

UNIVERSITE D'ANTANANARIVO

.....

**FACULTE DE DROIT D'ECONOMIE,
DE GESTION ET DE SOCIOLOGIE**

.....

DEPARTEMENT DE GESTION

.....

MEMOIRE DE MAITRISE EN GESTION

OPTION : FINANCES ET COMPTABILITE

**Projet de création et d'exploitation d'une salle de Fitness à
Tsaramandroso Mahajanga (I)**

Présenté publiquement le 28 Novembre 2008

par :

NOMENJANAHARY Rhomaldine Lydia

Sous l'encadrement de :

ENCADREUR PEDAGOGIQUE : RAFANOMEZANTSOA Louise Aimé
Enseignant-chercheur au Département Gestion
(Faculté DEGS)

ENCADREUR PROFESSIONNEL : RAJAONARISON Jean Prosper
Assistant d'Enseignement Supérieur et de Recherche
Chef du Centre d'Etude et de Recherche en E.P.S (E.N.S)

Année Universitaire : 2007-2008

UNIVERSITE D'ANTANANARIVO

.....

**FACULTE DE DROIT D'ECONOMIE,
DE GESTION ET DE SOCIOLOGIE**

.....

DEPARTEMENT DE GESTION

.....

MEMOIRE DE MAITRISE EN GESTION

OPTION : FINANCES ET COMPTABILITE

**Projet de création et d'exploitation d'une salle de Fitness à
Tsaramandroso Mahajanga (I)**

Présenté par : NOMENJANAHARY Rhomialdine Lydia

Sous l'encadrement de :

ENCADREUR PEDAGOGIQUE

RAFANOMEZANTSOA Louise Aimée

ENCADREUR PROFESSIONNEL

RAJAONARISON Jean Prosper

Année Universitaire : 2007-2008

Session : Novembre

REMERCIEMENTS

A Dieu tout puissant qui nous a donné la force, la santé, le courage et toutes choses possibles durant ces années études.

Nous tenons à exprimer également nos vifs remerciements à tous ceux qui m'ont aidé à l'accomplissement de ce travail, en particulier à :

✚A Monsieur RAJERISON Wilson Adolphe, Professeur titulaire et Président de l'Université d'Antananarivo.

✚A Monsieur RANOVONA Andriamaro, Maître de conférences, Doyen de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie pour m'avoir soutenue au cours de ce mémoire,

✚A Monsieur ANDRIAMASIMANANA Origène Olivier, Maître de conférences, Chef de département de la filière Gestion. Nous lui présentons notre salutation et l'expression la plus chaleureuse ;

✚A Madame RAVALITERA Faraso, Enseignant Chercheur, Directeur du Centre d'Etude et de Recherche en Gestion, nous lui adressons notre profonde reconnaissance ;

✚A Madame RAFANOMEZANTSOA Louise Aimée, notre encadreur pédagogique et qui nous a accordé le privilège de soutenir ce présent mémoire en Gestion pour son aimable accord à l'encadrement à la réalisation de ce mémoire ;

✚A Monsieur RAJAONARISON Jean Prosper, notre encadreur professionnel, Chef de Centre d'Etude et de Recherche à l'ENS/EPS dont les conseils nous ont grandement aidé à donner une forme et un fond plus adéquats à cet ouvrage ;

✚Aux membres de jury d'avoir accepté de juger notre travail ;

✚A tout le personnel administratif et financier de l'Université d'Antananarivo en particulier, de la filière Gestion qui nous a servi durant ces années d'études.

✚A tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à l'élaboration de ce mémoire ;

✚A toute notre famille et nos amis.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS

LISTE DES ABREVIATIONS

LISTE DES TABLEAUX ET DES FIGURES

INTRODUCTION

PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET

Section 1 : Historique du projet

Section 2 : Généralité sur le projet

Section 3 : Caractéristiques du projet envisagé

CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE VISE ET ASPECT MARKETING

Section 1 : Etude du marché

Section 2 : Analyse de l'offre et concurrence

Section 3 : La Politique et Stratégie marketing à adopter

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION ENVISAGEE

Section1 : Identification des matériels

CHAPITRE II : CAPACITE D'ACCEUIL ENVISAGEE

Section 1 : Evolution du chiffre d'affaires envisagées

Section 2 : Aspects quantitatifs et aspects qualitatifs

CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE

Section 1 : Organigramme envisagé

Section 2 : Organisation du travail

Section 3 : Chronogramme

TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET

CHAPITRE I : LES INVESTISSEMENTS ET LES COMPTES DE GESTION

Section 1 : Nature et coûts des investissements

Section 2 : Fonds de Roulement Initial

Section 3 : Plan de financement

Section 4 : Tableau des amortissements

Section 5 : Tableau de remboursement des dettes

Section 6 : Comptes de gestion

CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE ET ANALYSE DE RENTABILITE

