte tenu de la synergie des triples contraintes suivantes :

Temps : Ressources, Techniques

La classification de projet peut se résumer de la façon suivante :

- selon la nature du produit : il y a le projet « productif » et « non productif »
- Selon la destination du produit : répond à une demande intérieur ou extérieur.
- Selon le délai d'obtention du résultat : il y a le projet dont le produit est immédiat ;  
il y a le projet dont le produit est différé.
- selon la situation du secteur : il y a le projet du secteur « public »  
il y a le projet du secteur « privé »
- Selon leur articulation avec d'autre projet : il y a le projet compatible
  - o des projets compatibles dépendants
  - o des projets incompatibles

Dans le cas présent, ce projet est qualifié comme :

- projet du Secteur privé, géré par une institution privée
- Prestataire d'un service : il diffuse des infos et vend la masse public
- projet de développement : une population bien informé peut avoir une influence importante sur les objectifs, le rythme et les modalités de transformations.

## Section 1 : Description du projet

Le choix du nom réveil de la côte Nord 'est très important pour les autres thèmes. Ce mot signifie de façon très claire « le passage de l'état de sommeil à l'état de veille. Il faut appel à l'ouverture des yeux face à une telle situation pour être conscient.

### 1.1 Historique

La 1<sup>e</sup> vague d'activité journalistique à Madagascar a été lancé par les missionnaires protestants. A partir de 1827, la london Missionary Society (LMS) a installé une imprimerie dans le quartier Imarivolanitra (Tana) pour l'édition des Bibles et textes religieux en langue Malgache.

En 1866, le premier journal fait son apparition sous forme d'une revue confessionnelle renommé « teny soa hanalan'Andro ». A l'époque, la production d'un journal était un moyen pour les missionnaires de promouvoir leurs prédications et contribuer à l'expansion du Christianisme qui à l'époque venait de venir.

Par la suite des temps, la concurrence s'annonçait très lourde dans les camps des missionnaires puisqu'en 1820 les missionnaires Anglais introduisent la première école qui à l'époque le premier Ministre Rainilaiarivony proclame haut et fort son importance et exige l'éducation des enfants de 7 à 16 ans dans l'Imerina et Betsileo.

A son tour, les catholiques sortent les leurs en le nommant « Resaka malagasy » vers l'année 1871

En 1883, la Reine installe son propre imprimerie et fait sortir un journal pour améliorer son image et ses autorités dans la grande île.

En 1895, la presse se multiplie à l'aube de la colonisation des dizaines de forêts leurs apparition et toute centrée dans la capitale.

A la grande île, grâce à l'information, le taux d'Alphabétisation bat son plein en touchant toute la région du haut plateau qu'en 1950 environ 56% des adultes savent lire dans la province de Tanà et dans l'est Province de Tamatave) 14% et ensuite au Sud (province de Tuléar) seulement de 8%. De progrès de la presse qui sont toutes centrées à Tana leur porte que des développements et évolution grâce aux missionnaires.

La liberté de la presse est mise en cause devant les périodes coloniales. Elle se confronte à une limite et des contrôles stricts face au pouvoir politique de l'époque. L'autorisation préalable et mis à jours suivie de dépôt de numéro 48h avant publication au bureau de la presse indigène. Le coutume s'accroît, après l'insurrection de 1947 et jusqu'en 1950, les autorités militaires ont supprimé 21 et 19 saisies de presses au cours de ces trois Années (1947-1950).

La libéralisation très brève de la presse entre 1963 et 1939, dûs à l'avènement du gouvernement du Front populaire en France a contribué à un sursaut d'activité du journalisme à Madagascar. D'inspiration nationalisme, le pluralisme des presses indépendantes coexistent avec la presse confessionnelle. L'instauration de la loi cadre en 1956, ainsi que la libre exercice des activités politiques et de la presse ont contribué à une floraison très rapide de la presse commerciale privée, la quasi-totalité étant d'inspiration politique. Dans cet environnement, d'ébullition, plus d'une 50° de publication privée sont parues vers la fin des années 50 avec une édition totale très nombreux.

L'indépendance marque une preuve de consolidation et voilà déjà un centenaire qui fait l'âge de la presse écrite Malagasy la multiplication prend le large, l'apparition d'une vingtaine de publication.

Après une période relativement calme, au courant des années 60, les agitations politiques sont survenues de nouveau au début des années 70. Les manifestations populaires des étudiants et des parties d'opposition sont devenues de plus en plus après comme à la veille de l'indépendance, des troubles politiques s'est traduits en ébullition. Frénétique de la presse écrite.

La distribution a été perturbée par la cause d'une manifestation strictement d'envergure politique. Des changements radicaux s'imposent après que la diffusion en grande partie des librairies au début « se confronte la flambée précipitée de la demande d'infos politique comme : distribution à travers les crieurs et les Kiosques est devenue très primordiale.

Dorénavant, les Kiosques et les Crieurs deviennent le point de vente le plus efficace sur la distribution de la presse écrite Malagasy. Cette tournure d'orientation modifie aussi les opinions des lecteurs qui a pour cible une population de Masse moins aisée qu'au commencement.

Ainsi c'est là où l'infos manque le plus qu'elle pénètre les moins et c'est là où les attitudes et les comportements auraient le plus besoin d'être modifiés et que tout changement apparaît. Poussé une menace et soulève et oppositions. Tout au long de l'histoire les moyens d'infos de masse avec la presse écrite ont été des Armes contre les privilèges. Ce qui contribue également l'essence du marché potentiel de la presse malgache.

## **1.2 Monographie de la région d'ANTSIRABE**

Elle est située au Nord de Madagascar dans la province autonome d'ANTSIRABE. La région s'étendant entre 11° et 20° de latitude Sud ; 48° et 50° de longitude Est. C'est une immense territoire avec une Superficie environ de 20942 km<sup>2</sup> soit 3,6% de l'ensemble de la grande île. Elle est limitrophe de la région SAVA dans sa partie Orientale et celle de la SOFIA dans sa partie méridionale. Cinq sous-préfectures abrite la région : ANTSIRANANA1, ANTSIRANANA 2, AMBILOMBE, AMBANJA, NOSY-BE. Elle est en grande partie tournée vers la mer. Quatre de ses sous-préfectures se trouvent sur la côte occidentale sur le canal de Mozambique.

Dans son ensemble, elle est constituée des communes rurales.

Seule ANTSIRANANA 1 et Nosy Be sont classées comme étant des vraies villes ayant un statut urbain.

La région est dominée par le climat de type tropical

2° alternance de saison se caractérise comme suit :

- Fraîche et sèche de Mai en novembre
- Saison humide et chaude à partir de Décembre

La majorité de population vit ses activités secteurs secondaire et tertiaire. Concernant la composition équine, faiblement peuplé, le Nord où les immigrants des Comores et du reste de la grande île sont proportionnellement les plus nombreux. Les autochtones Antakarana d'origine Arabe occupait la région qui s'étend d'Ambilobe au Cap d'Ambre. Les races Sakalava de l'Ouest de Madagascar conquérant des Antakarana se sont mélangées aux autochtones. Aussi d'importance communauté : chinoise, Français, créoles, indiennes revendique leurs identités malgaches.

### **1.3 Raison de Choix d'implantation géographique**

Dans la région de DIANA, le volet communication et information dans le développement cautionne la circulation des informations à l'intérieur de la région paraît avec un nombre insuffisant. La région abrite des chaînes Radios privées qui consacre la majeure partie de ces programmes en musique et dédicace payante pour soigner ses caisses. L'annonce des informations au niveau local paraît en nombre restreint. L'éducation et la culture sont une chose à part.

A part de RNM et TVM, la région dispose des chaînes TV privée qui dans l'exercice des activités manque des personnels compétent pour le métier journaliste. L'information est presque moins intéressante pour les populations.

Au niveau des informations écrites, seulement la ville d'ANTSIRABE et NOSY-BE reçoivent irrégulièrement des grands quotidiens édites à ANTANANARIVO et sans oublier les revues magazines. Aucune presse écrite locale n'existe jusqu'à présent.

Ce projet est conçu à être implanté dans le chef lieu de province d'ANTSIRABE pour des raisons suivantes :

- Informer la population car :
  - la communication et information sont indispensables à toutes activités sociales
  - la communication et information sont une base fondamentale du développement social et culturel.
  - la communication et information à une importance vitale pour toute société.
- Eduquer la population dans la lecture car :
  - dans la lecture s'évolue l'alphabétisme
  - dans la lecture, on pourrait beaucoup de choses

Ainsi, cette idée est d'une planification que nous considérons sans faille.

Lieu : 15 Rue Duquay de Trouin, Quartier Bazary Kely »

Profil : - plus facile à réparer pour les gens du passage

- Quartier pas de tapage nocturne ni
- Bien centré dans la ville.

#### ➤ **Population**

La population de la Région ne cesse de s'accroître, allant même jusqu'au « 472689 » en l'an 2003 de nos jours. Quant à la répartition par sexe, 48% sont de sexe masculin et 52 sont des sexes féminins. Aussi, les jeunes moins de 25 ans sont plus nombreux, les populations active sont effectif moyen et les vieillards sont en nombre très restreints.

#### ➤ **Enseignements**

Soulignons que l'avenu d'organe de presse dans le centre ville est d'Ores et déjà une immense intellectuelle par la lecture qu'il aiderait à progresser et scruter leurs horizons. N'oublions pas que les cotes Nord de Madagascar ne sont pas victimes en Majeures parties de l'analphabétisme. Donc les possibilités de la compréhension sont large.

Surtout, les côtes Nord bénéficient des enseignements publics et privés du primaire à la secondaire et encore la présence des Ecoles préscolaires privée et publics qui favorisent les progrès de populations.

Les tableaux suivants donnent les listes des Etablissements d'enseignement dans la région



**Tableau n° 1: Répartition des enseignements publics par niveau :**

Sous préfecture	EPP	CEG	Lycée
ANTSIRANANA I	16	2	1
ANTSIRANANA II	111	7	-
AMBILOBE	154	10	1
AMBANJA	450	8	1
NOSY BE	27	3	1
<b>Total</b>	<b>458</b>	<b>30</b>	<b>4</b>

Source : DIRESEB Antsiranana 2003

**Tableau n° 2: Répartition des établissements privée par niveau**

Sous préfecture	Ecole Primaire	Collège	Lycée
ANTSIRANANA I	30	11	4
ANTSIRANANA II	7	1	-
AMBILOBE	32	3	1
AMBANJA	22	4	3
NOSY BE	13	4	3
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>23</b>	<b>11</b>

Source : DIRESEB ANTSIRANANA 2003

### 1.3.1 Les enseignements spécialisés

Il s'agit des enseignements techniques est formation professionnelle :

- Lycée technique d'ANTSIRABE : secteurs génie civil, secteur industriels, secteur tertiaire.
- centre de formation professionnelle Niveau II Antsiranana secteur habillement
- Centre de formation niveau I Ambilobe Secteur Génie Civil, Secteurs Agro-alimentaire
- Lycée technique et professionnelle d'Ambanja : secteur tertiaire  
Ecole d'Agriculture (EASTA) à AMBANJA
- Ecole ménagère Confessionnelle à ANTSIRANANA

### 1.3.2 Les enseignements supérieurs :

L'Université Nord Madagascar (UNM) comprend plusieurs filières :

- Ecole Supérieure polytechnique
- Faculté des sciences
- ENSET (Ecole Supérieure pour l'enseignement technique)
- Faculté des lettres
- CRETA : Centre Régional d'enseignement de l'Anglais technique d'ANTSIRABE
- IST : Institut supérieur de Technologie

### 1.3.3 L'enseignement Supérieur privé.

- EZAE

#### ➤ Activité

Les populations sont réparties dans les secteurs mentionnés dans le tableau ci-après :

**Tableau n° 3: Secteur existants dans la région :**

DESIGNATION	ACTIVITES
<b>Secteur primaire</b>	
agriculture	Légumes
Élevages	Bœufs (bos indiens) et autres
Pêches	Pêche maritimes
Mines	Or et Saphir
<b>Secteur secondaire</b>	
Artisanat	Tissage
Industrie	SECREN ; Pêche et froid de l'Océan-Indien, Brasserie star, la saline
<b>Secteur tertiaire</b>	
Transport	Routier ; taxi ville, Aérien : Navigation aérienne, Maritimes : Navigation maritime
Commerce	Epicerie, grossistes
Education	EPP, CEG, Lycée, Université
Tourisme	Local : Temporaire, Saisonnier Définitif, international, International : Saisonnier

Source : Enquête locales 2003, INSTAT locale

## **1.4 But et Objectif**

Le principal but et objectif de ce projet sont :

L'exploitation et l'instauration de type de service d'information des produits des imprimeries dans la ville d'ANTSIRABE correspond effectivement à l'attente de la population.

- la proclamation des informations qui touchent le milieu local.
- la diffusion d'actualité pour influencer le dynamisme et la rapidité du développement de la région concernée.

## **1.5 Intérêt**

- La mobilisation des ressources humaines, ceci exige donc de se préoccuper de ce que la population sait du développement d'une presse et de ce qu'elle en pense, surtout encourager les attitudes et les coutumes sociales et développer les connaissances au favorable.

- l'amélioration des savoirs des gens dans l'exécution de leurs vies active
- la source d'emploi.

## **Section 2 : Caractéristique du projet**

### **2.1 Définition de la presse écrite**

La presse écrite est un support écrit paraissait régulièrement donnant des nouvelles politique, littéraires, scientifiques etc. et mis en vente au public (qui sait lire et comprendre l'option de langage utilisé) à un prix, fixe les conditions suivantes :

- au minimum quatre fois par semaine pour un quotidien
- une fois par semaine pour un hebdomadaire
- au moins une fois par mois pour un mensuel
- au moins deux fois par mois pour un bimensuel
- une fois tous les 3 mois pour un trimestriel
- une fois tous les 6 mois pour un semestriel
- au moins deux fois tous les 3 mois pour un bimestriel.

### **2.1.1 Les différents types de la presse écrite**

Il y a plusieurs types de la presse écrite :

- presse littéraire : support écrit destinée à produire chez l'homme à un état de sensibilisation et d'éveil plus moins lié au plaisir esthétique.
- Presse religieuse : support écrit permettant l'expansion d'un sujet d'ordre christianisme
- Presse écrite de développement
- Presse politique : support écrit proclamant le mode, l'administration et le mouvement gouvernemental
- Presse semi politique : support écrit parlant un sujet d'ordre socio-économique et culturel, aussi les mouvements politique gouvernemental.

A propos des types de presse cités, certains choisissent la langue unique, certains sont bilingues (étrangère et en langue nationale officielle), aussi quadrilingues.

Parmi les différents types de presse écrite cités ci-dessus, nous nous intéressons à la presse écrite de type semi politique, développement, quadrilingue. La raison de ce choix est dans le but de diriger la population de la côte Nord d'être au courant et conscient de toutes les infrastructures sociales de la zone, aussi politique au niveau national.

« A Madagascar la loi 90-031 du 21/12/90 réglemente la profession journalistique.

### **2.2 Définition d'un journaliste professionnel**

Selon l'ordonnance 40 de la loi 90-031

Un journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale et régulière, l'exercice pour son compte ou pour celui d'autrui, de l'une des activités intellectuelles qui comporte la confection d'une publication quotidienne ou périodique, écrite, radio diffusée, télévisée, filmée ou photographique et qui en tire l'essentiel de son revenu.

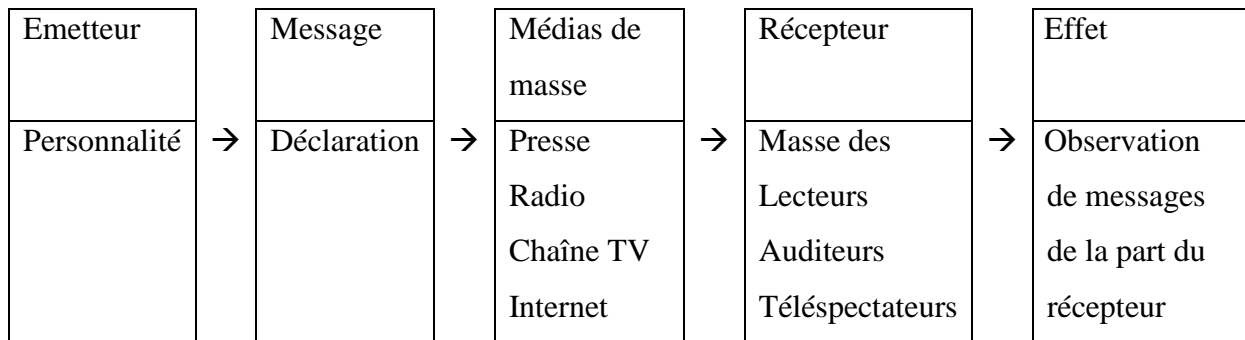
La presse écrite et journalistique, deux activités complémentaires. Grâce aux diverses données collectées par les journalistes, on fait la synthèse suivie de la production de la presse écrite.

## 2.3 La communication de masse

Dans toute communication interviennent :

- un message, parlé vu écrit, le plus souvent, mais on peut aussi utiliser le langage de l'image ou son,
- l'émetteur : personne qui est l'auteur du message,
- le récepteur : personne auquel il est destiné,
- un moyen de communication qui rend matériellement possible la transmission du message
- effet : c'est l'évaluation de la message ou l'importance de la valeur en message en question.

### **Graphique 1: Processus des éléments de communication**



## 2.4 Les moyens d'infos

### 2.4.1 Structure

#### a- La presse écrite

Madagascar dispose cinq quotidiens nationaux : Midi Madagascar, Gazetiko, Madagascar Tribune et l'Express de Madagascar et la Gazette de la Grande île

Ils sont publiés 6 jours par semaine avec un énorme tirage, total

Ils sont distribués à travers un réseau d'abonnement, des kiosques, de crieurs, des grandes surfaces, des librairies.

Environ 75% des numéros sont publié et vendu dans le capital (Tanà), lieu de publication et de la plus fortes concentrations de lecteurs.

Néanmoins, au moyen des avions et taxi-brousse, ils pénètrent dans toute les grandes villes de l'île.

Madagascar dispose une quarantaine d'autres publications privées paraissent aussi régulièrement, au rythme hebdomadaire, mensuel, trimestriel... avec un vaste tirage total.

Comme les Grands quotidiens, ils sont taxés à 90% dans la Capitale et distribuent leurs publications surtout dans les grandes villes. Certains possèdent leurs propres imprimeries et les autres sont imprimés chez des presses indépendantes.

Madagascar dispose des presses associatives et ses organes de développement souvent publié au rythme mensuel ou trimestriel... En plus des librairies et des souscriptions, cette presse comme les Ecclésiastiques transistant souvent par les Ecoles, les Associations et d'autres circuits informels.

### **b- Radio**

La radio est un moyen d'infos très efficace pour la diffusion de l'infos. Elle peut informer les personnes qui ne peuvent lire les journaux. Elle donne des instructions et des conseils en matières d'agriculture, de santé ou de développement communautaire ; complète l'enseignement scolaire ; instruit les individus et les groupes qui ne peuvent fréquenter l'école ; répands la connaissance de la musique ; diffuse des programmes récréatifs : musique populaire, comédie, drames à épisodes, variétés, sport...

La grande île dispose :

- deux chaînes nationales : RNM1 et RNM2
- des stations à tendance politique : Antsiva, Ravinala...
- des stations internationales : RFI, BBC...
- des stations à tendances religieuses.

### **c- Télévision :**

Dans le cadre de développement de la population, des influences s'opère est en faveur de la création d'une chaîne TV. National et/ou locale est une question de prestige.

La grande île possède :

- Une chaîne nationale TVM.
- Trois banques satellites (Canal satellite, Parabole Madagascar, TVF)

En outre, chaque région de la grande île possède, la chaîne privée pour le développement du local.

### **d- Internet**

Moyens de communication qui donne des informations et renseignements de tout ce qui est sur la planète. En l'an 2003, huit fournisseurs lisent les ménages Malgache à l'Internet. Avec leurs bureaux et leurs serveurs principaux à Antananarivo, ils fournissent les services Internet surtout dans la capitale.

Trois chefs-lieux de province ; FIANARANTSOA–TOAMASINA– ANTSIRANANA ont également leurs propres serveurs. Par biais e serveur d’Antananarivo, les habitants des autres grandes villes font la connexion.

A noter que les informations dont on a besoin se trouve sans difficulté dans l’interview (comme : revue, livre, Cinéma...) Il s’agit de faire la recherche dans les moteurs recherches automatiques

### **2.4.2 Contenu**

Compte tenu de la vive concurrence qui règne l’actualité, chaque gérant de média cherche à trouver son propre créneau. Si on remarque les grands quotidiens, les stratégies se révèlent clairement. Midi et Gazetiko (public exclusivement en langue malgache cible un public de masse. Ayant la même âge parmi les quotidiens. Ils occupent le 1<sup>er</sup> rang à la course des recettes publicitaires. Surtout Midi plus de la moitié de ces pages est consacré à la publicité.

Contrairement, tribune (publié en langue française) cible un marché d’intellectuel. Par rapport aux autres, son contenu favorise la culture, les actualités internationales, la politique, l’économie et le développement, la mondialisation, les grands problèmes à l’échelle planétaire.

L’Express a choisi un pas intermédiaire.