Section 1 : Compte de résultat prévisionnel

Section 2 : plan de trésorerie

Section 3: Bilans prévisionnels

Section 4: Tableaux de Flux de Trésorerie

CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET

Section 1 : Evaluation financière

Section 2 : Evaluation économique

Section 3 : Evaluation sociale

Section 4 : Impacts du projet

Section 5. Cadre logique

CONCLUSION

BIBLIOGRAPHIE

ANNEXES

TABLE DE MATIERES

LISTE DES ABREVIATIONS

BAC : Baccalauréat

BEPC : Brevet d'Enseignement Premier Cycle

BNI : Banque Nationale de l'Industrie

C.A : Chiffres d'Affaires

CNAPS : Caisse Nationale de Prévoyance Sociale

CHAR. FIN : Charge Financière

CHAR . PATR : Charge Patronale

CHAR. SAL : Charge Salariale

CUMUL. AMORT : Cumul Amortissement

DRCI : Délai de Récupération des Capitaux Investis

FDRI : Fonds De Roulement Initial

Fft : Forfaitaire

INSTAT : Institut National de Statistiques

I.P : Indice de Profitabilité

LT : Long Terme

MT : Moyen Terme

MBA : Marge Brute d'Autofinancement

Nbre : Nombre

NIF : Numéro d'Identification Fiscale

PIB : Produit Intérieur Brut

PU : Prix Unitaire

Qté : Quantité

RGPH : Recensement Général de la Population et de L'Habitat

SAL TOT : Salaire Totale

SARL : Société à Responsabilité Limitée

TELMA : Télécommunication Malagasy

TRI : Taux de Rentabilité Interne

TVA : Taxe sur Valeur Ajoutée

TTC : Toute Taxe Comprise

3P : Partenariat Public Privé

U : Unité

Uté : Unité

VAN : Valeur Actuelle Nette

VNC : Valeur Nette Comptable

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n° 1 : Intérêts des agents économiques.....	15
Tableau n° 2 : Localisation du marché visé selon les catégories des clients	18
Tableau n° 3 : Population actuelle à Mahajanga	20
Tableau n° 4 : Estimation de la demande.....	21
Tableau n° 5 : Caractéristiques de l'offre	22
Tableau n° 6 : Concurrents directs	24
Tableau n° 7 : Caractéristiques des concurrents.....	25
Tableau n° 8 : Liste des matériels de bureau.....	36
Tableau n°9 : Liste des mobiliers de bureau	36
Tableau n° 10 : Liste du matériel informatique.....	37
Tableau n°11 : Liste des appareils et matériels de Fitness en salle	37
Tableau n°12 : Vente des prestations de la première année.....	48
Tableau n°13 : Calcul des effectifs des clients.....	49
Tableau n°14 : Prévision des effectifs des clients	50
Tableau n°15 : Prévision des ventes pendant la 2 ^{ème} année en Ariary.....	50
Tableau n°16 : Prévision de ventes pendant la 3 ^{ème} année en Ariary	50
Tableau n°17 : Prévision de ventes pendant la 4 ^{ème} année en Ariary	50
Tableau n°18 : Prévision de ventes pendant la 5 ^{ème} année en Ariary	50
Tableau n°19 : Vente des prestations des 5 premières années en Ariary	51
Tableau n°20 : Prévision des dépenses de fournitures de bureau et informatiques des 5 cinq premières années en Ariary	51
Tableau n°21 : Présentation de l'effectif et qualification de chaque responsable.....	58
Tableau n°22 : Durée de réalisation du projet.....	60
Tableau n°23 : Calendrier de réalisation du projet.....	61
Tableau n°24 : Coût du Mobilier.....	64
Tableau n°25 : Coût des matériels de bureau et informatique	65
Tableau n°26 : Coût d'appareils Fitness	65
Tableau n°27 : Récapitulation des investissements.....	66
Tableau n°28 : Calcul du FRI (En Ariary)	67

Tableau n°29 : Tableau de Financement.....	69
Tableau n°30 : Taux d’amortissement	70
Tableau n°31 : Tableau d’amortissement	71
Tableau n°32 : Remboursement des dettes	72
Tableau n°33 : Achats non stockés et autres approvisionnements (En Ariary)	73
Tableau n°34 : Services extérieurs et autres services extérieurs (En Ariary)	74
Tableau n°35 : l’impôt, Taxes et Droits divers (En Ariary).....	74
Tableau n°36 : Salaires mensuel du personnel (en Ariary).....	75
Tableau n°37 : Charges annuelles du personnel (en Ariary)	75
Tableau n°38 : Charges financières (en Ariary).....	76
Tableau n°39 : Dotation aux amortissements (en Ariary)	76
Tableau n°40 : Récapitulation des charges (En Ariary)	76.
Tableau n°41 : Chiffres d’affaires de la première année	77
Tableau n°42 : Chiffres d’affaires des quatre dernières années	78
Tableau n°43 : Compte de résultat par nature	81
Tableau n°44 : Compte de résultats prévisionnels par fonction.....	82
Tableau n°45 : Budget de TVA (En Ariary)	83
Tableau n°46 : Plan de trésorerie.....	84
Tableau n°47 : Bilan d’ouverture	85
Tableau n°48 : Bilan de l’Année N	85
Tableau n°49 : Bilan de l’Année N+1	86
Tableau n°50 : Bilan de l’Année N+2	86
Tableau n°51 : Bilan de l’Année N+3	87
Tableau n°52 : Bilan de l’Année N+4	87
Tableau n°53 : Méthode directe (En Ariary).....	89
Tableau n°54 : Méthode indirecte (En Ariary).....	90
Tableau n°55 : calcul des VAN.....	94
Tableau n°56 : calcul TRI	96
Tableau n°57 : calcul du DRCI	100
Tableau n°58 : calcul de la valeur ajoutée	101
Tableau n°59 : Ratio de facteur travail par rapport à la valeur ajoutée	102
Tableau n°60 : Ratio de rendement apparent de main d’œuvre	102

Tableau n°61 : Ratio de rentabilité financière..... 103

Tableau n°62 : Ratios de structure..... 103

Tableau n°63 : Tableau de calcul de SR 105

Tableau n°64: Tableau de calcul FDR, BFR et Trésorerie 107

Tableau n°65 : Cadre logique..... 111

LISTE DES FIGURES

Figure n°1 : Vélo elliptique.....	38
Figure n° 2 : Tapis de course.....	38
Figure n° 3 : Rameurs	38
Figure n° 4 : Stepper.....	39
Figure n° 5 : Vélo d'appartement	39
Figure n° 6 : Appareils à charge guidée.....	39
Figure n° 7 : Bancs de musculation	40
Figure n° 8 : Banc à abdominaux	40
Figure n° 9 : Plate forme vibrante	40
Figure n°10 : Organigramme envisagée	56
Figure n°11 : Calendrier de réalisation du projet	60

INTRODUCTION

A l'heure actuelle, la mondialisation et le développement rapide et durable constituent désormais les mots d'ordre. A Madagascar, le problème d'éducation des jeunes est devenu une des préoccupations majeures de l'Etat. Pour pallier à ce problème, tout le monde, c'est-à-dire les responsables des Régions, des districts et mêmes des communes mettent leurs mains pour trouver des solutions afin que ces jeunes ne s'orientaient pas dans la délinquance. En effet, l'objectif du Gouvernement est de mettre en œuvre une stratégie d'éducation saine, c'est-à-dire en incitant ces jeunes à pratiquer des activités de loisirs et de déassements.

De plus, l'objectif du Ministère de l'éducation nationale est d'inciter ou de pousser la population surtout les jeunes à être responsable, c'est-à-dire à contribuer et entreprendre directement au développement de leur nation en donnant leurs connaissances et expériences. En ce qui concerne notre projet intitulé : « création et exploitation d'une salle de Fitness », les Ministères de la Jeunesse et des Sports visent surtout à assurer l'épanouissement de chaque individu et surtout les jeunes tout en étant en bonne santé.

Toutefois, malgré cette prise de responsabilité, les jeunes qui veulent créer ou bâtir quelque chose, se trouvent dans une mauvaise passe, car créer quelque chose veut dire investir financièrement. Or, il est vraiment difficile d'avoir un emprunt auprès des bailleurs fonds si l'on n'est pas garanti par une tiers-personne. Pour nous, le promoteur, il est possible de trouver un bailleur si notre projet sera rentable et réalisable. En d'autre terme, notre projet intitulé : « le projet de création et d'exploitation d'une salle de Fitness à Tsaramandroso Mahajanga I » sera vraiment rentable car nous allons exploiter les faiblesses de nos concurrents.

Notre objectif est de satisfaire les besoins de notre clientèle en leur donnant une meilleure satisfaction, c'est-à-dire une panoplie d'activité physique de loisirs et déassement sur le fitness. L'intérêt du thème se présente sous un double point de vue suivant :

- ✚Premièrement, l'élaboration de cette étude nous permettra de mettre en pratique les connaissances théoriques acquises durant nos longues années d'études ;
- ✚Deuxièmement, nous aurons l'occasion de contribuer au développement intégré de la ville de Mahajanga, conformément à la politique du Gouvernement par le montage d'un projet.

Afin de réaliser ce projet, nous avons dû consulter plusieurs documentations et faire des descentes sur terrain afin de connaître les réalités existantes dans la zone d'implantation du projet et mener à terme la constitution de ce projet. En ce qui concerne la documentation, les ouvrages et les dossiers sont auscultés auprès des Ministères de la Jeunesse et des sports, à l'Institut National de la Statistique et au site d'Ambatonakanga qui nous ont servi d'appui pour mieux connaître l'activité de Fitness, et qui nous ont donné aussi la possibilité d'obtenir les données démographiques concernant la ville de Mahajanga I.

La descente sur terrain nous a permis de faire une étude du marché auprès des futurs clients comme : travailleurs, fonctionnaires, étudiants et élèves, professionnels, indépendants ou même les chômeurs. Quant aux enquêtes, nous avons recouru aux questions réponses et interviews auprès de la population majungaise sur l'implantation de notre salle de fitness.

La réalisation de notre projet comportera trois parties :

- ✚ Dans la première partie, nous essayerons d'identifier le projet dans lequel nous allons voir sa description, ses caractéristiques et son étude de marché.
- ✚ Ensuite, la deuxième partie, purement technique, concerne l'étude de faisabilité du projet dans laquelle les points suivants seront abordé : la technique de production, la capacité de production envisagée, l'étude organisationnelle ;
- ✚ Enfin, dans la troisième partie, nous allons traiter l'étude financière du projet dans laquelle nous essaierons de présenter le coût d'investissement, l'étude de faisabilité et financière et l'évaluation du projet.

Tout cela nous permettra d'obtenir un résultat spécifique dans un délai déterminé avec nos ressources limitées.

PREMIERE PARTIE :
IDENTIFICATION DU PROJET

Identifier un projet, c'est d'exposer d'abord sa présentation sur laquelle seront traitées son historique et ses caractéristiques. Cette première partie traitera aussi l'étude du marché visé qui comprend la description du marché, l'analyse de la concurrence, la stratégie et la politique marketing à adopter. Elle exposera, enfin la théorie générale sur les outils et critères d'évaluation du projet.

Cette première partie comprendra donc les trois chapitres suivants :

- chapitre 1 : Présentation du projet ;
- chapitre 2 : Etude du marché visé ;
- chapitre 3 : Théorie générale sur les outils et critères d'évaluation du projet.

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET

L'intérêt de ce chapitre est de faire connaître l'historique du projet de création et d'exploitation d'une salle de fitness à Madagascar et de montrer la monographie générale de la région d'implantation de ce projet. Ce chapitre exposera aussi les caractéristiques du projet dans lesquelles devront figurer la nature de ce projet, ses buts, ses objectifs et ses intérêts.

Section 1 : Historique du projet

Cette section traitera d'abord l'historique du projet de fitness internationale et locale à Madagascar. Elle exposera également la monographie générale de la région d'implantation de notre projet. Alors nous allons voir successivement ces deux points essentiels.