**Tableau n° 4: Contenu des trois quotidiens nationaux (analyse sur trois semaines)**

	<b>Midi</b>	<b>Expresse</b>	<b>Tribune</b>	<b>Gazetiko</b>
Publicité	0,52	0,37	0,21	0,37
Services	0,22	0,22	0,2	0,21
Jeux, services, divertissements	0,12	0,18	0,18	0,14
Nécrologie et divers	0,09	0,04	0,07	0,07
Culture	0,12	0,17	0,22	0,17
Sport, culture et musique	0,07	0,12	0,13	0,11
Société	0,04	0,05	0,09	0,06
Religion	0,00	0,00	0,01	0,00
Actualité	0,03	0,11	0,14	0,09
Régionale	0,01	0,03	0,03	0,02
Internationale	0,01	0,06	0,10	0,06
Diplomatie, Coopération	0,01	0,02	0,01	0,01
Politique	0,06	0,05	0,11	0,07
Economie	0,03	0,05	0,06	0,05
Développement	0,02	0,04	0,02	0,04
Santé	0,01	0,01	0,02	0,01
Education	0,01	0,01	0,01	0,01
Environnement	0,00	0,01	0,01	0,01
Presse	0,00	0,00	0,01	0,00
Autres	0,06	0,01	0,01	0,01
total	1,00	1,00	1,00	1,00

*Source* : Les médias malgaches : floraison spontanée d'une ressource nationale (Août 2003)

Concernant les stations radio, compte tenu du nombre élevé de concurrents, il existe presque autant de créneaux que de fans. Les uns se consacrent uniquement à la musique, d'autre à la religion certains à la politique, aux actualités, aux divertissements et aux sports et ou loisirs.

Le contenu à vocation éducatif et du développement reste principalement le domaine de RNM et des médias associatifs et religieux.



Concernant les stations télévisées, compte tenu des divers concurrents, chacun cherche des programmes qui attirent les publiques. Presque la majorité favorise les actualités nationales, internationales, la politique, film feuilletons, l'Economie et développement.

Pour le cas de l'Internet, il contient un très vaste domaine d'infos international, national et autres de tous les pays.

### 2.4.3 Source des données

Les programmes et reportages de contenu local prédominent la plupart des médias Malgaches. Pour cette raison, les médias utilisent rarement des Agences de presse et d'autres services payants.

Le reportage international repose surtout sur les résumés de la radio, la télévision, et le journal internationaux ainsi que l'internet. D'après nos enquêtes auprès de quelques journalistes.

Ceux-ci ont rarement reçu une formation très large en journaliste. La plupart acquiert l'expérience pratique du travail par une formation sur tas.

### 2.4.4 Circuit de distribution

Au niveau de distribution, les médias écrits commerciaux et politique distribuent aujourd'hui principalement en milieu urbain à travers une panoplie de circuits.

Les grands quotidiens favorisent les crieurs ambulants qui distribuent plus de la moitié des journaux à pied.

Les hebdomadaires et le mensuels favorisent les librairies et les journaux politiques dans les Kiosques.

Les ONG et associations distribuent à travers leurs associations et les écoles

**Tableau n° 5: Circuit de distribution des médias écrits**

Catégorie de presse	Abonnement	Librairies	Kiosques	Crieurs	Eglise	Informels	Association	Ecole
Commerciale privée								
quotidien. National	19%	16%	8%	57%		19%		
Hebdomadaire, mensuel	12%	69%		-				
Politique	20%	-	60%	15%				
Religieuse	-	-	-		100%			
Développement	5%	10%					45%	40%

Source : Enquête auprès des Médias

### **2.4.5 Rentabilité**

En terme purement commercial, la publication religieuse, de développement et de caractère politique est par contre uniformément non rentable. Leurs buts ne sont pas lucratifs. Ils cherchent à propager leurs messages à travers une population à revenu générale modeste. Les ventes, sources principales de recette, couvrent environ la moitié des coûts de Production et de distribution. Donc c'est la subvention venant des sponsors (les bailleurs ou les partis politiques...) qui assurent le complément.

Pour le cas de Télévision et Radio, privée ne voulaient pas en général, non dévoiler, et état de leurs fin. Ce qui est certain des qu'elles éprouvent une concurrence très rude une part de ces provenant des petites annonces et la publicité.

## **2.5 Service dont dépend le développement des moyens d'information**

### **2.5.1 Alphabétisation**

Le développement de tout moyen d'infos écrites dépend de l'Alphabétisation. Actuellement, toute sorte des infos écrites est destinée uniquement à la personne sait lire et comprendre la langue utilisé.

Dans la région Nord de Madagascar, plus précisément ANTSIRANANA, le taux d'alphabétisation atteint 49,1%. Ce qui veut dire environ la moitié de population sait lire.

### **2.5.2 L'Enseignement**

L'Enseignement représente à la fois le véhicule principale de l'instruction et l'une des conditions essentielles du développement des moyens d'infos. L'école assure l'Alphabétisation. Elle fait naître les intérêts et les besoins que les moyens d'infos sont appelés à satisfaire.

### **2.5.3 Electrification**

L'électricité occupe une grande place dans le développement d'une Nation. Presque tout fonctionnaire d'activité dépend à elle.

Grâce à l'électricité les moyens d'infos assurent leurs services quotidiens.

## **2.6 Les Organes responsables de la communication**

### **2.6.1 Organe de presse**

Ce sont des moyens d'infos compose de 4 éléments : stations Radio, Télévision, presse écrite et le film.

## **2.6.2 Agence de presse**

Il consiste à mettre en valeur les infos utilisées par les journaux. Elle s'exécute dans la collecte et les traitements élémentaires des infos qu'elle vend ensuite à leurs abonnés c'est-à-dire au Organes de presse. Cette activité connaît aussi un important mouvement de concentration au niveau mondial. Il fournit par le téléimprimeur des nouvelles intérieurs et étrangère aux organes de presse (ex : APF)

## **2.6.3 Entreprise média**

Ne sont les Entreprises comme les autres, en promettant la communication de masse, elle joue un rôle essentiel dans la transmission des infos, et dans la révélation de l'opinion public. (ex : cybercafé)

## **2.7 Description d'une mission d'édition**

C'est un appartement où on trouve les exploitations des activités principales de l'unité. Trois fonctions occupent l'appartement, à savoir : la fonction administrative et financière, la fonction commerciale et la fonction technique.

## **2.8 Motivation de recherche de partenaire.**

C'est dans le contexte favorable que les promoteurs recherchent des partenariats financiers à savoir : situation monétaire stable, stabilité politique, social et croissance économique sur le plan global.

D'une part, pour concrétiser ce projet, nous sollicitons l'intérêt d'un établissement financier dont l'octroi d'un crédit pour financer le programme d'investissement à moyen terme.

D'autres part, nous pouvons obtenir d'une proposition de crédit fournisseurs démontrant ainsi la confiance entre les fournisseurs des matériels et les promoteurs de ce projet.

## **2.9 Caractéristique technique**

Des contrats auprès de fournisseurs de matériels d'imprimerie sur le plan technique, les matériels disposent de plusieurs avantages répondant à l'attente de promoteurs tel que :

- Capacité de production à grande vitesse.
- Délai de réalisations réduites.

## **2.10 Caractéristique administratives**

Ce projet sera de type SARL ou l'entrepreneur assure le fonctionnement des trois responsabilités à savoir : la fonction administrative et financier, la fonction commerciale et la fonction technique.

## **2.11 Activité principale envisagée**

L'activité de cette entreprise concerne les articles suivants

- Collecte des informations et la vente par le biais de presse écrite sur le marché.
- Travaux d'édition diverses comme : calendrier- ticket de jeu, formulaire, carte, édition

## **2.12 Identité de l'entreprise**

Dénomination : Réveil de la côte nord

Forme juridique : SARL

Capital : 120 000 Ariary

Compte courant de promoteur : 150 000 000 Ariary

Activités : Vente journalière de la presse écrite et offre des sièges sociales : service en matière d'imprimerie

Siège social : 15 élue Duguany du troussi Bazary kely.

RCS n° :

NIF n° :

## **CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE**

Pour lancement d'un produit nouvel un de marché, il est indispensable de faire une étude prolongée des différents aspects auxquels la production envisagée sera atteinte. Aussi cette étude se rapporte :

- Au produit qu'il convient de fabriquer et qui se vendrait le mieux
- Au consommateur pour prévoir les débouchés le mode d'achat et le prix.
- A la distribution à établir ou adapter selon la force de vente les charges commerciale et de promotion.
- A la concurrence pour adopter la meilleure stratégie selon le cycle de vie du produit.
- A l'information économique : sur tout ce qui influence l'offre et la demande en raison de variation politique, démographique, monétaire...

Par définition, un marché est le lieu (réel ou fictif) de rencontre des offres et des demandes et où se déterminent les prix des produits échangés.

Pour que le marché subsiste, il lui faut trois éléments :

- Un besoin : clairement solliciter et susceptible de s'exprimer par une demande solvable.
- Une demande : correspond à un achat de biens et service pour satisfaire un besoin.
- Une offre correspond à la vente (de biens et services.)

### **Section 1 : Evaluation et analyse**

#### **1.1 Généraliste du marché**

Actuellement, la difficulté de communication dans les provinces par le moyen de transport pose un très grave problème au niveau de publication à jours des informations écrites venant de tananarive. Aussi la majorité des organes de presse sont concentré à Antananarivo. Certains cible leurs ventes uniquement dans le capital. Seulement quatre types de quotidiens des organes ciblent leur part de marché dans tous les territoires nationaux, mais le problème, il arrive en retard. Quelque fois un jour ou deux jours après publication à Antananarivo, ils arrivent en province.

## **Section 1 : Etude et analyse**

### **1.1 Généralité du marché**

Actuellement, environ 75% des numéros publiés circulent à Antananarivo lieu de publication et de la plus forte concentration du lecteur. Seulement cinq quotidiens Nationaux pénètrent dans toutes les grandes villes de l'île parfois irrégulière. Ce n'est pas forcément toutes les informations transmises qui touchent facilement les lecteurs mais uniquement ce qu'il est concerné de près. L'hors de notre étude de marché, nous avons constater que ce projet peut être abouti étant donné que ce sera le première journal local installé pour répondre au besoin d'information d'une société.

### **1.2 Ciblage des divers médias**

#### **1.2.1- La presse écrite cible forcément une population lettré.**

Pour cette raison, elle capte plus facilement les populations urbaines généralement aisées.

#### **1.2.2 La presse religieuse et des associations de développement :**

Ciblent principalement les mondes ruraux. Elles distribuent à travers les églises, les associations, les écoles et d'autres circuits informels.

#### **1.2.3 La presse confessionnelle**

C'est une presse à but non lucratif, représente l'un des médias à cibler explicitement les ménages ruraux.

#### **1.2.4 La radio national Malgache (RNM)**

Seule à diffuser sur l'ensemble du territoire national, capte de loin l'audience la plus grande en milieu rural.

### **1.3 Part de marché visé**

Pour les publicités :

- Région SAVA
- Région DIANA

Point de vente : des journaux

- Province d'ANTSIRABE
- Vente par fivondronana
- Antsiranana 1, Antsiranana 2
- Région DIANA.

**Tableau n° 6: Nombre de revendeur des jours.**

<b>Région</b>	<b>Nombre de revendeur</b>
ANTSIRANANA	4
AMBILOBE	2
AMBANJA	3
NOSY BE	3

Nous préférons seulement de vendre notre produit dans l'enceinte de la région de DIANA pour des raisons suivantes :

- Insuffisance de route pour aller dans les autres fivondronana comme SAMBAVA, ANTALAHA, VOHEMAR, ANDAPA.
- Irrégularité des transports par voie aérienne vers les régions citées ci-dessus

## **Section 2 : Analyse de l'offre**

### **2.1 Caractéristique du service offert**

Sans contester, il est primordial de connaître le service que peut acheter notre futur clientèle avant de définir définitivement notre politique commerciale, les avantages qu'ils apportent aux demandeurs, les gammes de services et les prix.

Pour ce faire nous avons établi pour nos clients une diffusion simultanée des réalités intérieures ou étrangères pour répondre à leurs besoins par l'utilisation des techniques avancées.

- **Nature du quotidien :**
  - Douze (12) pages
  - Quadrichromie
  - Bilingue :
    - Plus de la moitié en langue Malgache. C'est à dire en langue locale.
    - En langue française pour le reste
  - Publiés six jours par semaine.

- Tirage totale environs 19685 exemplaires
- Réseau de distribution de vente :
- Les réseaux d'abonnement
- Les crieurs
- Les librairies
- **Contenus :**
  - Article de rédactions :
    - International
    - National :
      - \* Régional 75%
      - \* National 25%
      - \* Sport : national, régional, international
      - \* Société : Régional- National
      - \* Politique : régional national, international
      - \* Economie : régionale, national, international
      - \* Page Malagasy : fonction diverse
  - Publicités (payantes)
  - Informations pratique :
    - Service d'urgence
    - Mouvement des avions
    - Pharmacie de garde
  - Loisirs

## **2.2 Les concurrents**

Ce sont des organes de presses qui pratiquent la même activité que le notre. Ce sont les grands quotidiens édités à Antananarivo comme : Midi Madagascar, Madagascar Tribune, Expresse de Madagascar, la gazette de la grande île, Lakroan'i Madagascar, Gazetiko. Ainsi que des Revues et des magazines diverses comme: dans le médias du demain, jureco, revue de l'océan indiens, jeune Afrique intelligent, voici...



**Tableau n° 7 : Situation des concurrents.**

<b>Organe de presses concurrentes</b>	<b>Force</b>	<b>Faiblesse</b>	<b>opportunité</b>	<b>Menace</b>
Midi Madagascar	Connue dans les régions de	Très critiquer dans sa neutralité politique. Diffusion des informations mal fondées (ex. : crise 2002)	Contenue plus chargés à la différence des autres journaux	Croissances et expansion des divers concurrents
Madagascar Tribune	Connue dans toute les régions Contenue très attirante	Langue employée uniquement française, cible un marché intellectuel	Stratégie bien définie	
Gazetiko	Nombre de lecteur très élevé. Prix accessible pour tous			
Expresse de Madagascar	Connue dans toute les régions de l'île			
Revue et magazines				

**Leur part de marché :**

Les quatre quotidiens se partissent dans plusieurs localités comme ANTSIRANANA, AMBILOBE, AMBANJA, NOSY BE et SAVA.

**Tableau n° 8 : Les concurrents au niveau national**

<b>Désignation</b>	<b>Part de Marché</b>
Telonohorefy	Tananarive.
Ngah	Tananarive
Lakroan'i Madagascarar	National
Imongo vaovao	Tananarive
Fafana	Tananarive
Sarobabay	Tananarive
Gazety soa ho antsika	Tananarive
Malaza	Tananarive
Ny sakaizan'ny Tanora	Tananarive
Ny mpamangy	Tananarive
Gazetiko	National
Midi Madagasikara	National
Malaza Mada	Tananarive
Madagascar Tribune	National
Expresse de Madagascar	National
Les nouvelles	Tanà
Taratra	Tanà
La Gazette de la grande île	National
Hebdo Madagascar	Tananarive
Ao raha	Tananarive
Mahery	Tananarive
Vidy varotra	Tananarive
Vaovao antsika	Tananarive

▪ **Concurrent international**

Il y a autant des concurrent internationaux à l'instar de :

- Jeune intelligent
- Voici : ouvrage réservé uniquement pour commenter mondialité du SAOW BUSINESS
- France-foot

Ces contenu favorisent les actualités internationales, la mondialisation, les grands problèmes à l'échelle planétaire et cible des marché intellectuelles. Leurs prix sur le marché varie de 2500Ariary à 8000Ariary.

### Section 3 : Analyse de la demande

La demande est constituée par l'ensemble des besoins susceptibles d'acheter nos produits.

D'après les enquêtes effectuées au niveau de chaque sous préfecture, nous avons obtenu des résultats suivants :

**Tableau n° 9 : Enquête auprès de population locale**

Sous préfecture	Etudiant			Non étudiant			Parents (adulte)		
		Oui	Non		Oui	Non		Oui	Non
Antsiranana 1	20	17	3	15	7	8	16	16	-
Antsiranana 2	12	11	1	16	12	4	8	5	3
Ambilobe	8	5	3	6	3	3	9	6	3
Ambanja	9	4	5	8	4	4	6	4	2
Nosy be	14	10	4	12	8	4	8	6	2

Nous sommes donc sur et certain que les étudiants et les parents qui sont les premiers à apprécier l'existence de ce quotidien.

#### 3.1 Evaluation de la demande

Notre cible est composée l'ensemble de la population du locale, surtout les jeunes étudiants et les parents seront largement des futurs acheteurs potentiels de notre produit lors de l'enquête effectuée sur terrain.

**Tableau n° 10 : Consommation annuelle des concurrents au niveau national.**

Désignation	Consommations annuelles
Midi Madagascar	
Expresse	3 432 000
La gazette de la grande île	17 160 000
Gazetiko	17 160 000
Lakroan'i Madagasikara	

*Source : enquête au niveau des organes*

### 3.2 Analyse de l'achat

Les attitudes et les motivations sont les essentiels éléments de base pour la décision d'achat.

Les principales motivations d'achat qu'on constate quotidiennement sont les suivantes :

- L'utilité et stabilité
- L'orgueil, la considération, la notoriété
- La nouveauté, le changement, la notoriété
- Qualité, prix.
- La nouveauté, le changement, l'attrait future.
- Le confort, la commodité, le plaisir.
- La bonne attente, l'affection.

En matière de presse, la fréquence d'achat est basée sur les contenus intégraux. La tentative d'achat sera caractérisé par la sensibilité un sujet envers le public et aussi de l'ordre de traitement du sujet qui révèle les priorités de la rédaction.

### 3.3 Analyse comparative des prix

Avant pénétrer le marché de la région, nous devons faire premièrement l'analyse et l'observation au niveau de prix. La détermination de prix est basée sur la connaissance du marché et de la capacité d'absorption sur le plan de la vente et sur les études de rentabilité.

Dans la pratique, la procédure de fixation de prix est multiple.

Nous avons tenir compte les trois éléments suivants pour la fixation de tarif à appliquer sur notre produits :

- La concurrence
- Les coûts
- La demande

Voici le tableau qui donne les tarifs pratiquer par les concurrents.

**Tableau n° 11: Tableau comparatif des prix pratiqués.**

<b>Désignations.</b>	<b>Unités.</b>	<b>Prix des concurrents sur le marché.</b>
Midi Madagascar	1	300
Expresse de Madagascar	1	200
Gazetiko	1	100
Lakoroan'i Madagascar	1	200
La gazette de la G I	1	500

## Section 4 : Stratégie commerciale envisagée

La stratégie que l'unité envisage est tout simplement la planification du marketing mixte. Cette dernière intègre l'ensemble de variables dont l'entreprise dispose pour influencer le marché cible.

Tout variable, susceptible d'apporter l'influence sur le comportement de l'acheteur fait donc partie du marketing mixte. Ces variables sont les suivantes :

- La politique de produit,
- La politique de prix,
- La politique de distribution,
- La politique de communication,
- Le pouvoir,
- Le public,

### 4.1 La politique de produit

Tout d'abord, on peut définir un produit comme étant tout ce qui a vendu par l'entreprise sur un marché, que se soit bien ou services.

Les biens sont des produits tangibles, palpables, concrets, présentés aux consommateurs : « biens de consommations » : produits nécessaires pour satisfaire les besoins courants ; « biens d'équipement » : produits pour le fonctionnement de l'entreprise.

Les services sont les produits immatériels, intangibles donc non stockables. Ils sont simultanément produits et consommés sans transfert de propriétés.

- **Cycle de vie de**

- **Pré lancement** : cette période se situe aux moments des études préalables qui occasionnent les dépenses sans contrepartie.

- - **Lancement : 3 mois à 6mois.**

C'est une période cruciale car nous prendrons le risque d'agir pour aboutir à la pénétration, à l'obtention de la part de marché visé.

- - **Croissance : 1 an à 2 ans.**

C'est une période critique par la réaction de la concurrence, bien qu'encore au niveau oligopole et par le développement rapide des ventes.

- **-Maturité : 3ans à 4ans.**

C'est une période euphorique, car la plus profitable, mais menacée, car on courrait pendant une partie de son temps une situation insuffisante même si la part de marché visé est conquise.

Cette situation débute à la chute lente du volume de vente

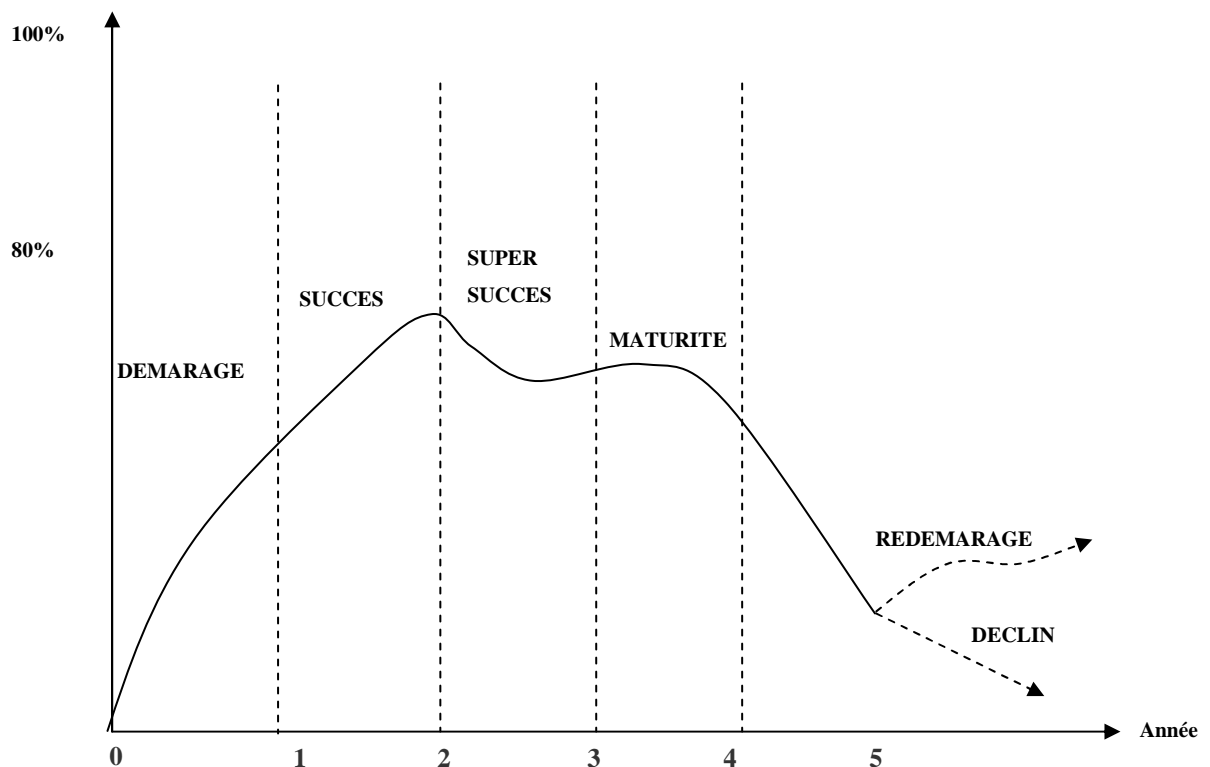
- **- Déclin.**

C'est une période dangereuse du cycle de vie, parce qu'elle peut aller jusqu'à dégrader l'image de l'entreprise à cause des chutes de vente.

Quelques symptômes pratiques de la phase sont les suivantes:

- présence de nouveau concurrent sur le marché,
- modification de la nature de la clientèle,
- limitation des ventes au réapprovisionnement

**Graphique 2 : Cycle de vie de produit**



- **Démarrage**

Phase de lancement des produits à l'aide d'une station radio et télévision.

- **Succès**

Notre produit en question est déjà connu sur le lieu, sur la région (et au niveau national).

▪ **Supersuccès :**

Notre produit atteint le niveau maximum de vente comme niveau national.

▪ **Maturités :**

Vente en moyenne de produits, allure constante.

▪ **Déclin :**

Après avoir effectué les différentes étapes de cycle de vie de produits, le public apporte ses jugements. Soit il arrive à maintenir son succès, soit il le perd.

**4.2 Politique de prix :**

Le prix c'est une unité monétaire échangée convenablement à la valeur d'un produit. Le choix d'une stratégie de prix implique l'élaboration d'un tarif pour les produits qui doivent en cohérence avec les trois autres composantes du marketing mixtes ainsi qu'avec sa stratégie générale.

En matière de prix, les décisions relèvent à la fin du marketing stratégique et du marketing opérationnel. Elles déterminent vraiment les succès de l'unité sur son marché. Pour fixer le prix, six contraintes doivent résoudre par l'unité.

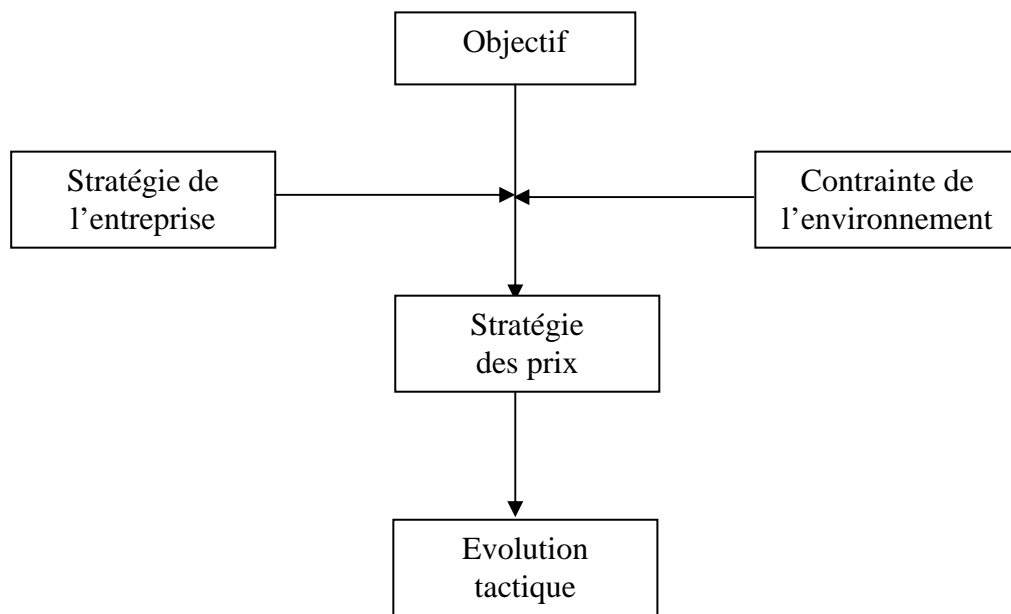
Elle doit :

- Analyser la concurrence
- Choisir parmi les différentes méthodes de tarifications (coût de revient réel de production plus marge, point mort, prix du marché,...)
- Déterminer ses objectifs, profits, chiffre d'affaires, croissance,
- Evaluer la réaction du marché pour l'analyse de la demande
- Estimer ses coûts pour différent niveau de production
- Procéder au choix final en tenant compte de dimensions psychologiques attachées sur prix.

Les facteurs à prendre en compte pour l'élaboration d'une politique de prix.

**Tableau n° 12: Etablissement de prix**

<b>Facteurs externes</b>	<b>Facteurs internes</b>	<b>Sensibilité aux prix des consommations</b>	<b>Importance du marché</b>	<b>Stratégie des concurrents</b>
Fournisseur Distributaires Fiscalité.	Condition de produit de l'entreprise	Selon les produits et le mot d'achat	Calcul de marché potentiel ouvert par certain niveau	Agressivités en matière de prix



En général le prix est déterminé à partir de trois entrés :

- **Le coût** : le prix de revient (total des changes)  

$$\frac{+ \text{Une marge}}{\text{Prix de vente}}$$
- **Demande** : Déterminant le prix psychologique  
 Prix de revient  
 Marge.
- **Concurrence** : c'est le prix de renferme.

La décision d'être moins chers, plus cher c'est une question adressée au niveau des coûts :

- Une hausse des coûts entraîne automatiquement une hausse de prix pour garder la marge de profit.
- Inversement, une baisse de prix peut signifier une baisse des coûts pour la hausse des ventes, donc celle de la protection qui fait que les charges sont à diviser par une quantité plus grande.

**Prix de Vente** : quelle rentabilité :

- Sur le prix de revient
- Sur le capital investis

Relation de prix/Qualité.



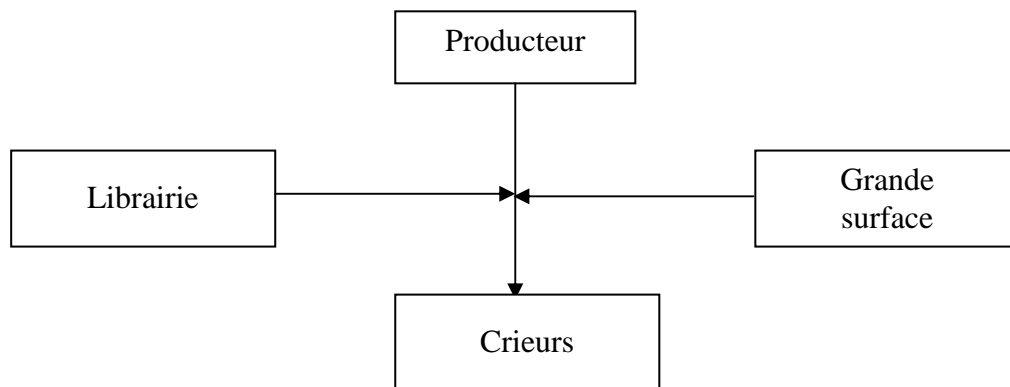
### 4.3 Politique de distribution.

La distribution est l'ensemble des opérations ou activités s'exerçant depuis le moment où les marchandises, sous leurs formes d'utilisation, entrent dans le magasin commercial du producteur, jusqu'au moment où le dernier acheteur (consommateur ou utilisateur) en prend livraison.

Un circuit de distribution montre le chemin qui traverse le produit fabriqué par le producteur vers l'endroit où se trouve le consommateur. Quelque fois ce chemin est plus ou moins long selon le nombre d'intermédiaire.

Concernant la distribution du produit en matière de la presse écrite, le producteur cherche le point de vente mais c'est le revendeur qui se charge du frais de transport.

#### **Graphique 3: Circuit de distribution**



### 4.4 Politique de communication

C'est un ensemble de moyens et techniques utilisé par l'entreprise pour lancer son produit auprès d'une audience vaste et hétérogène.

Pour le lancement de notre produit, nous avons le programme de communication marketing comme :

- Publicité (communication de vente)
- Force de vente (communication personnalisée)
- Relation publique
- La vente

## **4.5 Publics**

Il désigne l'ensemble des personnes qui sont réunies dans un lieu bien déterminé ; aussi ses jugements semblent efficaces pour le jugement de notre produit. C'est par le jugement du public on trace le cap pour le développement de la vente de notre produit.

Dans notre cas, les publics cibles sont les étudiants et les parents. Ils font plus vastes parts sur le marché lors de notre étude sur terrain.

## **4.6 Le pouvoir**

C'est la possibilité financière d'une population à participer sur l'achat d'un bien ou services données. Il dépend beaucoup du niveau de revenu de chacun et chaque foyer.

## **CHAPITRE III:THEORIE GENERALE SUR LES CRITERES D'EVALUATION**

L'évaluation a pour objectif de rassembler et se présenter les faits économiques et (pour) financière pour analyser la rentabilité du projet. Elle va permettre de prendre les décisions :

- analyse de la rentabilité commerciale
- analyse de la rentabilité sur le plan national ou analyse de la rentabilité économique.

### **Section 1 : Les outils d'évaluation**

Pour mesurer la rentabilité économique d'un investissement, la théorie microscopique classique retient quatre méthodes d'appréciation :

- valeur actuelle nette (V.A.N)
- taux de rentabilité interne (TRI)
- délai de récupération de capital investi (DRCI)
- indice de profitabilité (IP)
- autres indicateurs

#### **1.1 Valeur actuelle nette (VAN)**

Retenons que la mesure de la rentabilité des investissements repose essentiellement sur le concept du cash-flow.

##### **1.1.1 Définition du cash-flow**

Un cash-flow est le solde des flux de trésorerie engendrés par un investissement à la clôture d'une période.

Supposons que les cash-flow prévisionnels de plusieurs projets d'investissement aient été déterminés avec précision considérée comme « suffisante », la méthode de la valeur actuelle nette conduit à actualiser tous les cash-flow c'est-à-dire à remettre leur valeur à l'époque zéro et à les additionner. L'investissement dont la valeur actuelle nette est la plus élevée sera considérée comme le plus rentable.

### 1.1.2 Formule

VAN = Somme totale de la marge brut d'autofinancement actualisé – capital investi

$$VAN = \sum MBA_{actualisé} - C$$

Tel que MBA = Résultat net d'impôt + amortissement

(chez calcul)

$$MBA_{actualisé} = (\text{Résultat net} + \text{Amortissement}) (1 + i)^{-n}$$

i = taux d'actualisation

n = durée

C = Capital investi

### 1.1.3 Interprétation

- La VAN augmente quand la durée du projet la rentrée de caisse augmente
- La VAN diminue quand le taux d'actualisation et la sortie de caisse augmente
- VAN = 0, le résultat est nul c'est-à-dire ni perte ni bénéfice
- VAN > 0 : la rentabilité est supérieure au taux exigé i
- VAN < 0 : la rentabilité est inférieure au taux exigé i

## 1.2 Le taux de rentabilité interne (TRI)

Le TRI d'un projet d'investissement est le taux qui permet d'égaliser le décaissement dû à l'investissement au VAN prévisionnel pour le même investissement.

Autrement dit, le TRI est le taux d'actualisation qui donne la valeur actuelle nette d'un projet égal à zéro.

### 1.2.2 Formule

On utilise la méthode par interpolation linéaire pour la détermination du TRI. Pour ce faire, il faut d'abord (choisissez) trouver : \* un taux  $-(t_1)$  quelconque qui donne la VAN < 0 plus proche de zéro.

- un taux  $(t_2)$  quelconque qui donne la VAN > 0 plus proche de zéro

donc :

$$\begin{array}{ccc} VAN - & VAN = 0 & VAN + \\ | & | & | \\ t_1 & TRI = i & t_2 \end{array}$$

Si on prend un taux réel : t1 nous avons une valeur réelle v1 (négatif plus proche de zéro

T2 nous avons une valeur réelle v2 (positif plus proche de zéro)

Dans la formule :  $\frac{1 - (1+i)^{-j}}{i}$ , si on remplace i par t1 et t2 nous avons une valeur

respectivement  $x_1$  et  $x_2$

Pour VAN = 0, le rapport d'investissement sur MBA donne la valeur de  $i_x$  mais sans indication précise du taux utilisé.

Par interpolation, on a :

$$x_1 < x_0 < x_2$$

$$t_1 > i = ? > t_2$$

$$\frac{i - t_1}{t_2 - t_1} \rightarrow \frac{x_0 - x_1}{x_2 - x_1} \rightarrow i = \frac{(x_0 - x_1)(t_2 - t_1)}{(x_2 - x_1)} + t_1$$

Alors :

$$\frac{i - t_1}{t_2 - t_1} = \frac{x_0 - x_1}{x_2 - x_1}$$

### 1.2.3 Interprétation

On peut rencontrer 3 situations concernant la valeur de TRI :

- Pour  $t_0 > t$ , la rentabilité est supérieur ou taux exigé t
- Pour  $t_0 < t$ , la rentabilité est inférieur au taux exigé t
- Pour  $t_0 = t$ , la rentabilité est égal au taux exigé t.

## 1.3 Délai de récupération de capital investi (DRCI)

### 1.3.1 Définition

Le DRCI est la date à laquelle les investissements sont récupérés. Autrement dit, le DRCI est affirmé par le temps au bout duquel le cumul de la marge brute d'autofinancement est égal au montant du capital investi.

Supposons qu'après avoir actualisé les cash-flow et les cumulés, on constate que l'investissement se trouve entre le cumul de l'année « n » et « n + 1 ».

### 1.3.2 Formule

$$DRCI = 12x \left[ \frac{\text{capital investi} - \sum MBA(1+i)^{-n}}{\sum MBA(1+i)^{-(1+i)} - \sum MBA(1+i)^{-n}} \right]$$

Remarque : en général, entre les périodes (années) « n » et « n + 1 » se trouvent le montant de capital investi (sur le cumul des MBA actualisée)

Avec :

MBA = marge brute d'autofinancement

n : période

i : taux d'actualisation

## 1.4 Indice de profitabilité

### 1.4.1 Définition

L'IP est un indicateur qui précise le profit apporté pour un franc de capital investi.

### 1.4.2 Formule

$$IP = \frac{\sum MBA(1+i)^{-n}}{C}$$

Avec

MBA : Marge brute d'autofinancement

i : taux d'actualisation

n : période

C : capital investi

### 1.4.3 Interprétation

Normalement l'IP est supérieur à 1 et le surplus désigne le profit apporté par un franc de capital investi.

## Section 2 : Autres outils

### 2.1 Le seuil de rentabilité (SR)

Le chiffre d'affaires permettant d'atteindre un résultat nul est appelé seuil de rentabilité. Il est donné par la formule suivante :

$$SR = \frac{CA \times CAF}{MSCV}$$

Avec

CF = coût fixe

CA = chiffre d'affaires

MSCV = marge sur coût variable

Le point mort (PM)

C'est la date à laquelle on atteint le seuil de rentabilité.

Il est donné par la formule : 
$$PM = \frac{NxSR}{CA}$$

Avec :

SR = Seuil de rentabilité

N = mois, c'est égal à 12 (activité en mois)

C'est égal à 360 (activité en jours)

## **Section 3 : Les critères d'évaluation**

### **3.1 La pertinence**

La pertinence figure parmi les critères d'évaluation d'un projet. Elle joue un rôle important pour répondre aux besoins et attentes des bénéficiaires. En outre, elle mesure la corrélation entre les objectifs du projet et les objectifs et priorités de développement sur le plan global et sectoriel ou le bien-fondé du concept du projet par rapport aux besoins réels des groupes cibles.

### **3.2 Efficience**

Elle se réfère au coût et rythme auquel les interventions sont transformées en résultat. Elle se mesure par la comparaison des coûts et des résultats. Elle se réfère à l'utilisation optimale des ressources dans la production des outputs.

Un projet est efficient lorsqu'on atteint des objectifs à moindre coût donc rentable.

### **3.3 Efficacité**

Elle est estimée par la comparaison des objectifs et des résultats (différence entre ce qui était prévu et les réalisations). C'est le degré de conformité des résultats par rapport aux objectifs.

Un projet est efficace lorsqu'on atteint des objectifs.

### **3.4 La durabilité ou viabilité**

Elle vise à évaluer la capacité de l'action ou des résultats à le poursuivre de façon indépendante après le départ de l'assistance extérieure (nationale ou étrangère). Il s'agira de la viabilité organisationnelle, technique, économique, financière, politique et culturelle.

### 3.5 L'impact du projet

Elle concerne les effets directs ou indirects apportés par le projet en question sur le plan ou social ou sur le plan économique. Il analyse les effets du projet au niveau des groupes ciblés.

La première partie de cet ouvrage nous a permis de souligner clairement que la presse écrite est un moyen de développement dépendant d'une multitude de besoins de la population : informations et éducation, distraction et loisirs sur les domaines ci-après :

- informations locales, régionales, nationales, internationales
- informations et éducation économique, politique, sociales
- musique, arts, cultures, divertissements.

Il est très intéressant de faire cette remarque que notre étude a confrontée de diverses problématiques connues :

- la pauvreté de la documentation
- l'insuffisance et indisponibilité de l'information
- la dominance d'une source non écrite qui rend difficile la compilation.

Malgré ces divers aspects, nous pouvons dire que cette première partie met en exergue l'intérêt du projet et l'opportunité présentée par l'installation de cette unité de production.



**DEUXIEME PARTIE :**  
**CONDUITE DU PROJET**

# CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION.

La faisabilité du projet dépend en partie des conditions techniques qui rendent possible la réalisation du projet Ce dernier renferme les aspect suivants :

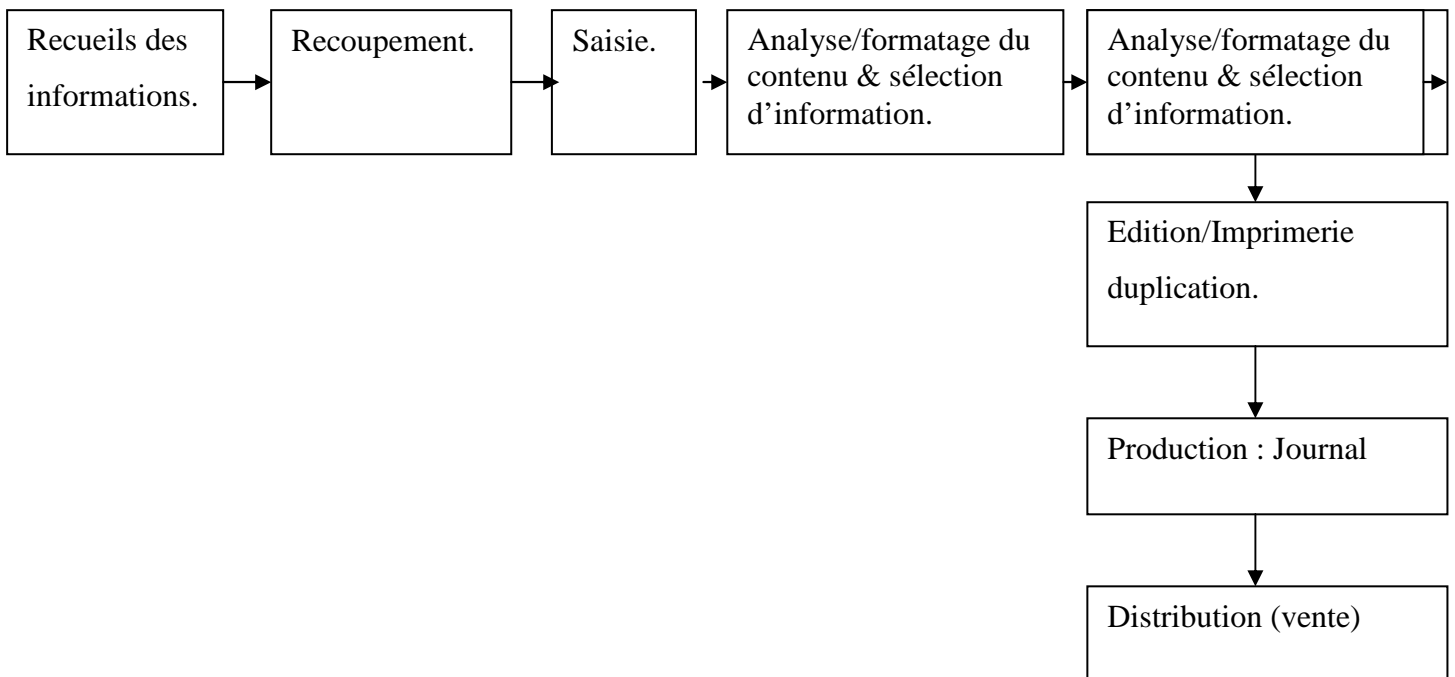
\* La spécialisation génère des effets d'expérience et d'économie d'échelle qui sont des sources de diminution de coûts. Par ailleurs, plus une firme est spécialisée plus elle atteint facilement la taille critique de son domaine d'activité.

\*La coordination accentue les liaisons de toutes les infrastructures pour arriver à l'objectif visé.

## Section 1 : Le code de déontologie

Ce code met l'accent sur les droits et les devoirs des journalistes malgaches. En général les vingt articles de ce code réglementent le métier. Quelles sont les limites du journaliste dans la diffusion de l'information, les engagements des propriétaires d'établissement de presse, la clause de conscience du journaliste dans la pratique ; bref un document qui tente de professionnaliser, protéger et préciser ce que l'on entend du journaliste.