1.1. Historique du Fitness à Madagascar

Les activités du fitness sont relativement récentes dans tous les pays surtout dans les pays sous développés. De nos jours, elles se sont améliorées surtout par des techniques modernes. Ces activités sont apparues au 19^{ème} siècle dans les pays développés et se sont répandues dans les pays sous développés. A Madagascar, le fitness est un fait nouveau apparu vers le 20^{ème} siècle.

A partir de l'année 2001, différents projets successifs sont intervenus pour améliorer et développer le fitness malagasy. Le fitness peut devenir très rapidement le premier secteur d'activité physique et sportive très pratiqué par une grande partie de la population malagasy, en particulier les jeunes afin de garder leur santé et leur forme. Après cette brève historique de fitness à Madagascar, nous pouvons maintenant proposer la monographie générale de la région dans laquelle nous voulons implanter notre projet.

Section 2 : Caractéristiques du projet envisagé

Dans cette section, nous allons essayer de décrire le projet et son lieu d'implantation.

2.1. Description du projet

La description du projet concerne ses activités et sa fiche signalétique. Le fitness est mot anglais apparu dans les années 80, signifiait « **santé et forme** ». Il se présente comme un ensemble d'activités musculaires sans charge lourde. Nous pouvons distinguer deux types d'activités:

- le body fitness qui s'apparente à la musculation. Dans ce cas-là, le terme « fitness » est aussi utilisé pour « féminiser » la pratique de la musculation ou le bodybuilding (jugée trop « masculine »). Il s'agit principalement d'une activité individuelle.
- Le fitness alliant le « **cardio-training** » (activités d'endurance surtout pratiquées à l'intérieur, comme le vélo, le tapis de marche, etc...) et l'aérobic (cours essentiellement collectifs en musique chorégraphiés : step, low impact aerobic,...)

2.1.1. Activités du fitness

Nous pouvons citer trois sortes d'activités sur le fitness :

2.1.1.1. Activités traditionnelles :

- musculation
- activités cardio (tapis roulant, vélo, stepper, rameur, elliptique, cardiowave)
- cours collectifs (step, Low Impact Aerobic, High Impact Aerobic, stretching...). Ces derniers sont pré-chorégraphiés (voir ci-dessus Training System) ou en free style. Dans ce cas là, l'instructeur fitness doit puiser dans son imagination pour créer lui-même ses chorégraphies.

2.1.1.2. Activités complémentaires :

- Aquaforme (aquagym étant une marque)
- sauna, hammam, spa
- squash, badminton

2.1.1.3. Activités annexes :

- massages
- sophrologie
- solarium
- centres esthétiques

2.1.2. Fiche signalétique du projet

C'est une fiche qui détermine les renseignements généraux d'une entreprise S.A.R.L. Unipersonnel cas « fitness ». Elle est présentée comme suit : Notre Salle sera dénommée « **MAHATSARA BIKA** ». C'est une société à responsabilité (SARL) unipersonnelle avec un capital de trente millions d'ariary (30 000 000 Ar) dont la part à financer est de cinq millions d'ariary (5 000 000 Ar). Elle sera sise à Tsaramandroso. Son numéro d'identification fiscal (NIF) et son numéro statistique seront fournis ultérieurement.

L 'objectif du projet est donc de créer une salle de fitness en vue de satisfaire les besoins de la clientèle dite « sportifs » qui cherche une silhouette jeune et une santé robuste tout en contribuant à la réduction du taux de chômage dans cette région.

2.1.3. Contexte et justification :

Pour que le projet soit réalisable, il faut réunir deux conditions essentielles suivantes :

2.1.3.1. condition socio-économique :

Dans la région de Mahajanga I, le projet est faisable si :

- ✓ la population locale s'intéresse à cette nouvelle activité physique et sportive tout en acceptant de déboursier une somme d'argent pour payer les frais de cotisation pour celle-ci,
- ✓ l'implantation de ce projet dit « **salle de fitness** » est possible de réduire la pauvreté et de créer des emplois aux chômeurs.

2.1.3.2. condition géographique et écologique :

Le projet est faisable si l'implantation de cette salle de fitness:

- ✓ apporte la santé à la population majungaise,
- ✓ réduit la délinquance juvénile et à éradiquer les phénomènes du tabac, de l'alcool et de la drogue,
- ✓ incite les jeunes oisifs à faire des activités physiques et sportives comme le fitness.

2.1.3.3. Justification :

L'installation de la salle de fitness est justifiée par les points essentiels suivants :

- Les membres du personnel seront formés à la charge de la société d'exploitation dite « **salle de fitness** »,
- La possibilité d'attirer et d'accaparer plus de clientèle,
- L'éradication de l'obésité en visant une santé saine,
- La rentabilité financière du projet.

Toutefois, des problèmes surgissent à la création de ce projet et il faut les résoudre. Il s'agit sur:

- L'insuffisance de ressources financières,
- L'insuffisance des matériels modernes utilisés à l'activité de fitness.

Les causes de ces problèmes sont :

- Le manque de partenariat financier à ce projet,
- La cherté des équipements et matériels utilisés aux activités de fitness,
- la pratique traditionnelle sur la discipline fitness et sur les autres activités.

2.2. Historique de la localité

L'historique est nécessaire pour connaître les raisons d'implantation de notre projet dans cette localité. Nous allons ainsi exposer ci-dessous la migration et la population.

2.2.1. La migration

D'après le recensement, la région du Boina est dominée par l'ethnie Sakalava. En général, celle-ci représente plus de 40% de la population totale et composée en plus des Merina, Betsileo, Tsimihety, Antandroy et autres. La population de la région est ainsi composée d'ethnies et de races disparates notamment dans les grands centres urbains : Mahajanga ville et Marovoay. La prédominance de l'ethnie sakalava sur les zones côtières est plus marquée, ainsi que celle des migrants de hautes terres dans la partie centrale à Marovoay et Ambato-Boeni.