## Section 2 : Description de production



## 2.1 Recueil des informations

Il s'agit de collecter des divers types d'information dans tout territoire de chaque sous-préfecture de la région. Il est important de savoir que le travail des recueils d'information nécessite :

### 2.1.1 La prise vocale

Il s'agit de faire par l'enregistrement avec l'appareil appelé dictaphone les faits observés et les interviews pratiqués avec les interlocuteurs.

### 2.1.2 La prise de vue

Il s'agit de tirer par l'appareil photo les faits ou événements qui se produisent et aussi quelque interview effectuée avec les interlocuteurs.

### 2.1.3 Sources des informations

**Invitation** : C'est de particulier qui donne une invitation à notre journaliste pour assister à ses réunions, conférences débats, cérémonie ...

**Rumeur** ces sont des informations transmises par le bouche à oreille, qui bien que non confirmée ni démentie par les sources officielles est admise comme vraie par une partie de population.

#### **Connections :**

- Par téléphone : c'est le particulier qui lance un appel à notre journaliste pour indiquer le lieu où se produise un événement.

**Autres** : rendez-vous donnez par notre journaliste à une partie de population pour faire l'interview de :

- portrait
- d'explication
- témoignage
- micro trottoir
- déclaration

## **2.2 Recouplement**

Il s'agit de faire une vérification très profonde de chaque information venant de collecter par notre journaliste au moyens des renseignements provenant des sources diverses .En outre, il s'agit de traiter les informations .Cinq types de questions sont indispensables :

- where => qui quoi
- what => quand
- who => où
- when => comment
- why => pourquoi

## **2.3 saisie :**

C'est un travail qui consiste à enregistrer sur un support toutes les informations venant de collecter en vue de traitement par un système informatique (PAO).i

## **2.4 Sélections d'informations :**

Après avoir fait la saisie, les informations passent à la sélection. Il s'agit de faire l'analyse /formatage de contenu. C'est un travail très spécifique qui demande un spécialisation très qualifiés, sélectionner les informations c'est de savoir qui pourront arriver à fasciner le public pour l'achat des produits (journal).

- Les informations sélectionner, ce sont les informations venant de choisir et considéré comme nécessaire à la publication.
- Les informations sélectionner: ces sont les informations qui vont être publiées dans notre journal avec l'introduction des diverses types de publicités, annonces...
- Les informations non sélectionner : sont stockés dans support CD ou autres et font l'objet d'une archive.

## **2.5 Mise en page par le programme assister par ordinateur (PAO).**

Vu l'évolution de la technologie actuelle, l'informatisation est un système de travail efficace et rapide dans tout le domaine. Les informations venant d'être sélectionner ainsi les publicités et autres sont mentionné dans une page et font l'objet de la duplication.

## **2.6 Edition /duplication :**

Il s'agit de faire la multiplication et le conditionnement des produits (journal) au nombre prévu ou estimer à vendre sur le marché. Après avoir faits les éditions, on passe directement à la distribution.

## **Section 2 : Les moyens de production**

Pour parvenir à un but, notre entité à besoin des ressources financières, matériels, humaines. Pour cela, le diagnostic et l'évaluation de celle-ci sont nécessaire pour apprécier la compétitivité de l'entité et aussi pour détecter le potentiel de ses ressources, les points forts et les points faibles de la firme.

### **2.1 Ressource financière**

Elles sont formées par l'ensemble des apports en numéraires. L'évaluation des besoins à financer et des charges d'exploitation consistent en une valorisation des grandes options retenues au niveau du projet.

Les ressource financières de l'entreprise sont composées de :

- l'apport personnel du promoteur,
- l'apport des associes,
- l'emprunt à long et moyen terme

### **2.2 Ressources matériels**

Ces sont les matériels nécessaires pour assurer le fonctionnement de l'activité de la firme. Il sont constitue par l'ensemble des immobilisations corporelles comme :

- les matériels informatiques,
- les matériels bureautiques,
- les fournitures consommables,
- les pièces de recharges
- autres

## **2.3 Moyens humains**

Il regroupe l'ensemble des personnels de l'organisation. Dans la pratique de la gestion des activités de l'organisation, il permet au dirigeant de faire une collaboration étroite et harmonieuse avec la niveaux hiérarchiques, d'identifier, d'analyser, d'évaluer et de prévoir les besoins en effectif humain qui répondront à la fois aux objectifs de l'organisation et aux objectifs particuliers des employés à travers des stratégie à court termes, moyen terme et long terme.

En outre, il faut bien mettre en place le personnel suivant leur expérience et leur technique de travail.

## CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE.

Par définition, la capacité de production correspond à la quantité optimale qu'il est possible de réaliser de façon technique par l'unité. C'est en fonction de la quantité atteints notre unité pourra établir ses prévisions de ventes.

Dans ce chapitre, nous allons voir la capacité de production de l'unité et aussi la détermination de son programme de production et de vente.

### Section 1 : Programme de production et de vente :

#### 2.1 Programme de production

Le programme de production dans notre conception s'échelonne dans une période de 5 ans. L'unité fonctionne tous les jours sauf le dimanche. Donc environs 26 jours par mois pendant 12mois notre unité fait la publication du produit (presse) sur la marche.

Pour trouver le rendement annuel, la production journalière multiplier par 26 jours puis par 12 mois. Pour la première année, nous avons comme rendement :  $26 \times 19685 \times 12 = 6141720$  publication par an.

L'estimation de production journalière et le programme de production sur cinq ans à venir sont donnés dans le tableau ci-après :

**Tableau n° 13: Plan de productions sur cinq ans**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 2
Production journalière	196 85	21 654	23 819	26 200	28 820
Productions annuelles	6 141 720	6 756 048	7 431 528	8 174 400	8 991 840

Sur ce tableau, d'évolution de production journalière ne cesse d'augmenter de l'année 1 jusqu'à l'année 5. Cela est dû pour l'augmentation des nombres de lecteur et les autres émigrants nouveaux de la grande dans la région. On estime fermement à 10% l'augmentation de production chaque année.

#### 2.2 Chiffre d'affaires prévisionnelle

Il représente les recettes sur vente de la production et les autres encaissements sur cinq périodes d'exploitation. L'analyse du prix de produit est plus importante car elle nous permet d'établir une prévision sur les chiffres d'affaires en fonction de la quantité produite. Actuellement, les tarif des journaux (quotidien, hebdomadaire...) sur la marché c'est à dire les

crieurs, varient de 100 ARIARY à 500 ARIARY. Cette différenciation de prix semble difficile à déterminer mais peut être dû à la contenance : nombre de page, l'importance de l'information etc.

Comme nous avons un quotidien de douze (12) pages, on fixera notre prix à cent soixante (160) ARIARY (pour une vente en gros). Ensuite signalons notre revendeur de les vendre à deux cent (200) ARIARY sur le marché.

En plus de la recette de la production, les recettes sur la publicité prendront part aussi dans la ressource de l'unité qu'on ne peut pas négliger.

En résumé, les recettes sur publicités venant : des annonces des ONG, des établissements du secteur public et privé, les manifestations diverses des particuliers etc. Au niveau de tarif sur la publicité, chaque organe de presse possède un tarif spécifique qui n'est pas le même avec les autres.

La production principale de notre unité ne suffit pas à renforcer ses ressources. Mais il y a la production accessoire qui nous apporte aussi des recettes qu'on ne peut pas négliger. C'est ce qu'on entend : les travaux accessoires.

**Tableau n° 14 : Chiffre d'affaires prévisionnel de la première année d'exploitation  
(montant en ARIARY)**

Libellés	Quantité	Prix unitaire	Montants
- Vente : prise écrite	6 141 720	160	982 675 200
- Publicités			12 000 000
- Productions accessoires			8 000 000
<b>TOTAL</b>			<b>1 002 675 200</b>

Le chiffre d'affaires de la première année est de 1 002 675 200 ARIARY. Ce montant est composé de la recette sur vente, sur publicité et sur la production accessoire.

Concernant la publicité, on ne tient compte pas les quantités et les tarifs unitaire mais on estime juste d'avoir une recette en moyenne qui est de 12 000 000 ARIARY. Voici un tableau montrant les tarifs sur la publicité de notre entreprise :

**Tableau n° 15: Tarif des publicités**

Libellés	[4,2 x 6,5 – 8,4 x 14]	[84,4 x 6,5 x 14]	[188 x 15 – 12,8 x – 26 ]	[12,8 x 36 – 26 x 3]
Prise unitaire HT	17 000	52 000	130000	350 000

Concernant la production accessoire, on peut citer les clients principaux à envisager.

Quant au tarif de leur commande, un contrat à débattre sur les commandes est proposé.



**Tableau n° 16 : Les établissements ciblés par la production accessoire**

<b>Désignations</b>	<b>Clients principaux à envisager</b>	<b>Résultat de production envisagé</b>
<b>TRAVAUX ACCESSOIRES</b>	SAFALTA	Calendrier, agenda semainier
	SUPERVISION MAGASIN	Calendrier agenda
	VADJI LONGWAI	Calendrier de poche
		Bon de commandes
	VAHINE	Pièce de paiement
		Travaux divers calendrier divers
		Pièce de paiement
	JIRAMA ATRES	Agenda semainier
		Bon de commande
	AUTRES	Travaux divers

**Tableau n° 17: Chiffre d'affaires prévisionnel des quatre dernières années**

<b>Libellés</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Ventes annuelles	1 080 967 680	1 189 044 480	1 307 904 000	1 438 694 400
Publicités	13 800 000	15 870 000	18 250 000	20 988 075
Productions accessoires	11 200 000	15 680 000	22 736 000	32 967 200
<b>TOTAL</b>	<b>1 105 967 680</b>	<b>1 220 594 480</b>	<b>1 384 890 500</b>	<b>1 492 649 675</b>

Chaque année, les recettes sur les sources de revenus de l'entreprise se progressent, cela est dû par l'augmentation des quantités à vendre et des commandes pour le cas de la production accessoire.

### **2.3 Calendrier de réalisation :**

Ce calendrier montre le processus sur le détail des travaux que l'équipe dirigée par le chef de projet doit entreprendre : des études de dossiers jusqu'à la phase d'exploitation.

**Tableau n° 18 : Calendrier de réalisation des travaux**

Tâches	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Constitutions des dossiers	■											
Présentation du projet		■										
Remise du projet au bailleur		■										
Etude de dossier			■	■								
Emission de lettre de crédit					■							
Constitution légale de la société					■							
Implantation						■	■					
Déblocage de crédit								■				
Commandes des équipements et matériels									■			
Recrutement du personnel										■		
Réhabilitation et Agencement											■	
Formation de personnel												■

## Section 2 : Plan de consommation de matières premières

### 2.1. Dépenses des pré-exploitations

Nous considérons que les dépenses qui se sont avant l'exploitation constituent le frais de pré exploitation. Ils seront à financer avec les investissements du départ

Ces dépenses de pré-exploitations sont formés par :

- les frais d'aménagement du local
- les frais engendrés par la demande d'autorisation d'exploitation
- les cautions de location de bureau (un mois de loyer).

**Tableau n° 19 : Détail des dépenses de pré-exploitation (montant en ARIARY)**

Désignation	Montants
Frais de demande d'autorisation et accessoires divers	100 000
Coût de l'aménagement du bureau	1 200 000
Cautions de location de bureau	1 200 000
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>2 500 000</b>

Ces frais de pré-exploitation s'élèvent à 2 500 000 Ariary et seront considérés comme des frais d'établissement. Ils seront amortis dans une période de cinq ans et leurs amortissements constituent des charges annuelles.

Ces charges se calculent comme suit :  $2\,500\,000 / 5 = 500\,000$  Ariary / an

Donc les charges annuelles sur les frais d'établissement seront de 500 000 Ariary/an

## 2.2 Dépenses en matières premières.

Elles représentent les dépenses engagées au niveau de consommations de matières utilisées.

Le tableau suivant montre la consommation de matières premières par produit durant les cinq (5) années d'exploitation :

**Tableau n° 20: Consommation des matières premières**

Libellés	Poids vu dimension	Nombre d'unité d'achat par an				
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Encres imprimante laser CANON (noir)						
Encre imprimante jet encre CANON BC 02(couleur)		2	2	3	3	3
Encre pour photocopieur		4	4	5	5	5
Papier journal (bobine de 409Kg et 38cm l)	L 38	6	6	8	8	8
Papier offset	80g, 65x100cm	830	902	992	1091	1200
Papier cartouche blanc	250g, 65x92cm	250	250	263	275	275
Papier cartouche blanc	350g, 65x100cm	70	80	90	100	110
Papier cartouche blanc	170g, 65x100cm	70	80	90	100	110
Papier cartouche blanc	115g, 65x100cm	110	120	130	140	150
Papier positif standard	55x65cm	2	120	130	140	150
Calques		40	2	2	2	2
Rame papier vélin A4		36	80	90	140	110
Rame papier grand format A3		30	30	35	35	35
Rame papier glacé A4		6	6	8	8	8
Plaque positive A3		6	6	8	8	8
Révéléateur de plaque		3	3	3	4	4
Film en rouleaux (transparent)		2	3	3	4	4
Blanchette : Recto		72	72	72	72	72
Verso		72	72	72	72	72
Plaque - recto		312	312	312	312	312
- verso		312	312	312	312	312
Disquettes		4	4	5	5	5
CD Vierge RW		3	3	4	4	4
Pellicule	36p	17	17	18	18	18
Cassette audio						
Encore offsets :						
- Bleu	Bote de 40 kg	98	103	111	114	125
- Jaune	Boite de 40 kg	98	105	113	116	129
- Rouge	Bote de 40 kg	100	107	118	120	125
- Noir	Boite de 40 kg	102	112	123	136	149
Encre quadri		2	2	2	3	3

L'évolution des matières première à acheter ne cesse d'augmenter de l'année 1 jusqu'à l'année 5. Cela est dû par l'augmentation des productions pour chaque année de notre unité.

**Tableau n° 21: Achat des matières premières durant cinq années.**

**(Montant en ARIARY)**

<b>Libellés</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Encre imprimante laser CANON (noir)	300 000	300 000	450 000	450 000	450 000
Encre imprimant jet d'encre CANON (noir)	240 000	240 000	300 000	300 000	300 000
Encre pour photocopieur	660 000	660 000	880 000	880 000	880 000
Papier journal « l 38 » (bobine 409 kg)	131 200 000	144 320 000	158 672 000	174 560 000	192 000 000
Papier offset 80g (65x100)	42 500 000	12 500 000	13 150 000	13 750 000	13 750 000
Papier cartouche blancs 250g 65 x 92g	2 772 000	3 168 000	3 564 000	3 960 000	4 356 000
Papier cartouche blancs 350g 65 x 100	5 068 000	5 792 000	6 516 000	7 240 000	7 964 000
Papier cartouche blancs 170g 65 x 100	7 964 000	8 688 000	9 412 000	10 136 000	10 860 000
Papier cartouche blancs 115g, 65 x 100	4 400	4 800	5 200	5 600	6 000
Papier positif standard (55 x 65)	10 000	10 000	10 000	13 600	13 600
Calque	1 540 000	1 760 000	1 980 000	2 200 000	2 420 000
Rame papier vélin A4	216 000	224 640	233 625	242 970	252 688
Rame papier grand format A3	180 000	187 200	227 136	236 221	245 670
Rame papier glacé A4	48 000	49 920	69 222	71 991	74 872
Bloque positive	8 400	8 400	8 400	11 200	11 200
Révéléateur de plaque	28 000	42 000	42 000	56 000	56 000
Film en rouleau (transparent)	420 000	436 800	454 272	472 440	472 440
Blanchette : Recto verso	22 480 000	25 459 200	26 477 578	27 536 670	28 638 136
Disquette	3 200	3 328	3 328	4 500	4 500
CD vierge RW	10 800	10 800	19 468	19 468	19 468
Encre quadri	20 000	20 800	21 632	22 497	23 397
pellicule	122 400	127 296	132 388	137 680	143 187
Encore offsets :					
- Bleu	7 840 000	8 569 600	9 604 608	9 864 192	11 248 000
- Jaune	7 840 000	8 736 000	9 777 664	10 438 738	12 072 940
- Rouge	8 000 000	9 068 800	10 210 304	10 798 694	11 698 585
- Noir	10 200 000	12 320 000	140 712 000	16 180 736	18 436 520
<b>Total</b>	<b>221 755 200</b>	<b>242 783 688</b>	<b>266 378 545</b>	<b>289 679 188</b>	<b>320 580 893</b>

D'après ce tableau, les dépenses sur achat des matières premières se progressent chaque année. Cela est dû par l'augmentation des prix des fournitures et matières sur le marché. On suppose chaque année une augmentation de 4% du prix unitaire de chaque types des fournitures et matières à acheter.

## **2.3. Liaison avec les tiers**

### **2.3.1 L'approvisionnement**

L'approvisionnement a pour rôle de procurer des biens et services nécessaire à la production.

La fonction des services approvisionnement se définit comme suit :

- Approvisionner l'entreprise : des matières premières et détermination des produits à acheter suivant le calendrier de réalisation, de service, d'équipement, de fourniture et matière premières, de qualité optimum en quantité économiques, au prix réel meilleur fournisseur en temps et lieu utile. Le responsable administratif et financier et le responsable commerciale échangeraient avec le chef d'atelier et les magasin les information touchant les domaine suivants :

- Détermination des produits et des matières à acheter suivant le calendrier de production
- Détermination des échéances de production et livraison
- Détermination du choix des fournisseurs et la qualité de produit offerte selon la coût des produits.

### **2.3.2 Les fournisseurs**

L'entreprise envisage de s'approvisionner auprès des fournisseurs nationaux suivant la consommation et les besoins journaliers en matières premières et consommables.

**Tableau n° 22: Liste des fournisseurs nationaux**

<b>Libellés</b>	<b>Présentation / poids / Dimension (cm)</b>	<b>Fournisseurs</b>
Papier offset	80g, 65 x 100	SOTRANSCO SODIM
Papier cartouche blanc	250g, 65 x 92	SOTRANSCO ASIACO
Papier couche blancs	350g, 65 x 100	SODIM
Papier couche blanc	170g, 65 x 100	SODIM
Papier positif standard	115g, 65 x 100	SOTRANSCO SODIM
Plaque positive A3	55 x 65, 44 x 51	DELTA MADAGASCAR
Révéléateur de plaque	litre	INTER GRAPHE
Film rouleau	33,5 x 76, 25	INTER GRAPHE
Blanchette (recto-verso)	1	INTER GRAPHE
Plaque (recto, verso)	kg	INTER GRAPHE
Calque	kg	INTER GRAPHE
Papier vélin, A3, A4	kg	INTER GRAPHE
Papier glacé	kg	INTER GRAPHE
Encre (B/J/R/N/Q)		INTER GRAPHE
Essence	1	TOATL JOVENA
Huile 20w 50	kg	TOTAL JOVENA
Téléphone	unité	TELMA
Electricité	kW	JIRAMA
Eau	m3	JIRAMA
Graisse	kg	TOTAL JOVENA

Vu les listes de divers fournisseur, ci-dessus, c'est plus facile de pour notre entreprise de trouver les fournitures et les matières nécessaire à la production.

#### **a- Fournisseur étranger :**

Presque toute les fournitures et les matières à l'exploitation de l'activité de notre entreprise vu à MADAGASCAR, sauf le papier journal (Bobine 409 lège 36) pose un problème particulier. Avant c'est PAPMAD qu'est le principal fournisseur de ce papier. Actuellement cette entité (PAPMAD) a arrêté de fournisseur de ce papier aux utilisateurs compte tenu des problèmes techniques internes etc. Donc on est obligé de faire l'approvisionnement de ce papier auprès des fournisseurs étrangers. On peut donc passer une commande deux fois par an ou trois fois par an (suivant la prévision, l'achat doit être en grosse quantité.)

**Tableau n° 23 : Fournisseurs étrangers**

<b>Libellés</b>	<b>Caractéristique</b>	<b>Fournisseur étranger</b>
Papier journal (Bobine)	409 kg, lège 38	SODIM, MAURICE

## **CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE**

Dans ce chapitre, notre conception s'intéresse à l'étude du management des organisations administrations en examinant la façon dont l'entreprise se structure et gère ses activités.

Par définition, le management est un des techniques de direction et de processus d'une unité d'activité dans le but de réaliser toutes les organisations c'est à dire combiner les différents éléments d'un ensemble pour assurer le bon fonctionnement de l'entreprise.