2.2.2. Population

La province de Mahajanga, de loin la plus importante de toutes les provinces de par son étendue, après Toliara, n'abrite que 11% de la population malagasy, avec ses 1.633.236 habitants (projection 2000 de la Direction Démographique et Sanitaire DDS de l'INSTAT). Les fonctions multiples de la ville de Mahajanga et la mise en valeur récente des potentialités agricoles de la région sont à l'origine des mouvements migratoires intenses et permanents ; plus de 75% de la population ont résidé à l'extérieur avant de s'installer dans la zone. Ces mouvements ont été favorisés également par la mise en valeur des zones de Baiboho pour les cultures industrielles et de rente à Namakia.

Section 3 : Généralité sur le projet

La Région se situe entre 14° de latitude Nord, 19° de latitude Sud, 48° de longitude Est et 46° de longitude Ouest. Située dans la partie occidentale de l'île, elle représente environ 6% de la superficie totale de Madagascar. Elle comprend six Districts : Ambato-Boeny, Mahajanga I et II, Marovoay, Mitsinjo et Soalala. Elle a une superficie de 32 386 km² (Région Boeny ; 2005) et il a une population de 543 222 habitants en 2004. Le climat de la région est de type tropical sec et chaud à distinguer en deux saisons : saison chaude et pluvieuse (octobre à avril) et saison fraîche et sèche (avril à octobre).

3.1. Etude géographique

L'étude géographique de la région nous mène à étudier : la délimitation, l'étude physique, l'étude démographique et socio- économique de cette localité.

3.1.1. Délimitation

La région est délimitée au Nord par la Région de Sofia, à l'Est par la région de Betsiboka, au Sud par la région de Melaky. La région du Boéni est limitée au Nord par les sous- préfectures de Mampikony et de Port-Bergé, au Sud par la Province d'Antananarivo (Sous-préfectures de Féoarivibe d'Ankazobe et d'anjzorobe), à l'Est par la Province de Toamasina (Amparafarvola et Andilamena), au Sud-Ouest par les sous-préfectures de Besalampy et Ambatomainty et l'Ouest par le Canal de Mozambique.

3.1.2. Etude physique

La région est composée par trois grands types de sols, d'origine ferrugineuse tropicaux : les sols des tanety latéritiques rouges, les sols hydromorphes des bas-fonds ou des plaines et les « baiboho » sur les bourrelets de chaque berge des grands fleuves précédents. Son climat est de type tropical sec et chaud avec ses (2) deux saisons comme nous avons vu auparavant. C'est-à-dire plus précisément, une saison chaude pendant (7) sept mois et une pluvieuse pendant (5) mois.

Il est rythmé par l'alternance d'une saison pluvieuse qui s'étale généralement d'Octobre à avril, avec une moyenne annuelle de 1 000 à 1 500 mm d'eau, et d'une saison sèche (avril-octobre). La Température moyenne annuelle est de 27, 64°C. Les principaux lacs, fleuves et rivières sont le lac Kinkony et les fleuves Betsiboka, Mahavavy et Mahajamba tandis que les principaux bassins versants sont Mahajamba, Betsiboka, Mahavavy du Sud, Andranomavo.

3.1.3. Etude démographique et socio- économique

Nous allons voir les deux points essentiels qui sont l'étude démographique et socio- culturel et étude socio- économique de la région de Mahajanga.

3.1.3.1. Etude démographique et socio- culturel

Le nombre des habitants dans la région est de cinq cent quarante trois mille deux cent vingt deux habitants (543 222) au cours de l'année 2006. Presque tous les districts connaissent un accroissement démographique annuel moyen supérieur à la moyenne nationale qui était de deux virgule huit pour cent (2,8%) en 1992. Et ce sont les districts les plus enclavés qui affichent les taux les plus élevés.

Le milieu rural est très peuplé et dépend des principales cultures et spéculations telles que les cultures vivrières (riz, manioc, maïs, haricot, patate douce, taro,...) ; les cultures de rentes ; les cultures industrielles (canne à sucre, arachide, coton, coco, tabac) ; les fruits et légumes. Les activités principales dont il existe trois types de secteurs : secteur primaire 96,54%, secteur secondaire 1,20% et secteur tertiaire 2,26%. Mais sur le plan socio- culturel, le « **Fanompoam-be** » est la culture la plus célèbre dans cette région.

3.1.3.2. Etude socio- économique

Il existe deux catégories de population : la population urbaine et la population rurale. Le RGPH considère systématiquement comme urbaine, la population des communes correspondant aux districts. Il s'agit d'une convention qui ne correspond pas forcément à la réalité socioprofessionnelle. Le caractère urbain des districts de Mahajanga I ressort très clairement. Il est inutile de connaître les emplois de la population rurale majoritairement à vocation agricole. Les chefs de ménage en moyenne sont occupés, ce taux est plus élevé en milieu rural. La situation se rapprocherait du plein emploi.

3.2. Lieu d'implantation

Le lieu d'implantation de ce projet est à Mahajanga I et dans la région BOENY. Nous choisissons ce lieu car premièrement, le promoteur de ce projet est originaire de cette région. De plus, l'exploitation d'une salle de fitness est encore inexistante ou bien insuffisante dans cette ville et nous pourrions estimer que le projet sera rentable du fait qu'il y a peu de concurrents dans ce secteur d'activité. Nous constatons que la population a besoin de faire des activités physiques de mise en forme dans une salle de fitness.