Selon ARGYRIS : pour un manager, il y a trois exigences à remplir :

- L'énergie pour le travail : par la motivation et l'implication
- La compétence
- La coordination

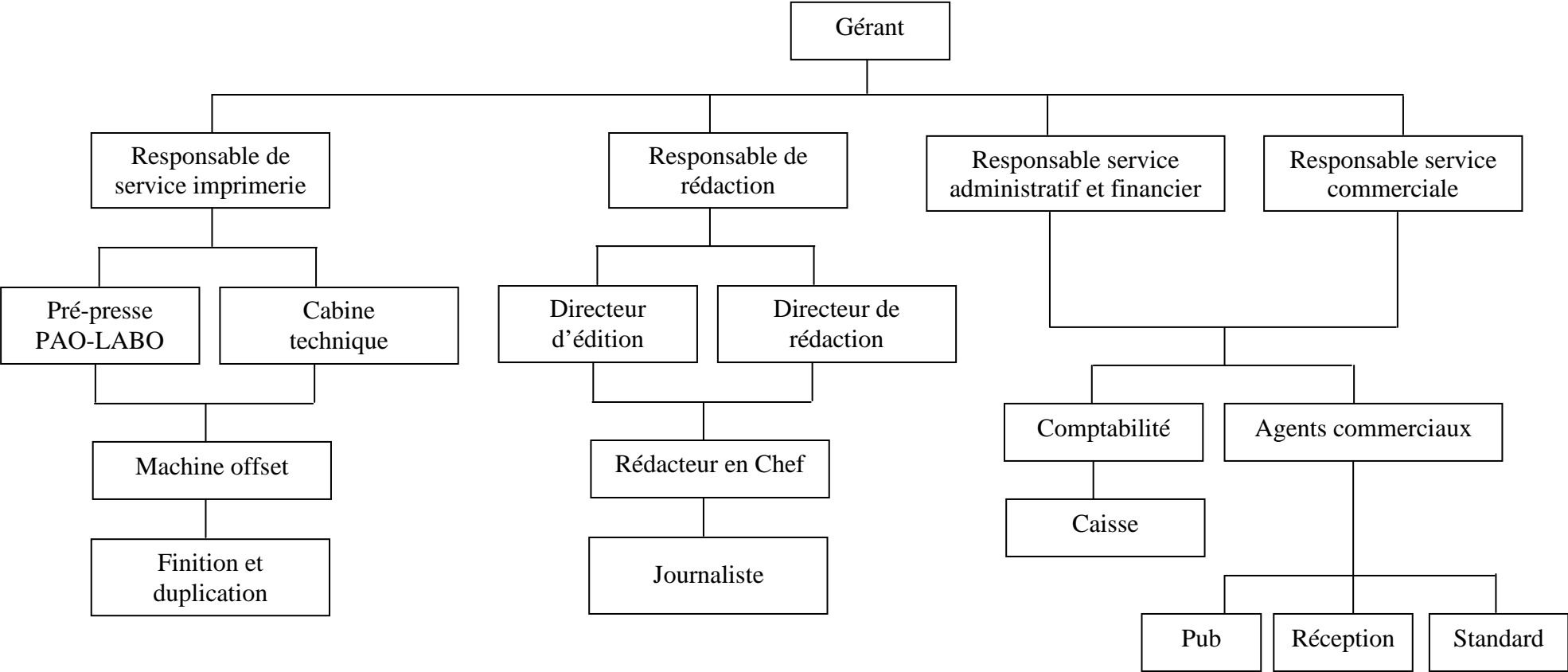
### **Section 1 : Organigramme**

Elle reflète le rang occupé avec la fonction de chacun des membres et fait ressortir la manière dont les liens de subordinations sont établis.

Les cahiers français : organigramme : c'est une représentation graphique de la structure interne de l'entreprise avec le titre et la position de chacun de ses membres.

Il existe plusieurs types et formes de l'organigramme, mais parmi eux, nous choisissons l'organigramme sous forme d'arbre généalogique (ou en bannière) car c'est plus simple et bien défini.

**Graphique 4: Organigramme du Réveil de la côte nord.**





## **Section 2 : Organisation administrative et financière**

### **2.1 L'organisation juridique**

Toute société désirant d'exercer une activité économique à Madagascar doit le faire dans le cadre d'une société de droit Malagasy dont le siège et les systèmes de gestion et comptabilité sont établis à Madagascar.

La loi du 07 mars 1925 régissant les sociétés commerciales implantées à Madagascar comme société de capitaux ou société individuelle y compris les sociétés par action et les sociétés à responsabilité limitée. Ce texte a pris ses sources dans le droit français.

La formalité de création d'une société dépend de son statut juridique.

Voici les point les plus essentiels :

- Dépôt de statut au tribunal de commerce
- Immatriculation au registre de commerce au tribunal de commerce.
- Déclaration d'existence fiscale aux services fiscaux.
- Immatriculation statistique à l'INSTAT (Institut National de la Statistique)
- Publicité d'annonce légale de la constitution de la société dans un journal quotidien.
- Déclaration d'existence au bureau des sociétés
- Formalité de prévoyance sociale à la CNAPS (Caisse National de Prévoyance Sociale)
- Formalité de médecin d'entreprise à l'OSIE (Organisation Sanitaire Entreprise)

#### **Statut juridique de l'entreprise :**

- Dénomination sociale : REVEIL DE LA COTE NORD
- Forme juridique : SARL
- Capital social : 120 000 000Ariary
- Compte courant de promoteur : 150 000 000Ariary
- Objet : Vente régulière de presse écrite et offre de service accessoire en matière des éditions
- Siège sociale : 17 Rue Duguay du trouin Antsiranana

## **2.2 Organisation fonctionnelle**

Elle décrit les principales missions et les responsabilités du personnel dans l'organigramme.

### **2.2.1 Le Gérant**

Il assure la direction générale de l'unité. On peut citer les cas les plus prioritaires

- La coordination de tous les services de l'entreprise
- Les relations environnementales
- Le développement et la bonne marche de l'unité
- La gestion financière
- L'harmonisation et la coordination des tâches
- La recherche de financement nécessaire
- L'élaboration de la politique générale et des stratégies de l'unité.

### **2.2.2 Fonction administrative et comptable**

Elle assure les fonctions concernant

- La gestion de la trésorerie
- Les déclarations fiscales et administrations
- Le paiement des autres charges
- L'enregistrement de toutes les opérations de l'unité.

### **2.2.3 Fonction commerciale**

Cette fonction a pour principale tâche suivante :

- Assurer les ventes et les commandes des clients
- L'élaboration et l'assurance des politiques commerciales
- La communication avec les circuits commerciaux
- La tenue de fiches de l'évolution de marché
- La réalisation de toutes les études sur les besoins des consommateurs, les prix.
- La responsabilité de contrôle de l'impact de ces communications
- La conception et la mise en œuvre de la stratégie de communication globale de l'entreprise interne et externe.

## **2.2.4 Fonction technique**

Cette fonction assure les tâches suivantes :

- La surveillance de la réalisation de programme de productions
- La gestion adéquate de l'utilisation des machines
- La maintenance des matériels
- L'approvisionnement des matières premières nécessaires
- La gestion de programme de maintenance
- La gestion des énergies
- L'assistance technique des ouvriers
- La surveillance sur le programme de transport
- La tenue de fiches techniques de machines

## **2.3 Attribution du personnel**

### **2.3.1 Le gérant**

Il assure la fonction du gérant mentionnée précédemment, il doit être un meneur d'homme, avoir un esprit d'équipe et ayant la capacité de gestion, de négociation de connaissance technique minimiser. Possédant une formation de BAC+3 au moins.

### **2.3.2 Personnel du service administratif et comptable**

Il assure les fonctionnements des tâches citées ci-dessus.

\* Bonne connaissance de gestion, avoir un diplôme BAC+4 en gestion ; maîtrisant parfaitement l'outil informatique et possédant large connaissance en langue française et anglaise.

#### **▪ Le comptable et caissière**

- Formation BAC+2 en gestion et comptable
- Bonne expérience en la matière
- Maîtrisant l'outil informatique

### **2.3.3 Responsable du service commerciale**

Il assure les fonctions citées ci-dessus. Maîtrisant la langue française et anglaise, avoir un diplôme supérieur en marketing ; ayant le sens de négociation et communication.

#### **▪ L'agent commercial :**

- Bonne exercice en la matière
- Formation BAC+2 en commerce et marketing

- **Le réceptionniste**
  - Formation BAC+2
  - Ayant de sens de communication et négociation
  - Maîtrisant le français et l'anglais
- **Le personnel au pub :**
  - Formation BAC+2 en marketing
  - Bonne expérience en la matière
  - Maîtrisant de français et l'anglais
- **Le personnel au distribution et vente**
  - Formation supérieure en marketing ou commerce
  - Capable en français et l'anglais

## 2.4 Responsable du service Technique

Il assure, le suivi et le contrôle des machines

Formation BAC+4 en étude technique

Maîtrisant le français

- **Personnel de l'atelier**
  - Avoir une connaissance de manipulation de la machine
  - Formation BAC en étude technique
  - Ayant un esprit d'équipe.

## 2.5 Responsable de service de rédaction

Il assure les fonctionnements des services qui concerne la rédaction bonne expérience en la matière et maîtrisant parfaite l'outil informatique.

- Bonne connaissance en logiciel Windows XP, Excel 2000 et Internet

- **Le directeur d'édition**
  - Formation BAC+4 en lettre française
  - Maîtrisant l'anglais
  - Bonne expérience en la matière
  - Maîtrisant les outils informatique

- **Le directeur de rédaction**
  - Formation BAC+4 en lettre française
  - Maîtrisant l'anglais
  - Maîtrisant les outils informatiques
  - Bonne expérience en la matière
- **Rédacteur en chef**
  - Formateur BAC+4 en lettre française
  - Maîtrisant l'anglais
  - Ayant le sens de communication
  - Connaissance en outil informatique
- **Les journalistes**
  - Formation BAC+3 en sociologie (et /ou en lettre française) et en étude journalistique
  - Ayant un sens communication
  - Maîtrisant les outils informatique
  - Bonne connaissance en logiciel, Excel 2000, Windows XP, et Internet
- **Service montage**
  - Formation BAC+3
  - Bonne connaissance en la matière

A noter que en plus les personnels mentionnés sur l'organigramme l'unité possède encore des autres personnels comme :

- Les femmes de ménages qui s'occupent le nettoyage de la chambre du local.
- Des gardiens qui garantissent la sécurité de l'enceinte.
- Des conducteurs de voiture pour assurer les courses nécessaires

## **2.6 La gestion de personnel**

### **2.6.1 Charge de personnels**

Ils représentent le montant payé au personnel de l'unité mensuellement

**Tableau n° 24: La rémunération du personnel (en Ar)**

Postes	Salaire mensuel Brut	Effectifs Année 1 et 2	Evolution d'effectifs		
			Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	600 000	1	1	1	1
Secrétaire	100 000	1	1	1	1
Responsable imprimerie	500 000	1	1	1	1
Responsable de rédaction	500 000	1	1	1	1
Responsable administration et fiscal	500 000	1	1	1	1
Responsable commerciale	500 000	1	1	1	1
Aide comptable	400 000	1	1	1	1
Caissier	200 000	1	1	1	1
Réceptionniste	160 000	1	1	1	1
Standardiste	160 000	1	1	1	1
Agent publicitaire	160 000	2	2	2	2
Coursiers	140 000	1	2	2	2
Chauffeur	140 000	2	2	2	2
Nettoyeur	80 000	2	3	3	3
Vendeur	100 000	3	3	3	3
Directeur d'édition	460 000	1	1	1	1
Directeur de rédaction	460 000	1	1	1	1
Rédacteur en chef	420 000	1	1	1	1
Journaliste	400 000	10	10	10	10
Personnel info-labo :					
Personnel informatique	400 000	1	2	3	3
PAO	360 000	1	2	3	3
Opérateur de saisie	360 000	1	2	3	3
Personnel de cabine technique					
Chef d'atelier	400 000	1	1		1
Contrôleur	320 000	1	1	1	1
Machiniste	300 000	2	2	1	2
Magasinier	240 000	2	2	2	2
Responsable finition	360 000	1	2	2	2
	<b>13 440 000</b>	<b>34</b>	<b>37</b>	<b>37</b>	<b>37</b>

Pour la première année et la deuxième année d'exploitation on fixera à trente quatre les effectifs du personnel. Comme notre entreprise est en phase de naissance, nous aurons des soucis sur la sécurité de l'investissement. A partir de la troisième année d'exploitation nous augmenterons les effectifs de personnels.

### **2.6.2 Politique de motivation du personnel**

Les salaires des personnels sont réglé de façon mensuel c'est à dire à chaque fin du mois. Pendant les cinq périodes d'exploitation, nous n'avons pas prévu l'augmentation des salaires de personnel mais à chaque fin d'année pour encourager les personnels, une prime sera instituée. Nous n'avons pas prévu une prime pour le gérant, il bénéficie le résultat positif de la société.

**Tableau n° 25: Charge de personnel durant cinq ans**

Libellés	Salaire mensuel	Charges de personelle (Montants en Ariary)				
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	600 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000
Secrétaire	100 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
Resp. imprimerie	500 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Resp. rédaction	500 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Resp. Adm et fin	500 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Resp. commerciale	500 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Aide comptable	400 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000
Caissier	200 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000
Réceptionniste	160 000	1 920 000	1 920 000	1 920 000	1 920 000	1 920 000
Standardiste	160 000	1 920 000	1 920 000	1 920 000	1 920 000	1 920 000
Agent publicitaire	320 000	3 840 000	3 840 000	160 000	160 000	160 000
Coursiers	140 000	1 680 000	1 680 000	3 360 000	3 360 000	3 360 000
Chauffeur	280 000	3 360 000	3 360 000	3 360 000	3 360 000	3 360 000
Nettoyeur	160 000	1 920 000	1 920 000	2 880 000	2 880 000	2 880 000
Vendeur	300 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000	3 600 000
Dir. Edition	460 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000
Dir de Rédaction	460 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000	5 520 000
Rédaction en chef	420 000	5 040 000	5 040 000	5 040 000	5 040 000	5 040 000
Journaliste	4 000 000	48 000 000	48 000 000	48 000 000	48 000 000	48 000 000
Resp. Informatique	400 000	4 800 000	480 000	960 000	1 440 000	1 440 000
PAO	360 000	4320 000	4 320 000	8 640 000	12 960 000	12 960 000
Opérateur de saisie	360 000	4320 000	4 320 000	8 640 000	12 960 000	12 960 000
Chef d'atelier	400 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000
Contrôleur	320 000	3 840 000	3 840 000	3 840 000	3 840 000	3 840 000
Machiniste	600 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000	7 200 000
Magasinier	480 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000	5 760 000
Resp. finition	360 000	4 326 000	4 320 000	8 640 000	8 640 000	8 640 000
<b>TOTAL</b>	<b>13 440 000</b>	<b>161 280 000</b>	<b>161 280 000</b>	<b>169 360 000</b>	<b>178 480 000</b>	<b>178 480 000</b>
<b>Charges sociales</b>						
<b>CNAPS : 13%</b>	<b>1 747 200</b>	<b>20 966 400</b>	<b>20 966 400</b>	<b>22 016 800</b>	<b>23 202 400</b>	<b>23 202 400</b>
<b>OSIE : 8%</b>	<b>1 075 200</b>	<b>12 902 400</b>	<b>12 902 400</b>	<b>22 548 800</b>	<b>14 278 400</b>	<b>14 278 400</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 822 400</b>	<b>33 868 800</b>	<b>33 868 800</b>	<b>35 565 600</b>	<b>37 480 800</b>	<b>37 480 800</b>
<b>Charges sociales</b>						
<b>TOTAL CHARGES EN PERSONNE</b>		<b>195 148 800</b>	<b>195 148 800</b>	<b>204 925 600</b>	<b>215 960 800</b>	<b>215 960 800</b>



**TROISIEME PARTIE :**  
**ETUDE FINANCIERE DU PROJET**

# CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET LES COMPTES DE GESTION

L'exécution du projet à fait appel à des techniques adéquates mais il ne peut se concevoir sans le mobilisation des capitaux nécessaires ; Elle conduit à des choix financière dont la répercussion et parfois durable.

Au court de ce chapitre, nous allons évaluer les investissement nécessaire et déterminer le fond de roulement initial, ensuite le plan de financement (c'est à dire comment financer cet investissement ?) ; mes tableau des amortissement et les tableau de remboursements des emprunts ; le compte de gestion de l'entreprise.

## Section 1 : Les investissements nécessaires

Par définition, les dépenses à maintenir, améliorer ou augmenter la capacité de production sont qualifiées d'investissement. En d'autre terme c'est l'acquisition de bîne durable par l'entreprise. Il est nécessaire de faire de bon choix sur les investissements car ils constituent une base pour l'avenir. Quand on pense l'investis ment, on pense directement des immobilisations. Ce dernière est composé de deux (2) éléments : dont les éléments corporels c'est à dire tangible et les éléments destinés à servi de façon durable de l'entreprise.

### 1.1 Les éléments constitutifs

Matériel et outillages : ce sont les matériels indispensable à la réalisation des activités ; matériel de transport pour la livraison des produits à certains clients et l'achat des matières premières. C'est les fournisseurs dont deux fourgonnettes Mercedes et une voiture utilitaire ; agencement aménagement ; matériel informatiques et traitement de images numériques ; matériel et mobilier de bureau ; frais d'établissement

**Tableau n° 26: Charges en matériel et outillages**

<b>Immobilisations</b>	<b>Quantité</b>	<b>Prix unitaire</b>	<b>Montant (en ARIARY)</b>
Presse offset HEIDELBERG M 05	1	180 000 000	180 000 000
Presse offset GTO 52	1	160 000 000	160 000 000
Machine de mise en relief	1	15 000 000	15 000 000
Massicot pollar (a)	1	12 000 000	12 000 000
Massicot pollar	1	10 000 000	10 000 000
Piqueuse	2	4 000 000	8 000 000
Couseuse	1	6 000 000	6 000 000
Machine à dorure	1	8 000 000	8 000 000
Développeur de plaque	1	10 000 000	10 000 000
Flacheuses	1	40 000 000	40 000 000
Scan duos scare	1	8 000 000	8 000 000
Insoleuse	4	4 000 000	16 000 000
Télévision couleur	1	400 000	400 000
<b>TOTAL</b>			<b>473 400 000</b>

**1.2 Coûts de matériel et mobilier de bureau****Tableau n° 27 : Charges en matériel de bureau**

<b>Libellés</b>	<b>Quantités</b>	<b>Prix Unitaire TTC</b>	<b>Montants (en ARIARY)</b>
Machine à calculer	4	20 000	80 000
Table Ordinateur	12	140 000	1 680 000
Table de bureau	12	160 000	1 920 000
Armoire de classement	6	160 000	960 000
Chaise	20	18 000	365 000
Chaise de direction	8	140 000	1 120 000
Fourniture de bureau	-	-	100 000
Imprévus	-	-	100 000
<b>TOTAL</b>			<b>6 320 000</b>

### 1.3 Matériels informatiques

**Tableau n° 28 : Charges en matériel informatiques**

<b>Libellés</b>	<b>Quantités</b>	<b>Prix Unitaire TTC</b>	<b>Montants (en ARIARY)</b>
Ordinateur (Pentium IV, Prisma 17)	12	1 000 000	12 000 000
Imprimante laser (laser CANON LBO 1120)	3	1 000 000	3 000 000
Scanner (Epson perfection)	1	180 000	180 000
Indulger (APC smart UPS 230 Volts)	12	160 000	1 920 000
Modem	6	280 000	1 680 000
Photocopier	1	4 000 000	4 000 000
Téléphone fax	1	600 000	600 000
<b>TOTAL</b>			

### 1.4 Matériel de transport

**Tableau n° 29 : Charges en matériel de transport**

<b>Libellés</b>	<b>Quantités</b>	<b>Prix Unitaire TTC</b>	<b>Montants (en ARIARY)</b>
Fourgonnette MC voiture	2	12 000 000	24 000 000
utilitaire	1	6 400 000	6 400 000
<b>TOTAL</b>			<b>30 400 000</b>

## 1.5 Agencement, Aménagements installation

**Tableau n° 30 : Charge en agencement, aménagement, installation :**

<b>Libellés</b>	<b>Quantités</b>	<b>Prix Unitaire TTC</b>	<b>Montants (en ARIARY)</b>
Frais d'installation de :			
-Matériel et outillage	-	-	10 000 000
-Compteur JIRAMA et accessoire	-	-	400 000
-Internet	5	250 000	1 250 000
Autres	-	-	2 000 000
<b>TOTAL</b>	-	-	<b>13 650 000</b>

## 1.6 Coût d'établissement

A part des immobilisations mentionnées précédemment, il y a aussi des immobilisations qu'on entend par immobilisation incorporelles c'est-à-dire qui existe mais sans la présence physique. Dans notre, il s'agit de dépenses engagés au moment de la constitutions plus précisément les frais d'établissement.

**Tableau n° 31: Charges en frais d'établissement**

<b>Désignations</b>	<b>Montant (ARIARY)</b>
Frais d'étude et d'élaboration de dossier	400 000
Autres	100 000
<b>TOTAL</b>	<b>500 000</b>

## 1.7 Récupération des immobilisations

**Tableau n° 32: Récapitulation des immobilisations**

Rassemblons dans un tableau les totales des charges dur les immobilisations  
(Montants en Ariary)

<b>Libellés</b>	<b>Montants</b>
-Immobilisation incorporelles	
Frais d'établissement :	
-Frais d'étude et d'élaboration dossiers	400 000
-Autres	100 000
Immobilisations corporelles	
-Matériel et outillages	473 400 000
Matériel et mobilier de bureau	6 320 000
Matériel informatique	23 380 000
Matériel de transport	30 400 0000
Agencement, aménagement, installation	13 650 000
<b>TOTAL</b>	<b>547 650 000</b>

## 1.8 Fonds de roulement et pré-exploitation

Les fonds de roulement initial concernent le montant nécessaire pour couvrir les natures des charges au moment du démarrage de l'activité jusqu'à la première vente. Dans le cas de notre projet, c'est le mois de janvier de l'annexe1

Les éléments constitutions sont mentionnés ci-après :

- Charges mensuel du personnel : 16 262 400
- Charges sur consommation des matières premières : 18 000 000
- Charges sur eau et électricité : 6 000 000

**Tableau n° 33 : Fonds de roulement initial**

<b>Libellés</b>	<b>Montants</b>
Charges de personnel	16 262 400
Matières premières	18 000 000
Eau et électricité	6 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>40 262 400</b>

Les fonds de roulements s'élève à 40 262 400 ARIARY d'années ces éléments constitutifs. A noter le montant de fonds roulement initial représenté les dépenses engagées avant la première année d'exercice.

## **Section 2 : Plan de financement**

Le plan de financement et un tableau prévisionnel qui représente la base de la vie d'une entreprise pour deux raisons :

- La majorité des établissements financiers exigent un plan de financement de la part des entreprises qui leur sollicitent un emprunt.
- Le plan de financement et le seul moyen qu'à l'entreprise de vérifier à priori que sa politique d'investissement et de financement et cohérent.

Concernant l'exploitation de notre entreprise, trois rubriques doivent être financées :

- Les investissements,
- Les frais de pré-exploitation
- Le fonds de roulement

**Tableau n° 34 : Montant de financement de financement du projet (en Ar )**

<b>Libellés</b>	<b>Montants</b>
Frais de pré-exploitation	2 500 000
Investissement	547 650 000
Fonds de roulement initial	40 262 400
<b>TOTAL</b>	<b>590 412 400</b>

Le montant du financement de notre projet s'évalue à 590 412 400 Ariary ; Ce montant est constitué par des apports et des emprunts à moyen terme.

## 2.1 Schéma du plan de financement

Le schéma de financement se divise en :

- **Apports propres**
  - Apport en nature : 118 082 480 Ariary
  - Apport en numéraire : 147 603 100 Ariary
- **Crédit à moyen terme : 324 726 820 Ariary**

**Tableau n° 35: Détail du financement (en Ar)**

<b>Libellés</b>	<b>Montants</b>	<b>Pourcentage</b>
Apport propre en nature	118 082 480	20%
Apport propre en numéraire	147 603 100	25%
Crédit à moyen terme	324 726 820	55%
<b>TOTAL</b>	<b>590 412 400</b>	<b>100%</b>

Dans ce tableau, les apports propres couvrent les 45% de la somme total du fonds nécessaire, et 55% du fonds nécessaire doit être contracter sur les institutions financières.

**Tableau n° 36 : Schéma du plan de financement (en Ar)**

<b>EMPLOIE</b>	<b>Montants</b>	<b>RESSOURCES</b>	<b>Montants</b>
Investissements	547 650 000	Apport	265 685 580
Fonds de roulement initial	40 262 400	Emprunt	324 726 820
Frais pré-exploitation	2 500 000		590 412 400
<b>TOTAL</b>	<b>590 412 400</b>	<b>TOTAL</b>	<b>590 412 400</b>



### Section 3 : Notion d'amortissements

Les biens durable corporels, incorporels ou financières dont l'entreprise propriétaire figurent à l'actif de bilan. Ce sont les éléments constitutifs de la classe 2 « compte d'immobilisation » selon le PCG 1987. Ces éléments subissent (pour la plupart) une dépréciation irréversible due à l'usage et au temps. Cette dépréciation est constatée en comptabilité par le phénomène de l'amuissement. L'amortissement est une charge non décaissable (mais calculé pour des raisons comptable) pour l'entreprise.

Il y a deux types d'amortissement :

- l'amortissement dégressif ;
- l'amortissement linéaire ou constant

Pour les immobilisations de notre entreprise, nous allons appliquer le principe de l'amortissement linéaire. A noter que le taux d'amortissement pratiqués pour chaque type d'immobilisation est bien précisé par la loi comptable comme :

- **Immobilisations corporelles (quelques exemplaires) :**
  - Matériel et outillage 10%
  - Matériel automobile 20%
  - Agencement aménagement installation 10%
- **-Immobilisation incorporelles**
  - Variation des immobilisations incorporelles
  - Taux pratiqué 1/3 par an pour les cas de frais d'établissement.
- **Frais d'établissement : 500 000Ar (valeur d'origine).**
  - La durée de vie de frais d'établissement dure 3 ans
  - Taux appliqué 100/3
- **-la valeur de la quote part consommée par an est de  $500\ 000 : 3 = 166667$  Ar / an**
- **-matériel et outillage : 473 400 000 Ar (valeur d'origine)**
  - Taux appliqué : d'amortissement appliqué : 10%
  - Durée d vie : 10 ans
- **-la valeur de la quote par t consommée par an et de  $473\ 400\ 000 : 10 = 473\ 400\ 000$  Ar/ an**
- **Matériel et mobilier de bureau : 6 320 000Ar (valeur d'origine)**
  - Durée de vie : 4 ans
  - Taux d'amortissement appliqué : 5%
- **-La valeur de la quote part consommée par an et de  $23\ 380\ 000 : 4 = 5\ 845\ 000$ Ar/an**

- **Matériel de transport : 30 400 000Ar/an (valeur d'origine)**
  - Durée de vie : 5 ans
  - Taux d'amortissement appliqué 20%
- **La valeur de la quote part consommée par an et de  $30\,400\,000/5 = 6\,080\,000\text{Ar}$** 
  - Installation : 13 650 000Ar (valeur d'origine)
  - Durée de vie : 10 ans
  - Taux d'amortissement appliquée : 10%
- **-La valeur de la quote part consommé par an et de  $13\,650\,000 : 10 = 1\,365\,000\text{Ar/an}$** 
  - Frais de pré-exploitation 2 500 000Ar\*/avaler d'origine
  - Durée de vie : 5 ans
  - Taux d'amortissement appliquée : 20%
- **-la valeur de la quote part consommé par an et de  $2\,500\,000 : 5 = 500\,000\text{Ar/an}$**

**Tableau n° 37: Regroupement de l'amortissement de biens**

<b>Libellés</b>	<b>Valeur d'origine</b>	<b>Taux (%)</b>	<b>Durée de vie (année)</b>	<b>Amortissement mensuel</b>
Frais d'établissements	500 000	100% 3	3	166 667
Matériel et outillage	473 400 000	10%	10	47 340 00
Matériel et mobilier de bureau	6 320 00	20%	5	1 264 00
Matériel informatique	23 380 000	20%	4	5 845 000
Matériel de transport	30 400 000	25%	5	6 080 00
Installation	13 650 000	10%120%	10	1 365 00
Frais de pré-exploitation	2 500 000	20%	5	500 000
<b>TOTAL</b>	<b>550 150 000</b>			<b>62 560 667</b>

Tous les ans, chaque type d'immobilisation est doté d'un amortissement. Ce dernier pris fin lorsque la durée de vie convenue et atteint, dans le bilan en question et amorti totale.

**Tableau n° 38: Tableau d'amortissement des immobilisations (en Ar)**

Libellés	Valeur d'origine	Amortissement				
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Frais d'établissements	500 000	166 667	166 667	166 666	-	-
Matériel et outillage	473 400 000	47 340 000	47 340 000	47 340 000	47 340 000	47 340 000
Matériel et mobilier de bureau	6 320 000	1 264 000	1 264 000	1 264 000	1 264 000	1 264 000
Matériel informatique	23 380 000	5 845 000	5 845 000	5 845 000	5 845 000	5 845 000
Matériel de transport	30 400 000	6 080 000	6 080 000	6 080 000	6 080 000	6 080 000
Installation	13 650 000	1 365 000	1 365 000	1 365 000	1 365 000	1 365 000
Frais de pré-exploitation	2 500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
<b>TOTAL</b>	<b>550 150 000</b>	<b>62 560 667</b>	<b>62 560 667</b>	<b>62 560 666</b>	<b>62 394 000</b>	<b>56 549 000</b>

Le frais de pré-exploitation est pris en compte pour le calcul d'amortissement. Il est qualifié comme frais d'établissement mais à la différence sa durée de vie un peut prolongé (c'est-à-dire 5 ans).

#### **Section 4 : Tableau de remboursement des dettes**

Des crédits à long terme sont constitué par un crédit d'investissement accordé par l'institution financière au promoteur pour le financement des immobilisations et les fonds de roulement initiale concernant le remboursement, la condition des emprunt et bien précis et dont voici la détail :

- Montants d'emprunt : 949 426 100 Ariary
- Modalité :
  - Taux d'intérêt : 20% l'an
  - Périodicité » : annuelle
  - Remboursement (délai) : 5 ans

Le tableau de remboursement des dettes fait apparaître clairement l'état des coûts des emprunts (qui représentent les charges financières supportées annuellement) et le capital en fin de période.

Le paiement de dettes s'effectuera pour l'annuité constante.

Pour faciliter le calcul, on utilisera l'intérêt composé au frais financier supporté par l'entreprise.

### **Formulations**

#### **- Annuités**

$$a = A \cdot \frac{i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

Avec : a = annuité

I = taux d'intérêt

u = période de remboursement

A = Capital au début de période

#### **- Intérêts**

**Intérêt = capital au début de période x taux d'intérêt**

Soit

$$C = A \cdot i$$

Avec c = intérêt de l'emprunt

#### **-Amortissement :**

Amortissement = Annuité – Intérêt

Soit

$$D = B - C$$

Avec D = amortissement

Il faut impérativement que somme des amortissements durant cinq années égale au montant de l'emprunt.

### -Capital en fin de la période

Capital en fin de période = capital début de la période (-) l'amortissement

Soit

$$E = A - D$$

Ave E : Capital en fin de période

Montants : 324 726 820 Ar

Taux d'intérêt 20% l'an

**Tableau n° 39: Tableau de remboursement des emprunts**

Période	Capital au début de la période (A) (Dettes)	Annuités (B)	Intérêt © C = A x 20%	Amortissement (D) D = B - C	Capital en fin de période E E = A - D
1	324 726 820	108 582 174,4	64 945 364	43 636 810	281 090 010
2	281 090 010	108 582 174,4	56 218 002	52 364 172	228 725 837
3	228 725 837	108 582 174,4	45 745 167,4	62 837 007	165 888 830
4	165 888 830	108 582 174,4	33 177 766	75 404 408	90 484 422
5	90 484 422	108 582 174,4	18 096 885	90 484 423	-
<b>TOTAL</b>				<b>324 726 820</b>	

Calcul de l'annuité

$$B = 324726800 \cdot \frac{0,20}{1 - (1 + 0,2)^{-5}} = 108582174,4$$

-L'annuité d'emprunt est de 108 582 174,4 Ar. Normalement cette annuité est très légèrement différente des autres annuités en raison des décimales dans le calcul pour chaque période. Dans ce tableau, nous allons accorder une annuité de 108 582 174,4 Ariary pour chaque année.

On s'acquitte généralement en cinq versement périodique dit « annuités de remboursement le montant d'emprunt ». Chaque annuité comprend normalement les intérêts dus pour la période considérée et une part d'amortissement.

## Section 5 : Compte de gestion

### 5.1 Comptes de charges

Les charges sont constituées par les opérations commerciales qui ont pour but de faire augmenter les dépenses de l'entreprise.

Elles sont déjà étudiées auparavant.

**Tableau n° 40 : Charges en matières premières**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Matière première	221 775 200	242 782 688	266 378 545	2 896 188	320 580 893
<b>TOTAL</b>	<b>221 775 200</b>	<b>242 782 688</b>	<b>266 378 545</b>	<b>2 896 188</b>	<b>320 580 893</b>

#### 5.1.1 Achats de fournitures consommables et non stockées

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Produit d'intérêts	18 000 000	19 800 000	21 780 000	23 958 000	21 353 800
Fourniture de bureau	4 000 000	4 400 000	4 840 000	5 324 000	5 856 400
Eau et électricité	6 000 000	6 600 000	7 260 000	7 986 000	8 784 600
Carburant et lubrifiant	18 000 000	19 800 000	21 780 000	2 395 800	26 653 800
Fourniture administrative	12 000 000	13 200 000	14 520 000	15 972 000	17 569 200
Imprévus	10 000 000	11 000 000	12 100 000	13 310 000	14 641 000
<b>TOTAL</b>	<b>68 000 000</b>	<b>74 800 000</b>	<b>82 280 000</b>	<b>90 508 000</b>	<b>99 558 800</b>

Chaque année, les charges en facture non stockées augmenter de valeurs. Cette augmentation est dû par le prix de la fourniture sur le marché. Nous allons évaluées à 10% l'augmentation de chaque année.

### 5.1.2 Charges externes

Tableau n° 41: Les charges externes (en Ar)

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Maintenance	16 000 000	17 600 000	19 360 000	21 296 000	23 425 600
Entretiens	18 000 000	19 800 000	21 780 000	23 958 000	26 353 800
Assurance	800 000	880 000	968 000	1 064 800	1 171 280
Documentations	2 000 000	2 200 000	2 420 000	2 662 000	2 928 200
Frais de formateurs	10 000 000	11 000 000	12 100 000	13 310 000	14 641 000
Annonces et insertions	16 000 000	17 600 000	19 360 000	21 296 000	23 425 600
Frais de missions	10 000 000	11 000 000	12 100 000	13 310 000	14 641 000
Postes et télécommunication	12 000 000	13 200 000	14 520 000	15 972 000	17 569 200
Déplacements	18 000 000	19 800 000	19 360 000	21 296 00	23 425 600
Imprévues	10 000 000	11 000 000	12 100 000	13 310 000	14 641 000
<b>TOTAL</b>	<b>112 800 000</b>	<b>124 080 000</b>	<b>134 068 000</b>	<b>147 474 800</b>	<b>162 221 680</b>

Concernant les charges externes, on tient compte du taux d'évaluation de 10% pour chaque année dû à l'augmentation des prix des produits sur le marché.

### 5.1.3 Charges de personnel

Il s'agit des rémunérations du personnel permanent de l'entreprise. Les salaires mensuels sont déterminés en fonction de la grille salariale applicable à Madagascar. Les cotisations pour la sécurité sociale (CNaPS, OSIE) sont immédiatement ajoutées avec les salaires du personnel

Tableau n° 42 : Charges de personnel (en Ar)

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Charges de personnel	195 148 800	195 148 800	204 925 600	215 960 800	215 960 800
<b>TOTAL</b>	<b>195 148 800</b>	<b>195 148 800</b>	<b>204 925 600</b>	<b>215 960 800</b>	<b>215 960 800</b>

### 5.1.4 Impôts et taxes

Ce sont des charges payées par l'entreprise au profit de l'Etat pour la réglementation de l'activité.

Ces charges peuvent se résumer comme suit :

- Droit et taxes divers	8 000 000
- Droit d'enregistrement	2 400 000
- Vignette et visite technique des voitures	8 00 000
- Timbre fiscaux	200 000
- Imprévus	12 000 000

Pour a première année l'impôt et taxe et évaluer à 30 600 000 Ariary. Nous allons ajoutée à ce montant un taux d'inflation prévisionnel de 5% pour le quatre dernières années

**Tableau n° 43: Montant des impôts et taxes durant cinq ans (en Ar)**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Impôt et taxe	30 600 000	32 130 000	33 736 500	35 423 325	37 194 490
<b>TOTAL</b>	<b>30 600 000</b>	<b>32 130 000</b>	<b>33 736 500</b>	<b>35 423 325</b>	<b>37 194 490</b>

### 5.1.5 Charges financières

Il s'agit des charges qu'on entend par le loyer du capital emprunter ; C'est à dire les intérêts à verser durant les cinq années d'exploitation.

**Tableau n° 44: Les charges financières (en Ar)**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Charges financières	64 945 364	56 218 002	45 745 167	33 177 666	18 096 885
<b>TOTAL</b>	<b>64 945 364</b>	<b>56 218 002</b>	<b>45 745 167</b>	<b>33 177 666</b>	<b>18 096 885</b>

### 5.1.6 Dotation aux amortissements

**Tableau n° 45: Dotation aux amortissements**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Amortissement	62 560 667	62 560 667	62 560 666	62 394 000	56 549 000
<b>TOTAL</b>	<b>62 560 667</b>	<b>62 560 667</b>	<b>62 560 666</b>	<b>62 394 000</b>	<b>56 549 000</b>



### 5.1.7 Impôt sur les bénéfiques des sociétés (IBS)

L'impôt sur le bénéfice de société est généralement enlevé sur le résultat positif réalisé par l'entreprise pour chaque année. Le montant de l'impôt est fixé à 30% du résultat.

### 5.1.8 Récapitulation des charges

Rassemblons dans un tableau les charges de l'entreprise (en Ar)

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Matière première	221 775 200	242 783 688	266 378 545	289 6719 188	320 580 893
Fourniture consommable	68 050 000	74 800 000	82 280 000	90 508 000	99 558 800
Charges externes	112 800 000	12 408 000	134 068 000	147 474 800	162 221 680
Charges de personnels	195 148 800	195 148 800	204 925 600	215 960 800	215 960 800
Impôt et taxe	30 600 000	32 130 000	33 736 500	35 423 325	37 194 490
<b>TOTAL</b>	<b>628 324 000</b>	<b>668 942 488</b>	<b>721 388 645</b>	<b>779 046 113</b>	<b>835 516 663</b>

## 5.2 Compte de produits

### 5.2.1 Ventes

Elles sont calculer auparavant (tableau n°14)

**Tableau n° 46 : Chiffres d'affaires prévisionnels (en Ar)**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires	1 002 675 200	1 105 967 680	1 220 594 480	1 348 890 500	1 492 649 675
<b>TOTAL</b>	<b>1 002 675 200</b>	<b>1 105 967 680</b>	<b>1 220 594 480</b>	<b>1 348 890 500</b>	<b>1 492 649 675</b>

### 5.2.2 Les produits exceptionnels

Les recettes sur les produits exceptionnels concernant la vente de récipient vide contenant d'encre offset.

**Tableau n° 47 : Chiffre d'affaires exceptionnel (en Ar)**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Produit exceptionnel	1 580 000	1 650 000	1 815 000	1 996 500	2 196 150
<b>TOTAL</b>	<b>1 580 000</b>	<b>1 650 000</b>	<b>1 815 000</b>	<b>1 996 500</b>	<b>2 196 150</b>

Pour la première année d'exploitation, nous avons consommés 398 récipient plein d'encre offset (Bleu, Jaune, Rouge, Noir) de 40 kg. Nous allons présumer que ces récipients en état vide peuvent vendre à 5 000 Ariary l'unité aux utilisateurs. Nous allons supposer de vendre 300 récipients parmi le 398 vides.

Recette exceptionnel :  $300 \times 500 = 1\,500\,000$  Ariary pour la première années et majoré de 10% pour les quatre dernières années.

## CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE

Dans ce chapitre, nous allons analyser les gestions de l'entreprise face à ses diverses charges supportées pour chaque année dans le but de faire sortir des résultats

### Section 1 : Compte de résultat

#### 1.1 Compte de résultat prévisionnel avant frais financier.

A partir de ce compte de résultat nous pourrions justifié que l'activité et capable de rembourser au non l'emprunt contracté suivant les résultat obtenus.

**Tableau n° 48 : Comptes de résultats prévisionnels avant frais financier (en Ar)**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<b>PRODUITS :</b>					
Chiffre d'affaires	1.002 675 200	1 105 967 680	1 220 894 480	1 348 890 500	1 492 649 675
<b>TOTAL PRODUITS</b>	<b>1.002 675 200</b>	<b>1 105 967 680</b>	<b>1 220 894 480</b>	<b>1 348 890 500</b>	<b>1 492 649 675</b>
<b>CHARGES :</b>					
Matière première	221 775 200	242 783 688	266 378 545	289 679 188	320 580 893
Fourniture non stockées	68 000 000	74 800 000	82 282 000	90 508 000	99 558 800
Charges externes	112 800 000	124 080 000	134 068 000	147 474 800	162 221 680
Charges de personnel	195 148 800	195 148 800	204 925 600	215 960 800	215 960 860
Impôt et taxe	30 600 000	32 130 000	33 736 500	35 423 325	371 194 490
Amortissement	62 560 667	62 560 667	62 560 666	62 394 000	56 549 000
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>690 884 667</b>	<b>731 503 153</b>	<b>783 949 391</b>	<b>841 440 113</b>	<b>892 065 663</b>
Résultat avant impôt	311 790 533	374 464 525	436 645 169	507 450 387	600 584 012
IBS 30%	93 537 160	112 339 358	130 993 551	152 235 116	180 175 204
<b>Résultat net</b>	<b>218 253 373</b>	<b>262 125 167</b>	<b>30 565 1618</b>	<b>355 215 271</b>	<b>420 408 202</b>
<b>MBA</b>	<b>280 814 040</b>	<b>324 685 834</b>	<b>368 212 284</b>	<b>417 609 271</b>	<b>476 957 808</b>

Le résultat avant impôt est donné par la formule : Totale du produit moins Total des charges.

MBA : C'est la marge brute d'autofinancement

$$\text{MBA} = \text{Résultat net} + \text{amortissement}$$

Le résultat net dégagé par l'activité de l'entreprise est positif et s'améliore chaque année. Cela explique que la gestion et des recettes et des dépenses sont bien maîtrisées.

La marge brute d'autofinances augmente chaque exercice. Cela souligne que le projet dispose d'une étroite capacité de remboursement du montant du crédit demandé.

## 1.2 Bilan d'Ouverture.

Le bilan représente tout ce que l'entreprise possède (ACTIF) et tout ce qu'elle doit (PASSIF) ; le patrimoine de l'entreprise est donc la différence entre tout ce qu'elle possède et tout ce qu'elle doit ou qu'elle est susceptible de payer.