3.2.1. Site du projet

Le site d'implantation du projet est à Tsaramandroso qui se trouve dans le fokontany de Mahavoky atsimo, à 1,5 Km du centre ville de mahajanga I, près du campus universitaire. Il est délimité au nord par le fokontany de Mahavoky Nord, au Sud par le fokontany de Tsaramandroso sud, à l'est par le fokontany de Tsaramandroso Anosikely et à l'ouest par le fokontany de Mangarivotra.

3.2.2. Faune et flore

La faune et la flore sont l'ensemble des plantes et des animaux vivants dans une région bien déterminée. Le sujet étudié ici, c'est la région de Mahajanga ou plus précisément la région BOINA. Donc, nous allons voir une à une la faune et la flore existantes dans cette région.

3.2.2.1. Agriculture

La population majungaise pratique des différents types d'agriculture et d'élevage. La principale culture vivrière est le riz, puis viennent par la suite le manioc, le maïs, le haricot, patate douce et taro. Les cultures de rente dont la principale est la caféiculture et les cultures individuelles comme canne à sucre, arachide, cocotier, coton et tabac et enfin pour les fruits et légumes comprenant les cultures maraîchères et fruitières.

3.2.2.2. *Elevage*

L'ensemble de la région du Boina offre des conditions naturelles assez favorables à l'élevage. Elle est composée de plateaux à savanes, de dépressions enfermant de nombreux points d'eau, de plaines côtières à prairies et des zones de baiboho offrant des vastes pâturages. En matière de gros élevage, c'est-à-dire l'élevage de bovins prédomine. Il est présent plus de la moitié des exploitations. L'élevage porcin est relativement peu important dans cette région. Pour le petit élevage comme le poulet et le canard sont présents dans tous les districts avec un taux de présence allant d'une exploitation sur deux sur toute l'étendue de la région.

3.2.2.3. *Pêche*

La pêche industrielle est essentiellement maritime et vise surtout les crevettes, les poissons et les crabes. Tandis que la pêche artisanale et maritime est très importante dans la zone côtière et dans l'ensemble des Districts de Mahajanga en général.

3.2.3. *Autres secteurs d'activités*

Les autres secteurs d'activités que nous allons énumérer, sont l'artisanat et le mode d'échange sur les marchés locaux de Mahajanga. Ces secteurs sont l'artisanat et le commerce.

3.2.3.1. *Artisanat*

L'artisanat est encore négligeable dans la ville de Mahajanga et peu important aux alentours des périphéries de Mahajanga. Cet artisanat ne concerne que les activités ancestrales comme la bijouterie, la menuiserie, couture etc....

3.2.3.2. *Commerce*

La commercialisation intéresse à la fois les marchés publics et les points de vente privés. Quarante (40) marchés dont vingt neuf (29) sont agricoles et animent la ville. Ce sont des marchés périodiques, c'est-à-dire une ou deux fois par semaine. Les Arabes et les Indo-pakistanaïens monopolisent le commerce de gros dans tous les districts. La plupart des vendeurs sont des migrants ambulants des Hauts plateaux et du Sud-est du pays et qui viennent dans la région pour liquider leur marchandises.

Section 4 : Caractéristiques du projet

Dans cette section, nous allons décrire la nature, les buts et les objectifs du projet pour mieux savoir ceux qui nous intéressent exactement.

4.1. Nature du projet

Ce projet est inspiré sur la réalité existante du fait que la population majungaise est en manque d'activités de loisir et de délasserment. Et puis, d'après l'enquête faite au préalable auprès des habitants de cette localité, nous avons constaté qu'il y a l'accroissement fulgurant des phénomènes d'obésité et de l'oisiveté dus au manque d'activités de mise en forme.

Enfin, nous avons tiré aussi qu'il y a peu d'infrastructures ou salles de sports dans cette ville et dans la zone ciblée ou zone d'implantation. Tout cela nous incite à créer et à élaborer le projet dit « **salle de fitness et de mise en forme** ». En effet, cette nature énumérée ci-dessus nous mène à définir les buts et objectifs de ce projet que nous exposerons comme suit.

4.2. Buts et objectifs du projet

Il existe une nuance entre les mots « but » et « objectif » de notre projet et c'est ainsi qu'on va les décortiquer dans les sous-sections suivantes.

4.2.1. Buts visés

Les buts visés de notre projet sont essentiellement à :

- l'amélioration de condition de vie du personnel de l'entreprise (les moniteurs, l'infirmier et le personnel administratif),
- l'amélioration de condition de vie de la population majungaise en faisant le fitness
- la participation au développement de la région en implantant une infrastructure sportive dite « salle de fitness » qui est vraiment inexistante,
- l'incitation aux jeunes de faire des activités physiques et sportives et de divertissement afin d'éradiquer la délinquance et les dérives sociales,

- la pérennisation de notre entreprise et celle des activités de fitness dans la région de Mahajanga.

4.2.2.Objectifs du projet

Les buts visés ci-dessus sont aussi liés aux objectifs de notre projet. Ces objectifs quant à eux se repartissent en deux catégories bien distinctes dont la première s'appelle « **objectifs globaux** » et la seconde se dénomme « objectifs spécifiques ».

4.2.2.1. Objectifs globaux

Les objectifs globaux de notre projet sont :

- obtenir de ressources financières de la part de la clientèle pour faire tourner l'entreprise en question,
- augmenter l'effectif du client pour chaque année afin d'amortir le coût d'investissement,
- satisfaire les besoins de notre clientèle.

4.2.2.2. Objectifs spécifiques

- Obtenir des ressources financières à 50% pour la première année d'existence de l'entreprise ;
- Améliorer la situation financière de notre société, c'est-à-dire augmenter de 70% les recettes pour les (4) quatre années suivantes ;
- Accroître l'effectif des clients à deux fois ou trois fois pendant les 4 années suivantes.