**Tableau n° 49: Bilan d'ouverture**

<b>ACTIF</b>	<b>Montant</b>	<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>Montant</b>
<b>Actifs non courants</b>		<b>CAPITAUX PROPRES :</b>	
Immobilisations incorporelles :			
Frais d'établissement	500 000	Capital	265 685 580
Immobilisations corporelles :			
Matériels et outillages	473 400 000	Passif non courant :	
Matériel et mobilier de bureau	6 320 000	Emprunt à long et moyens	324 726 820
Matériel informatique	23 380 000	terme	
Matériel de transport	30 400 000		
Installation	13 650 000		
Frais de pré-exploitation	2 500 000		
Actifs courants			
Banque	40 262 400		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	<b>590 412 400</b>	<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>590 412 400</b>

### 1.3 Compte d'exploitation prévisionnelle après frais financiers.

**Tableau n° 50: Compte d'exploitation prévisionnel après frais financier (en Ar)**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<b>PRODUITS :</b>					
Chiffre d'affaires	1.002 675 200	1 105 967 680	1 220 894 480	1 348 890 500	1 492 649 675
Produit exceptionnel	1 500 000	1 650 000	1 815 000	1 996 500	2 196 150
<b>TOTAL PRODUITS</b>	<b>1 004 175 200</b>	<b>1 107 617 680</b>	<b>1 222 409 480</b>	<b>1 350 887 000</b>	<b>1 494 845 825</b>
<b>CHARGES :</b>					
Matière première	221 775 200	242 783 688	266 378 545	289 679 188	320 580 893
Fourniture non stockées	68 000 000	74 800 000	82 282 000	90 508 000	99 558 800
Charges externes	112 800 000	124 080 000	134 068 000	147 474 800	162 221 680
Charges de personnel	195 148 800	195 148 800	204 925 600	215 960 800	215 960 860
Impôt et taxe	30 600 000	32 130 000	33 736 500	35 423 325	371 194 490
Amortissement	62 560 667	62 560 667	62 560 666	62 394 000	56 549 000
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>755 830 031</b>	<b>787 721 157</b>	<b>829 694 478</b>	<b>874 617 879</b>	<b>910 162 548</b>
Résultat avant impôt	248 345 169	319 896 523	392 715 002	476 269 121	584 683 277
IBS 30%	74 503 551	95 968 957	117 814 509	142 880 736	173 404 703
Résultat net	173 841 618	223 927 566	274 900 501	333 388 385	409 278 294
MBA	236 402 285	286 488 233	337 461 167	395 782 385	465 827 294

## Section 2 : Compte de résultat par nature

Le compte de résultat peut être présenté en liste. Dans cette présentation les produits et les charge sont regroupés de manière à faire sortir trois résultats partiel, à savoir : le résultat d'exploitation ; le résultat financier et le résultat exceptionnel. Ces trois résultats partiels cités nous permettent de comprendre dans quelle mesure les résultats est dû :

- à l'exploitation
- au financement
- à des circonstances exceptionnelles.

**Tableau n° 51: Compte de résultat par nature (en Ar)**

<b>Libellés</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
<b>1-MARGE COMMERCIELE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>2-Production de l'exercice</b>	<b>1 002 675 200</b>	<b>1 105 967 860</b>	<b>1 220 594 480</b>	<b>1 348 890 500</b>	<b>1 492 649 675</b>
<b>Chiffres d'affaires</b>	<b>1 002 675 200</b>	<b>1 105 967 680</b>	<b>1 220 594 480</b>	<b>1 348 890 500</b>	<b>1 492 649 675</b>
<b>3-Consommation de l'exercice</b>	<b>402 575 200</b>	<b>441 663 688</b>	<b>482 726 545</b>	<b>527 661 988</b>	<b>582 361 373</b>
(+) Matières premières	221 775 200	242 783 688	266 378 545	289 679 188	320 580 893
(+) Matière et fournitures non stockés	68 000 000	74 800 000	82 280 000	90 508 000	99 558 800
(+) Charges externes	112 800 000	124 080 000	134 068 000	147 474 800	162 221 680
<b>4-Valeur ajoutée</b>	<b>600 100 000</b>	<b>664 303 992</b>	<b>437 867 935</b>	<b>821 228 512</b>	<b>910 288 302</b>
(+) Production de l'exercice	1 002 675 200	1 105 967 680	1 220 594 480	1 348 890 500	1 492 649 675
(+) Marges commerciales	0	0	0	0	0
(-) Consommation de l'exercice	(402 575 200)	(441 663 688)	(482 726 545)	(527 661 988)	(582 361 373)
<b>5-Excedent brut d'exploitation</b>	<b>374 351 200</b>	<b>437 025 192</b>	<b>499 205 835</b>	<b>569 844 487</b>	<b>657 133 012</b>
(+) Valeur ajoutée	600 100 000	664 303 992	737 867 935	821 228 512	910 288 302
(-) Impôt et taxe	(30 600 000)	(32 130 000)	(33 736 500)	(35 423 325)	(37 194 490)
(-) Charges de personnel	(195 148 800)	(195 148 800)	(204 925 600)	(215 960 800)	(215 960 800)
<b>6-Résultat d'exploitation</b>	<b>311 790 533</b>	<b>374 464 525</b>	<b>436 643 169</b>	<b>507 450 387</b>	<b>600 584 012</b>
(+) Excédent brut d'exploitation	374 351 200	437 025 192	499 205 835	569 844 387	657 133 012
(-) Dotation aux amortissements	(62 560 667)	(62 560 667)	(62 560 666)	(62 394 000)	(56 549 000)
<b>7-Résultat financier</b>	<b>(64 945 364)</b>	<b>(56 218 002)</b>	<b>(45 745 167)</b>	<b>(33 177 766)</b>	<b>(18 096 885)</b>
Produit financier	0	0	0	0	0
(-) Charges financières	(64 945 364)	(56 218 002)	(45 745 167)	(33 177 766)	(18 096 885)
<b>8-Résultats des éléments extraordinaires</b>	<b>1 500 000</b>	<b>1 650 000</b>	<b>1 815 000</b>	<b>1 996 500</b>	<b>2 196 150</b>
(+) Eléments extraordinaires produits	1 500 000	1 650 000	1 815 000	1 996 500	2 196 150
(-) Eléments extraordinaires charges	0	0	0	0	0
<b>9-RESULTATS AVANT IMPOT (6+7+8)</b>	<b>248 345 169</b>	<b>319 896 523</b>	<b>392 715 002</b>	<b>476 291 121</b>	<b>584 683 277</b>
<b>10-Impot sur le bénéfice des sociétés (IBS) (9 x 30%)</b>	<b>74 503 551</b>	<b>95 968 957</b>	<b>117 814 501</b>	<b>142 880 736</b>	<b>175 404 983</b>
<b>11-Résultat net (9-10)</b>	<b>173 841 618</b>	<b>223 927 566</b>	<b>174 900 501</b>	<b>333 388 385</b>	<b>409 278 294</b>

### Section 3 : Plan de trésorerie :

Le plan de trésorerie concerne la prévision au niveau des ressources nécessaires aux actions programmées. Il montre la destination du fonds de l'entreprise.

En outre le plan de trésorerie permet de savoir si l'on ne rencontre pas de difficultés sur le remboursement des emprunts contractés.

**Tableau n° 52 : Plan de trésorerie (en Ar)**

Libellés	TOTAL INITIAL	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<b>RESSOURCES :</b>						
MBA		236 402 285	286 488 233	337 461 167	395 782 385	465 827 294
Emprunt à Long et Moyen terme	324 726 820					
Fonds propres	265 685 580					
<b>TOTAL RESSOURCES</b>	<b>590 412 400</b>	<b>236 402 285</b>	<b>286 488 233</b>	<b>337 461 167</b>	<b>395 782 385</b>	<b>465 827 294</b>
<b>EMPLOIS :</b>						
Frais d'établissement	500 000					
Matériel et Outillages	473 400 000					
Matériel et mobilier de bureau	6 320 000					
Matériel informatique	23 380 000					
Matériel de transport	30 400 000					
Installation	13 650 000					
Frais de pré exploitation	2 500 000					
Fond de roulement	40 262 400					
Remboursement d'emprunt		6 945 364	56 218 002	457 451 167	33 177 766	18 096 885
<b>TOTAL EMPLOIS</b>	<b>590 412 400</b>	<b>6 945 364</b>	<b>56 218 002</b>	<b>457 451 167</b>	<b>33 177 766</b>	<b>18 096 885</b>
<b>SOLDES</b>	<b>0</b>	<b>171 456 921</b>	<b>230 270 231</b>	<b>291 716 000</b>	<b>362 604 619</b>	<b>447 730 409</b>
<b>SOLDES CUMULES</b>	<b>0</b>	<b>171 456 921</b>	<b>230 270 231</b>	<b>291 716 000</b>	<b>362 604 619</b>	<b>447 730 409</b>

## Section 4 : Bilan prévisionnel

Le bilan prévisionnel fait apparaître des informations concernant l'état de fonctionnement en général de l'exploitation de l'entreprise.

Nous allons présentés les bilans prévisionnels qui montrent les aménagements du poste actif et du poste passif ainsi que les augmentations des ressources lors de la période de démarrage et les différentes utilisations du fonds. Notre étude s'étend sur cinq années de prévisions.

### 4.1 Bilan Prévisionnel.

**Tableau n° 53 : Bilan au 31/12 Année 1**

Exercice clos au 31/12/N

ACTIF	Montant brut	Amortissement	Montant	CAPITAUX PROPRES ET PASSIF	Montant
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
<b>Immobilisations incorporelles</b>	500 000	166 667	333 333	Capital	265 685 580
Frais de développement immobilisable	473 400 000	473 400 000	426 060 000	Résultat net	173 841 618
<b>Immobilisations corporelles :</b>	6 320 000	6 320 000	5 056 000	Passif non courant	
Matériels et outillages	23 380 000	23 380 000	17 535 000	Emprunt à LMT	281 090 010
Matériel et mobilier de bureau	30 400 000	30 400 000	24 320 000		
Matériel informatique	13 650 000	13 650 000	12 285 000		
Matériel de transport	2 500 000	500 000	2 000 000		
Installation					
Frais de pré-exploitation	233 027 875	-	233 027 875		
<b><u>ACTIF COURANT:</u></b>					
Banque					
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	<b>783 177 875</b>		<b>720 617 208</b>	<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>720 617 208</b>



**Tableau n° 54: Bilan au 31 Décembre année 2**

Exercice clos au 31/12/N+1

ACTIF	Montant brut	Amortissement	Montant	CAPITAUX PROPRES ET PASSIF	Montant
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
<b>Immobilisations incorporelles</b>				Capital	265 685 580
Frais de développement immobilisable	500 000	333 334	166 666	Rapport à nouveau	173 841 618
<b>Immobilisations corporelles :</b>				Résultat net	223 927 566
Matériels et outillages	473 400 000	94 680 000	378 720 000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	
Matériel et mobilier de bureau	6 320 000	2 528 000	3 792 000	Emprunt à LMT	228 725 837
Matériel informatique	23 380 000	11 690 000	11 690 000		
Matériel de transport	30 400 000	12 160 000	18 240 000		
Installation	13 650 000	1 730 000	10 920 000		
Frais de pré-exploitation	2 500 000	100 000	1 500 000		
<b><u>ACTIF COURANT:</u></b>					
Banque	467 151 935		467 151 935		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	<b>1 017 301 935</b>	<b>125 121 334</b>	<b>892 180 601</b>	<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>892 180 601</b>

**Tableau n° 55 : Bilan au 31 Décembre année 3.**

Exercice clos au 31/12/N+3

ACTIF	Montant brut	Amortissement	Montant	POTES	Montants
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
<b>Immobilisations incorporelles</b>				Capital	265 685 580
Frais de développement immobilisable	500 000	500 000	0	Rapport à nouveau	223 927 566
<b>Immobilisations corporelles :</b>				Résultat net	274 900 501
Matériels et outillages	473 400 000	142 020 000	331 380 000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	
Matériel et mobilier de bureau	6 320 000	3 792 000	2 528 000	Emprunt à LMT	165 888 830
Matériel informatique	23 380 000	17 535 000	584 500		
Matériel de transport	30 400 000	18 240 000	12 160 000		
Installation	13 650 000	4 095 000	955 500		
Frais de pré-exploitation	2 500 000	1 500 000	1 000 000		
<b><u>ACTIF COURANT:</u></b>					
Banque	567 934 477		567 934 477		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	<b>1 118 084 477</b>	<b>187 682 000</b>	<b>930 402 477</b>	<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>930 402 477</b>

**Tableau n° 56: Bilan au 31 Décembre de l'année 4**

Exercice clos au 31/12/ N+4

<b>ACTIF</b>	<b>Montant brut</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Montant</b>	<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>Montants</b>
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
<b>Immobilisations incorporelles :</b>				Capital	265 685 580
Frais de développement immobilisable	0	0	0	Rapport à nouveau	274 900 501
<b>Immobilisations corporelles :</b>				Résultat net	333 388 385
Matériels et outillages	473 400 000	189 360 000	283 980 000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	
Matériel et mobilier de bureau	6 320 000	5 056 000	1 264 000	Emprunt à LMT	90 484 422
Matériel informatique	23 380 000	23 380 000	0		
Matériel de transport	30 400 000	24 380 000	6 080 000		
Installation	13 650 000	5 460 000	8 190 000		
Frais de pré-exploitation	2 500 000	200 000	500 000		
<b><u>ACTIF COURANT:</u></b>					
Banque	664 444 888		664 444 888		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	<b>1 214 094 888</b>	<b>249 636 000</b>	<b>964 458 888</b>	<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>964 458 888</b>

**Tableau n° 57: Bilan au 31 Décembre de l'année 5**

Exercice clos au 31/12/N+5

<b>ACTIF</b>	<b>Montant brut</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Montant</b>	<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>Montant</b>
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
<b>Immobilisations incorporelles :</b>				Capital	265 685 580
Frais de développement immobilisable	-	-	0	Rapport à nouveau	333 388 385
<b>Immobilisations corporelles :</b>				Résultat net	409 278 294
Matériels et outillages	473 400 000	236 700 000	283 980 000		
Matériel et mobilier de bureau	6 320 000	6 320 000	0		
Matériel informatique	23 380 000	23 380 000	0		
Matériel de transport	30 400 000	30 400 000	0		
Installation	13 650 000	13 650 000	6 825 000		
Frais de pré-exploitation	2 500 000	2 500 000	0		
<b><u>ACTIF COURANT:</u></b>					
Banque	764 827 259		764 827 259		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	<b>1 314 477 259</b>	<b>306 125 000</b>	<b>1 008 352 259</b>	<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>1 008 352 259</b>

## CHAPITRE III : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET.

Pour permettre de prendre les décisions d'investissement, il nous appartient d'étudier aussi notre situation par l'utilisation d'autres critères d'évaluation comme la méthode de la valeur actuelle nette et le taux de rentabilité interne.

D'ailleurs notre projet a des impacts sur son environnement. Nous allons maintenant étudier ce sujet en analysant les impacts économique, financier et sociaux.

### Section 1 : Evaluation :

#### 1.1 Evaluation économique :

##### 1.1.1 Notion de la valeur ajoutée :

La valeur ajoutée représente la valeur de la production, déduction faite de celle des consommations intermédiaires.

Elle permet de cerner la dimension de l'entreprise : c'est un indicateur de sa taille économique et permet aussi de mesurer la croissance de la firme au niveau des moyens mis en œuvre.

Elle est mesurée par la différence entre :

- La production de l'exercice (ou la marge commerciale, - représentative de la production des commerces).
- Et les consommations de biens et services fournis par des tiers pour cette production.

##### 1.1.2 Projection de la valeur ajoutée

L'étude concerne l'évolution des valeurs ajoutées durant cinq années d'exploitation. Les données dans notre étude étant tirées du tableau de grandeurs caractéristique de gestions.

**Tableau n° 58 : Projection de la valeur ajoutée.**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Valeur ajoutée (V.A)	600 100 000	664 303 992	7 378 677 935	821 228 512	910 288 302
Evolution	-64 203 992	73 563 943	83 360 577	89 059 790	
Pourcentage de V.A par rapport au CA	59,85%	60,07%	60,45%	60,88%	60,98%
Chiffre d'affaires (C.A)	1 002 675 200	1 105 967 680	1 220 594 480	1 348 890 500	1 491 649 675

Il s'ensuit dans ce tableau que la valeur ajoutée s'améliore. Chaque année. Cela marque le degré d'intégration de l'entreprise.

### 1.1.3 Ration de perf économique :

L'objectif principale de cette méthode consiste à mieux ; Connaître l'entreprise et à évaluer précisément l'importance de ses qualités et de ses défauts.

Principaux ratios de performances économiques :

▪ **Le rendement apparent de la main d'œuvre**

$$R_1 = \frac{\text{Valeur ajoutée}}{\text{Effectifs}}$$

▪ **L'efficacité de l'investissement humain**

$$R_2 = \frac{\text{charge de personnel}}{\text{valeur ajoutée}} \times 100$$

▪ **La performance économique :**

$$R_3 = \frac{\text{Résultat net}}{\text{valeur ajoutée}} \times 100$$

**Tableau n° 59 : Ratios de performances économiques**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
R <sub>1</sub>	17 650 000	19 538 353	19 942 377	22 195 365	24 602 387
R <sub>2</sub>	32,52%	29,38%	27,77%	26,30%	23,72%
R <sub>3</sub>	28,97%	33,71%	37,26%	40,60%	44,96%

Sur ce tableau, malgré l'évolution des charges du personnel c'est très logique lorsque les indicateurs montrent une productivité toujours croissante de facteur de travail. Cette situation est expliquée par la valeur ajoutée créée annuellement par les employés et qui augmente progressivement. A la fin de la cinquième année elle est environ de 910 288 302 Ariary.

Pour le deuxième indicateur, la variation de charges du personnel est moins proportionnelle par rapport à celle de la valeur ajoutée. Le pourcentage de l'efficacité de l'investissement humain tombe en régression annuellement ; Au contraire, le pourcentage de la valeur ajoutée par rapport au chiffre d'affaires augmente chaque année.

En outre, ce R<sub>2</sub> mesure le pourcentage de charge de personnel dans la VA.

Pour le troisième indicateur la situation du résultat est satisfaisante pour chaque année. Elle représente plus de 20% de la valeur ajoutée réalisée annuellement. La ration supérieure à 100 est signe de productivité économique du projet. Leur ambition vers la hausse constitue une situation très satisfaisante.

### 1.1.4 Ration de l'excédent brut d'exploitation (EBE)

D'abord, on entend par EBE, la somme revient à l'entreprise après le partage de la valeur ajoutée.

Il est la part de la production donnant droit à la récupération et à la rémunération du capital investi ;

La valeur ajoutée produit par l'entreprise est partagée entre :

- le personnel de l'entreprise
- l'Etat (les impôts et taxes).
- L'entreprise elle même.

**Tableau n° 60 : Ration de l'EBE**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
R <sub>1</sub>	37,34%	39,52%	40,90%	42,25%	44,02%
R <sub>2</sub>	62,3%	65,79%	67,66%	69,39%	72,19%

Les rations dans ce tableau sont données par les formules suivantes

$$R_1 = \frac{E.B.E}{Production.de.l'exercice} \times 100$$

$$R_2 = \frac{E.B.E}{Valeur.ajoutée} \times 100$$

#### **Interprétation :**

Le premier indicateur c'est à dire R<sub>1</sub> mesure le pourcentage de l'EBE dans la production de l'exercice. Chaque année, le taux de l'EBE, ne cesse d'augmenter. Cela dû par l'énorme progression faite par la valeur ajoutée réaliser chaque année.

Le deuxième indicateur c'est à dire la mesure le pourcentage de l'EBE dans la valeur ajoutée. Annuellement, les taux de l'EBE dans la valeur ajoutée se progressent. Cela est expliquée par la valeur ajoutée sur la soustraction des dépenses engagées \*\* moindre en évolution.

### 1.4 Ration de résultat net :

La richesse économique supplémentaire créée par l'entreprise est mesurée par le résultat d'exploitation.

Le ratio de résultat net est donné par la formule :

$$R_1 = \frac{\text{Résultat.net}}{\text{Production.de;l'exercice}} \times 100$$

**Tableau n° 61 : Ration de résultat net**

Libellés	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
R <sub>1</sub>	17,34%	20,25%	22,52%	24,72%	27,42%

Ce ratio (R<sub>1</sub>) mesure le pourcentage de résultat net dans la production de l'exercice ; En outre, cela veut dire à une production de 100fmg associe une richesse de 17,34% pour la première année 20,25% pour la deux année 22,52% pour la troisième année 24,72% pour la quatrième année, et 27,42% pour la cinquième année.

## Section 2 : Evaluation financière

### 2.1 Selon les critères d'évaluation

#### 2.1.1 La valeur actuelle nette (VAN)

Le VAN est un autre critère d'évaluation de la rentabilité au niveau du faisabilité du projet. Elle permet de juger si l'investissement est acceptable ou non par l'expression du Cash-flow au moment de l'évaluation à l'aide du taux d'intérêt de l'emprunt.

Généralement, il est nécessaire d'actualiser les valeurs de MBA pour chaque année avant de calculer la VAN. Ce dernier est donné par la formule :

$$VAN = \sum_{x=1}^5 MBA(1+i)^{-n} - C$$

Avec MBA : Marge brut d'Autofinancement

C : Montant d'investissement

i : Taux d'intérêts

n : Périodes (Année)

Rassemblons dans un tableau le calcul

**Tableau n° 62 : Tableau d'actualisation de la MBA**

Années	MBA	$(1 + 0,2)^{-n}$	MBA $(1 + 0,2)^{-n}$
1	236 402 285	0,833333	197 001 825
2	286 488 233	0,694444	1 989 500,35
3	337 461 167	0,578704	195 290 127
4	395 782 385	0,482259	190 869 617
5	465 827 294	0,401878	187 205 741
<b>TOTAL</b>			<b>969 317 345</b>

Alors VAN = 969 317 345 – 547 650 000 = 421 667 345

La valeur de la VAN obtenue nous montre que la valeur actuelle des recettes est supérieur à la valeur actuelle es dépenses.

Nous avons vu que la VAN est positive, l'investissement en projet est donc rentable, il mérite d'être réalisé.

### 2.1.2 Le taux de rentabilité interne (TRI).

Le Taux de rentabilité interne correspond au taux d'actualisation qui ramène la valeur actuelle nette de notre projet égal à zéro.

Ce point constitue le taux maximum pour que l'emprunt effectué ne conduise pas l'entreprise à une perte.