L'ensemble des activités de fitness permettra de développer la région de Mahajanga I et surtout la vie sociale des habitants et celle du personnel de l'entreprise. Et ceci nous amène donc à montrer l'intérêt de ce projet.

4.3. Intérêts du projet

Cette sous-section exposera d'une part, l'intérêt du promoteur et d'autre part, les intérêts des agents économiques.

4.3.1. Intérêts du promoteur :

Avant de réaliser ce projet, le promoteur a fait des études et des enquêtes spécifiques concernant l'implantation de son entreprise dans cette région. Voici donc ce qui nous intéresse à réaliser ce projet :

- ✓ contribuer au développement de la région (BOINA) en installant une infrastructure sportive dite « **salle de fitness** » ;
- ✓ le marché de ce service est encore large, très accessible selon le contexte existant, d'ailleurs la faiblesse de concurrence est un atout non négligeable.
- ✓ contribuer au développement du sport de « **mise en forme** » car dans cette région.

4.3.2. Intérêts des agents économiques :

Les intérêts de ce projet peuvent concerner les agents économiques qui sont le personnel de l'entreprise, les clients, la Société et l'Etat en question. On va montrer dans le tableau ci-dessous, les intérêts de ces agents économiques.

Tableau N° 1 : Intérêt des agents économiques

Agents économiques	INTERETS
Etat	✓ Accélération de l'accroissement du taux de croissance économique à l'aide des recettes fiscales en forme d'impôts payés et versés par notre entreprise « salle de fitness » ✓ Contribution avec le MAP (création des infrastructures sportives)
Société	✓ Création d'emplois pour la population majungaise, ✓ Relancer l'activité sportive dite « fitness » dans cette région occidentale du pays, ✓ Obtenir des ressources financières auprès des clients, ✓ Diminuer le taux de chômage dans cette localité.
Clients	✓ Satisfaire les besoins de la clientèle de l'entreprise, ✓ Avoir une bonne forme en pratiquant les différentes activités liées au fitness, ✓ Divertir et délasser après des longues journées de travail, ✓ Etre en bonne santé dans la vie en faisant cette activité.

Source : Enquête personnelle

Les activités de fitness existaient à Madagascar depuis le 19^{ème} siècle mais elles sont encore inexistantes dans toutes les provinces. Ce qui nous pousse à créer et implanter ce projet dans la ville de Mahajanga I, plus précisément à Tsaramandroso. Le but de ce projet est généralement d'améliorer la condition de vie de la population majungaise sur le plan social, financier et économique.

L'objectif de l'entreprise, c'est de développer la région de Mahajanga dans le domaine du sport et celui des infrastructures. Son intérêt est de contribuer à la croissance économique par la création d'emplois et par la satisfaction des besoins de ses clientèles. Ce qui nous mène maintenant à développer l'étude du marché au chapitre suivant.

CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE VISE ET ASPECT MARKETING

Ce chapitre traitera successivement les cinq points essentiels suivants : la description du marché, l'analyse de l'offre, l'analyse de la demande, l'analyse de la concurrence, la stratégie et la politique marketing adopté.

Section 1 : Etude du marché

En réalité, le marché est un lieu de rencontre de l'offre et de la demande. Tout initiateur de projet doit quadriller le point où l'équilibre s'installe pour ne pas s'aventurer vers un avenir incertain. Le problème de la concurrence ne se pose pas. Le point de départ de l'analyse de notre projet est constitué par l'étude du marché car la connaissance du marché est très indispensable.

1.1. Description du marché

Notre entreprise « **MAHATSARA BIKA** » aura pour activité principale de donner des cours de fitness et d'activités physiques de mise en forme afin d'entretenir le corps humain. De plus, la prestation offerte est une activité de loisirs et de délasserment pour certain et une activité sportive pour d'autre. En effet, notre activité intéresse à toute catégorie d'âge et de sexe de la population cible. Pour en savoir plus, il est vraiment nécessaire de visionner les sous-sections suivantes.

1.1.1.Part du marché visé

Par définition, « **la part du marché est le pourcentage des chiffres d'affaires de l'entreprise par rapport aux chiffres d'affaires de toutes les entreprises dans le même secteur d'activité** » : ¹

$$\text{Part du marché} = \frac{\text{Chiffres d'affaires de l'entreprise}}{\text{C.A de toutes les entreprises dans le même secteur d'activité}} * 100$$

¹ Cours de Marketing d'Yves RAJAONARISOA en 2^{ème} année Gestion (année 2003-2004)

La part du marché de notre projet sera estimée à 70% de l'entreprise dans le secteur « **salle de mise en forme** ». Les 30% sont aux concurrents.

1.1.2. Localisation du marché visé

Nous pensons pouvoir aborder les (3) trois types de marché visé selon les catégories de clients à savoir ceux qui :

- ✓ ont des revenus fixes comme les travailleurs des entreprises privées, les fonctionnaires,...etc.
- ✓ ont des revenus variables comme les gens qui exerçaient la profession libérale
- ✓ n'ont pas des revenus mais assurer par un tiers personne, comme les étudiants et les chômeurs.

En effet, les clients constituent : les travailleurs ou employés dans le secteur formel qui sont les fonctionnaires, dans le secteur informel dont les artisans, les commerçants ayant des revenus variables. Il y a aussi le type de clients sans revenus les étudiants et les élèves c'est-à-dire leur frais d'apprentissage seront payés par leurs parents.