Il existe un taux rentabilité inter si : VAN = 0

$$\sum_{n=1}^5 MBA(1+i)^{-n} - C = 0 \text{ c'est à dire : } \sum_{n=1}^5 MBA(1+i)^{-n} = C$$

Nous allons chercher la valeur de « i »

**Tableau n° 63 : Tableau de calcul de Taux de rentabilité interne.**

Année	MBA	MBA actualisée	
		46%	48%
1	236 462 285	161 919 373,3	159 731 273,6
2	286 488 233	134 400 559,7	130 792 655,7
3	337 461 167	108 433 939,6	104 097 106,5
4	395 782 385	87 105 391,71	82 491 575,77
5	465 827 294	70 219 972,08	65 601 890,41
<b>TOTAL</b>		<b>562 079 236,3</b>	<b>542 714 502</b>

Il ressort de ce tableau que le taux cherché est compris entre 46% et 48% c'est à dire :  
 $542\,714\,502 < 547\,650\,000 < 562\,079\,236$

Par interpolation, nous avons :

$$\frac{TRI - 48}{46 - 48} = \frac{547650000 - 542714502}{562079236 - 542714502}$$

$$\frac{TRI - 48}{2} = \frac{4935498}{19364734} = TRI = -0,509740851$$

Alors  $TRI = -0,509740851 + 48 = 47,50\%$

Donc

<b>TRI = 47,50%</b>
---------------------

Après calcul, on obtient  $TRI = 47,5\%$ . ce taux de rentabilité est supérieure au taux d'emprunt de 20%. Ainsi notre entreprise dispose d'une marge de 27,50% pour emprunter.

### 2.1.3 Délais de récupération de Capital investis (DRCI)

Il s'agit du temps nécessaire pour que le total des recettes procuré par le projet atteigne le montant des investissements réalisés, c'est à dire le nombre d'année au cours desquelles le projet procure suffisamment de ressource afin que la somme investie soit récupérée.

**Tableau n° 64 : Tableau de calcul du délai de récupération des capitaux investis**

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
MBA ACTUALISEE	197 001 825	198 950 035	195 290 127	190 869 617	187 205 741
MBA CUMMULEE	197 001 825	395 951 860	591 241 987	782 111 604	967 317 345
<b>Investissement</b>	<b>547 650 000</b>				

D'après le Cumule de MBA, on trouve que le montants des investissements est compris entre de la deuxième années et de la troisième année. C'est à dire :

$$MBA = 395\,951\,860 < 547\,650\,000 < 591\,241\,987$$

$$Année = Année\ 2 < X\ Année\ ? \leq Année\ 3$$

Par interpolation linéaire nous avons :

$$12.mois \times \frac{547650000 - 395951860}{591241987 - 395951860} = 9,32.mois$$

9,32 mois = 9 mois, 0,32 x 30 jours

DRCI = 9 mois 10 jours. Date 10 Octobre année 3



L'investissement initial sera récupéré après 9 mois 10 jours de l'année 3, c'est à dire le 10 octobre année 3.

### 2.1.4 L'indice de profitabilité (I.P)

C'est un critère d'évolution de la rentabilité du projet qui permet de savoir la marge bénéficiaire apportée par un Ariary de Capital investi dans l'exploitation. Il est donné par la formule :

$$IP = \frac{\sum_{n=1}^5 MBA(1+i)^{-n}}{C}$$

$$IP = \frac{969317345}{547650000} = 1,77$$

Donc

$$I.P = 1,77$$

D'après l'I.P, 1 Ariary investi générera une marge bénéficiaire de 0,77 Ariary c'est à dire  $1,77-1 = 0,77$  soit 77%. L'IP est supérieur au taux de rentabilité exigé.

### 2.1.5 Rentabilité des investissements :

La rentabilité des investissements consiste à déterminer le fonds générés par 100 Ariary d'investissement. Pour ce faire, nous avons la formule :

$$Rentabilités.des.investissement = \frac{Bénéfice.net}{investissement.initial} \times 100$$

**Tableau n° 65: Fonds généré par l'investissement**

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Bénéfice net	173 841 618	223 927 566	274 900 501	333 388 385	409 278 294
Investissement	547 650 000				
Rentabilité des investissements	31,74%	40,89%	50,20%	60,88%	74,73%

D'après ce tableau, à la première année, nous gagnerons un bénéfice de 31,74 Ariary par 100 Ariary d'investissement, 40,89 Ariary par 100 Ariary à la troisième Année. Le rapport est favorable à partir de la troisième année.

## 2.1.6 Calcul du seuil de rentabilité (SR)

Par définition, le seuil de rentabilité est le montant du chiffre d'affaires pour le quel le résultat est égal à zéro. Il y a des charges qui interviennent pour le calcul du seuil de rentabilité, à savoir :

- les coûts variables (ou charges opérationnelles) sont celles dont le montant est proportionnel au niveau d'activité.

- les charges fixes (ou charges de structure) sont celles dont le montant est indépendant du niveau d'activité

$$SR = \frac{CF}{TMCV} \quad \text{avec} \quad TMCV = \frac{MCV}{CA}$$

NB : SR : Seuil de rentabilité

CF : Coût fixe

TMCV : taux de marge sur coût variable

CA : Chiffre d'affaires

**Tableau n° 66 : Calcul de seuil de rentabilité**

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires	1 002 675 200	1 105 967 680	1 220 594 480	1 348 850 500	1 492 649 675
Coûts variables	402 575 200	441 663 688	482 726 545	527 661 988	582 361 373
Matière première	221 775 200	242 783 688	266 378 545	289 679 188	320 580 893
Fourniture non stockés	68 000 000	74 800 000	134 068 000	90 508 000	99 558 800
Charges externes	112 800 000	124 080 000	82 280 000	147 474 800	162 221 680
Marge sur coût variable	600 100 000	664 303 992	737 867 935	821 188 512	910 288 302
Coût fixe	353 254 831	346 057 469	346 967 933	346 955 891	327 801 175
Impôt et taxe	30 600 000	32 130 000	33 736 500	35 423 325	37 194 490
Charge de personnel	195 148 800	195 148 800	204 925 600	215 960 800	215 960 800
Charges financières	64 945 364	56 218 002	45 745 167	33 177 766	18 006 885
Amortissement	62 560 667	62 560 667	62 560 666	62 394 000	56 549 000
Seuil de rentabilité	590 233 636	576 186 262	573 975 075	56 901 266	537 555 223
% de SR par rapport au CA	58,87%	52,10%	47,02%	42,25%	36,15%
TMCV	59,85%	60,6%	60,45%	60,88%	60,98%

D'après ce tableau, il faut réaliser 590233636 Ariary de chiffre d'affaires, pour couvrir la totalité des charges sans faire ni perte ni bénéfice pour la première année.

A la cinquième année, il faut seulement 53755223 Ariary de chiffre d'affaires suffisent pour sortir de la zone de perte.

## **2.2 Selon les critères d'évaluation**

### **2.2.1. La pertinence.**

La pertinence est un critère d'évaluation qui joue un rôle important sur l'environnement de l'entreprise. La question se pose : les objectifs du projet sont-ils pertinents par rapport aux besoins et attentes des bénéficiaires ?

D'après le calcul théorique, les montants des capitaux investis ont été récupérés les mois d'octobre de la troisième année d'exploitation. Donc l'objectif du projet répond aux besoins et attentes des bénéficiaires parce que la durée cinq ans n'est pas encore terminée, le montant des investissements a été récupéré, par des recettes de l'activité.

Ce qui marque la pertinence de notre projet.

### **2.2.2. L'efficacité**

Sous pouvoir servir, notre entreprise doit avoir une rentabilité depuis la première année d'exploitation jusqu'à la cinquième année notre entreprise dégagée des résultats positifs, ce qui marque l'efficacité (atteint des objectifs à moindre coût donc rentable)

### **2.2.3. L'efficacités**

Le principal objectif de l'entreprise c'est de réaliser des profits positifs durant les cinq premières années d'exploitation. Cela est respecté et atteint avec succès donc notre projet est efficace car une atteinte des objectifs

### **2.2.4. La viabilité du projet**

Le critère de la réussite d'un projet est sa pérennité. En d'autres termes, un projet réussit durablement toujours.

La capacité de survie de notre projet peut être évaluée à partir de la marge brute d'autofinancement et la faisabilité.

▪ **La marge brute d'autofinancement :**

Elle peut se définir comme source propre et permanente de financement que notre entreprise, générera lui-même par son activité sans avoir fait appel et ne cesse d'augmenter de l'année jusqu'à l'année 5. Cela souligne que notre entreprise a beaucoup de chance de vivre pendant plusieurs années.

▪ **La faisabilité**

Les études de marché préalablement faites sont approuvées par le dégagement des bénéfices chaque année.

En générale, une fois qu'un projet dégage des bénéfices, il est faisable. Dans notre cas les résultats de l'année jusqu'à l'année 5 sont positifs, donc notre projet est faisable.

## **Section 3 : Impact du projet**

### **3.1. Impact économique :**

Effet sur la valeur ajoutée :

L'objet de l'état c'est de combattre la pauvreté nous avons décidé de créer ce projet afin d'apporter notre part, ainsi la valeur ajoutée est le critère fondamentale de toute évaluation économique. Dans l'étude financière, la valeur ajoutée extraite l'apport spécifique de l'activité économique nationale. Elle est fournie par les éléments qui constituent la comptabilité nationale. Les valeurs ajoutées apportées par chaque entreprise ou entité économique constitue le produit intérieur brut (PIB) ce produit intérieur brut permet de déterminer le taux de croissance économique d'un pays.

### **3.2. Impact financière.**

Ce projet a des effets sur les recettes et les charges attribuées à l'état, elle améliore les recettes fiscales publiques

C'est la somme totale (recette) figurant dans le crédit de secteur de l'administration représente les impôts encaissés par le trésor du fait de la réalisation ou de l'exploitation du projet. Cet encaissement se fait à travers la fiscalité pour le paiement des impôts sur le bénéfice des sociétés et les diverses taxes à partir de sa première année d'exploitation.

Bref, l'ensemble des impôts et taxes frappant le projet pourrait contribuer à l'amélioration des recettes publiques.

### **3.3. Impact social :**

Dans la vie en société, la presse écrite est un moyen et mode d'expression de communication pour transférer les messages. Elle facilite le moyen d'éducation à tous les niveaux d'instruction, le raffermissement des liens affectifs, familiaux et les compatriotes. La presse écrite offre à tout le monde le savoir au sujet d'actualité (national, régional, mondial) En outre, elle crée une distraction à titre intellectuel.

## **Section 4: Evaluation sociale**

### **4.1. Création d'emploi**

Pourrait amener une sécurité sociale au développement de la région. Il contribue à résoudre le problème de chômage. En il favorise la bonne marche de la province autonome car il donne des revenus à l'Etat.

### **4.2. Développement sociale de la région**

L'intérêt social de ce projet réside surtout dans le fait qu'il contribue à résoudre le problème sur le volet qu'il contribue à résoudre le problème sur le volet communication et information. En général la communication et informatique est un secteur clé de développement d'un pays. On peut dire que l'existence de notre projet dans la région d'ANTSIRABE contribue à l'amélioration de la situation, de savoir de la population et en même temps le développement de la région.

## CONCLUSION GENERALE

La grande abondance actuelle des médias à Madagascar retrace l'accumulation institutionnelle de trois grandes vagues d'activisme médiatisation. Au départ, les travaux évangélique et éducatif des missionnaires protestants et catholiques ont créé une fondation nécessaire, une base de population lettré, l'introduction et la dissémination d'imprimerie et l'intrication de la distribution des journaux écrits.

La deuxième vague d'activité médiatique a émergé comme instrument préféré de la lutte politique nationaliste. Née difficilement et ayant grandi en face d'une censure régulière et souvent sévère, les activités de la presse écrite ont fleuri depuis les années 50, avec des sursauts notable après la loi cadre du 1956 et suite aux agitations de 1970 à 1972 qui précipitèrent la fin de la première république.

La troisième vague d'investissement dans l'édifice médiatique a néanmoins changé de médium. A partir de 1991, l'émergence spontanée des petites stations de radio FM, utilisées d'abord par les groupes de l'opposition comme véhicule de ralliement des masses.

Actuellement, l'existence de la presse écrite devient un secteur clé de développement de la nation. Grâce à la presse écrite, les gens sont au courant des nouvelles quelque que soient nationale, régional ou international. Mais les infrastructures de base « les routes, électricité et accès aux services téléphoniques faciliteront la distribution de la presse écrite, favoriseront leurs pénétrations en milieu rural et permettront aux autres médias de recueillir collecter des informations sur le monde rural (mode de vie, environnement et problèmes)

Lors de notre étude, nous avons pu constater que la plus part de la population apprécie l'arrivée de ce projet dans la région. Donc pour satisfaire les besoins des clients, il faut s'investir.

Ce projet dont le statut de société anonyme formé par plusieurs actionnaires emploie une trentaine de salariés. D'après son organisation le promoteur chapeaute toutes les fonctions essentielles nécessaires au bon fonctionnement de l'unité. De plus, le projet est très rentable du point de vue économique, financière et sociale, et dont l'arrivée est très prometteuse.

De ce fait, on peut espérer une rentabilité plus qu'on avait prévue. Une bonne organisation de tous les moyens agréés donne une bonne réussite et permet d'avoir une bonne rentabilité financière, économique et sociale. En fin ce projet envisage d'améliorer le volet communication et information de la région ; de répondre à une multitude de besoins et loisirs, dans les domaines ci après : Informations locales, régionales, nationales et internationales ; Information et éducation économiques, politiques, sociale.

# TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES GRAPHES

INTRODUCTION.....1

PREMIERE PARTIE: IDENTIFICATION DU PROJET

Chapitre I : Présentation générale du projet .....2

Section 1 : Description du projet.....4.

1.1 Historique .....4

1.2 Monographie de la région d'ANTSIRABE.....6

1.3 Raison de Choix d'implantation géographique.....6

1.3.1 Les enseignements spécialisés .....9

1.3.2 Les enseignements supérieurs : .....10

1.3.3 L'enseignement Supérieur privée.....10

1.4 But et Objectif .....11

1.5 Intérêt .....11

Section 2 : Caractéristique du projet .....11

2.1 Définition de la presse écrite .....11

2.1.1 Les différents types de la presse écrite.....12

2.2 Définition d'un journaliste professionnel.....12

2.3 La communication de masse .....13

2.4 Les moyens d'infos .....13

2.4.1 Structure .....13

a- La presse écrite.....13

b- Radio .....14

c- Télévision : .....14

d- Internet .....14

2.4.2 Contenu .....15

2.4.3 Source des données .....17

2.4.4 Circuit de distribution.....17

2.4.5 Rentabilité .....18

2.5 Service dont dépend le développement des moyens d'information.....18

2.5.1 Alphabétisation.....18

2.5.2 L'Enseignement .....18

2.5.3 Electrification .....	18
2.6 Les Organes responsables de la communication.....	18
2.6.1 Organe de presse .....	18
2.6.2 Agence de presse.....	19
2.6.3 Entreprise média.....	19
2.7 Description d'une mission d'édition .....	19
2.8 Motivation de recherche de partenaire.....	19
2.9 Caractéristique technique .....	19
2.10 Caractéristique administratives .....	20
2.11 Activité principale envisagée .....	20
2.12 Identité de l'entreprise.....	20
CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHÉ.....	21
Section 1 : Evaluation et analyse.....	21
1.1 Généraliste du marché.....	21
Section 1 : Etude et analyse.....	21
1.1 Généralité du marché .....	21
1.2 Ciblage des divers médias .....	21
1.2.1- La presse écrite cible forcément une population lettré. ....	22
1.2.2 La presse religieuse et des associations de développement : .....	22
1.2.3 La presse professionnelle.....	22
1.2.4 La radio national Malgache (RNM) .....	22
1.3 Part de marché visé .....	22
Section 2 : Analyse de l'offre.....	23
2.1 Caractéristique du service offert .....	23
2.2 Les concurrents .....	27
Section 3 : Analyse de la demande.....	27
3.1 Evaluation de la demande .....	27
3.2 Analyse de l'achat .....	28
3.3 Analyse comparative des prix .....	28
Section 4 : Stratégie commerciale envisagée .....	29
4.1 La politique de produit .....	29
4.2 Politique de prix : .....	31
4.3 Politique de distribution. ....	33
4.4 Politique de communication.....	33



4.5 Publics .....	34
4.6 Le pouvoir .....	34
Chapitre III:Théorie générale sur les critères d'évaluation .....	35
Section 1 : Les outils d'évaluation .....	35
1.1 Valeur actuelle nette (VAN) .....	35
1.1.1 Définition du cash-flow .....	36
1.1.2 Formule .....	36
1.1.3 Interprétation .....	36
1.2 Le taux de rentabilité interne (TRI).....	36
1.2.2 Formule .....	36
1.2.3 Interprétation .....	37
1.3 Délai de récupération de capital investi (DRCI) .....	37
1.3.1 Définition .....	37
1.3.2 Formule .....	37
1.4 Indice de profitabilité .....	38
1.4.1 Définition .....	38
1.4.2 Formule .....	38
1.4.3 Interprétation .....	38
Section 2 : Autres outils .....	38
2.1 Le seuil de rentabilité (SR).....	38
Section 3 : Les critères d'évaluation .....	39
3.1 La pertinence .....	39
3.2 Efficience .....	39
3.3 Efficacité .....	39
3.4 La durabilité ou viabilité .....	39
3.5 L'impact du projet.....	40
<b>DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET</b>	
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION.....	40
Section 1 : Le code de déontologie .....	41
Section 2 : Description de production .....	41
2.1 Recueil des informations .....	42
2.1.1 La prise vocale .....	42
2.1.2 La prise de vue .....	42
2.1.3 Sources des informations .....	42
2.2 Recoupement.....	43
2.3 saisie : .....	43

2.4 Sélections d'informations :	43
2.5 Mise en page par le programme assister par ordinateur (PAO).	43
2.6 Edition /duplication :	44
Section 2 : Les moyens de production	44
2.1 Ressource financière	44
2.2 Ressources matériels	44
2.3 Moyens humains	45
CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE.	46
Section 1 : Programme de production et de vente :	46
2.1 Programme de production	46
2.2 Chiffre d'affaires prévisionnelle	46
2.3 Calendrier de réalisation :	48
Section 2 : Plan de consommation de matières premières	50
2.1. Dépenses des pré-exploitations	50
2.2 Dépenses en matières premières.	52
2.3. Liaison avec les tiers	52
2.3.1 L'approvisionnement	52
2.3.2 Les fournisseurs	52
a- Fournisseur étranger :	53
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE	54
Section 1 : Organigramme	54
Section 2 : Organisation administrative et financière	56
2.1 L'organisation juridique	56
2.2 Organisation fonctionnelle	57
2.2.1 Le Gérant	57
2.2.2 Fonction administrative et comptable	57
2.2.3 Fonction commerciale	57
2.2.4 Fonction technique	58
2.3 Attribution du personnel	58
2.3.1 Le gérant	58
2.3.2 Personnel du service administratif et comptable	58
2.3.3 Responsable du service commerciale	58
2.4 Responsable du service Technique	59
2.5 Responsable de service de rédaction	59

2.6 La gestion de personnel.....	60
2.6.1 Charge de personnels .....	60
2.6.2 Politique de motivation du personnel.....	62

## TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET

### CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET LES COMPTES DE

GESTION.....	64
Section 1 : Les investissements nécessaires.....	64
1.1 Les éléments constitutifs.....	64
1.2 Coûts de matériel et mobilier de bureau.....	65
1.3 Matériels informatiques.....	66
1.4 Matériel de transport.....	66
1.5 Agencement, Aménagements installation.....	67
1.6 Coût d'établissement.....	67
1.7 Récupération des immobilisations.....	68
1.8 Fonds de roulement et pré-exploitation.....	68
Section 2 : Plan de financement.....	69
2.1 Schéma du plan de financement.....	70
Section 3 : Notion d'amortissements.....	71
Section 4 : Tableau de remboursement des dettes.....	73
Section 5 : Compte de gestion.....	76
5.1 Comptes de charges.....	76
5.1.1 Achats de fournitures consommables et non stockées.....	76
5.1.2 Charges externes.....	77
5.1.3 Charges de personnel.....	77
5.1.4 Impôts et taxes.....	78
5.1.5 Charges financières.....	78
5.1.6 Dotation aux amortissements.....	78
5.1.7 Impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS).....	78
5.1.8 Récapitulation des charges.....	79
5.2 Compte de produits.....	79
5.2.1 Ventes.....	79
5.2.2 Les produits exceptionnels.....	79
CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE	
.....	81
Section 1 : Compte de résultat.....	81
1.1 Compte de résultat prévisionnel avant frais financier.....	81
1.2 Bilan d'Ouverture.....	82

1.3 Compte d'exploitation prévisionnelle après frais financiers.....	83
Section 2 : Compte de résultat par nature .....	83
Section 3 : Plan de trésorerie :.....	86
Section 4 : Bilan prévisionnel .....	86
4.1 Bilan Prévisionnel.....	86
CHAPITRE III : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET.....	89
Section 1 : Evaluation : .....	89
1.1 Evaluation économique :.....	89
1.1.1 Notion de la valeur ajoutée : .....	89
1.1.2 Projection de la valeur ajoutée .....	89
1.1.3 Ration de perf économique : .....	91
1.1.4 Ration de l'excédent brut d'exploitation (EBE).....	91
1.4 Ration de résultat net :.....	91
Section 2 : Evaluation financière .....	91
2.1 Selon les critères d'évaluation.....	92
2.1.1 La valeur actuelle nette (VAN) .....	92
2.1.2 Le taux de rentabilité interne (TRI).....	93
2.1.3 Délais de récupération de Capital investis (DRCI) .....	94
2.1.4 L'indice de profitabilité (I.P) .....	95
2.1.5 Rentabilité des investissements :.....	95
2.1.6 Calcul du seuil de rentabilité (SR) .....	96
2.2 Selon les critères d'évaluation.....	96
2.2.1. La pertinence.....	97
2.2.2. L'efficience .....	97
2.2.3. L'efficacité .....	97
2.2.4. La viabilité du projet .....	97
Section 3 : Impact du projet .....	97
3.1. Impact économique : .....	98
3.2. Impact financière.....	98
3.3. Impact social : .....	99
Section 4: Evaluation sociale .....	99
4.1. Création d'emploi.....	99
4.2. Développement sociale de la région.....	99
CONCLUSION GENERALE .....	100

ANNEXES

BIBLIOGRAPHIES

TABLE DES MATIERES