Tableau N° 2 : Localisation du marché visé selon les catégories de clients

Types de clients Désignation	Secteur formel	Secteur informel	Etudiants et élèves	TOTAL
Dans le quartier du site	30	20	20	70
Hors du quartier du site	50	10	10	60
TOTAL	70	30	30	130

Source : Estimation personnelle

Après des enquêtes faites dans le lieu du site et dans le lieu hors de la zone d'implantation, on a récolté les informations ci-dessus. L'enquête s'effectue comme suit : on a posé des questions fermées et des questions ouvertes.

Le nombre de personnes enquêtées est de (170) cent soixante dix et (130) cent trente ont répondu clairement aux questions posées, soit $130 * 100/170 = 76,47 \%$ environ qui ont donné des réponses claires.

1.1.3.Capacité du marché visé

C'est la capacité de recevoir le nombre de clients sur le marché. Dans notre projet, elle peut attirer cent trente (130) clients dans l'année. C'est aussi la capacité d'octroyer des volumes d'heure disponibles à chaque client. Chaque client peut disposer (2) deux heures par jour pour utiliser la salle de fitness. Mais les clients ont leurs besoins qui sont à l'origine de leur demande, alors nous verrons cette dernière dans la sous-section suivante.

1.2. Analyse de la demande

On entend par demande « **l'ensemble de commande et de quantité des produits ou des services demandés par les acheteurs** » ²

L'étude de marché consiste à définir les besoins des clientèles, de connaître leur comportement, leur motivation et leur fréquence d'achat. Donc, il ne faut pas confondre la demande et les besoins de clients. Cette analyse permet au promoteur de connaître les ventes potentielles possibles et les types de clients, avant de réaliser ce projet. En effet, la détermination des besoins des clients et l'estimation de la demande doivent être effectuées avec prévision.

1.2.1.Position de la demande

Pour analyser la situation générale de la demande de la population majungaise, nous allons d'abord analyser la position générale de nos prestations de service vis-à-vis notre clientèle. La demande peut être tournée soit vers notre entreprise, soit vers les concurrents. Elle dépend donc de la qualité et de la quantité du service offert.

² Fernand BECQUEREL « les études des marchés, 1975

1.2.2. Besoins des clients

L'analyse de la demande a une conséquence sur la prestation de service de l'entreprise. Elle doit donc déterminer les avantages et les inconvénients des produits présentés.

Ainsi, il y a « **un élément moteur** » qui pousse l'individu à agir sur un tel produit ou sur une telle prestation qui lui est fournie : c'est « **le besoin** ». Ce besoin se divise en (3) trois catégories : le besoin personnel, le besoin social et le besoin physique. Mais ces besoins peuvent satisfaire ou non la clientèle. Pour les nôtres, ces prestations de service seront la meilleur qualité et suivant la norme avec du professionnalisme sur le service rendu.

Les besoins demandés par nos clients sont : la propreté de notre enceinte, l'hospitalité du personnel de notre société, les qualités de nos équipements et de nos moniteurs.

1.2.3. Estimation de la demande

L'estimation de la demande dépend de la situation démographique et économique de la région dont nous avons implanté le projet en question. D'après l'enquête faite au niveau de l'INSTAT, nous avons pu recueillir les données suivantes :

Tableau n° 3 : Population actuelle à Mahajanga

DISTRICTS	Effectifs (Par nombre d'habitants)
- Mahajanga I	148.326
- Mahajanga II	70.314
- Mahabibo	78.011
TOTAL	296.651

Source : INSTAT

D'après l'enquête effectuée auprès de la population habitante aux environs de Mahajanga I, surtout avec celle de Tsaramandroso, la demande sur nos services peut être présentée comme suit :

Tableau n° 4 : Estimation de la demande

Sexe du client Type de service offert	FEMMES	HOMMES	EFFECTIF TOTAL
Activité de FITNESS	35	10	45
Activité de Musculation	-	20	20
Activité aérobic	10	-	10
TOTAL	45	30	75

Source : enquête personnelle

D'après le tableau ci-dessus, vous pouvez constater que nous avons pris (75) soixante quinze échantillons de personnes sur les (130) enquêtées afin de ne pas rendre utopique notre projet. Nous garantirons que ces soixante quinze personnes viendront régulièrement faire leur besoin dans notre salle de mise en forme dès celle-ci sera ouverte.

Section 2 : Analyse de l'offre et de la concurrence

L'analyse de l'offre et de la concurrence sont les étapes fondamentales à suivre, avant la constitution d'une société quelconque. De même, nous allons les voir une à une.

2.1. Analyse de l'offre

Dans cette section, nous mettons en évidence les caractéristiques de l'offre. Cette section traitera aussi la prévision de l'offre et de la clientèle cible.

2.1.1. Caractéristiques de l'offre

Pour satisfaire les besoins des clients, il faut produire les meilleurs prestations de service, c'est-à-dire créer des prestations modernes et convaincantes. En effet, la prestation de l'entreprise doit être meilleure à celle des concurrents. Dans notre cas, l'entreprise offre une panoplie de prestation depuis l'arrivée de la clientèle jusque dans la salle où cette dernière va effectuer son hobby. Il y a donc différents services qui vont s'occuper de notre clientèle.

Ces services sont appelés :

- le service « **accueil des clients** »,
- le service de sécurité,
- le service médical et
- le service technique.

Le tableau suivant résume les caractéristiques de l'offre :

Tableau n° 5 : Caractéristiques de l'offre

DESIGNATION	TACHES	POSTES
Service accueil	• s'occuper de la clientèle à la réception, • faire connaître aux clients les différents services offerts et ses coûts respectifs	• Secrétaire réceptionniste
Service sécurité	• s'assurer la sécurité des matériels de la clientèle, c'est-à-dire à l'intérieur (dans les vestiaires) et à l'extérieur (dans le parking) de l'entreprise.	• Agents de sécurité
Service médical	• contrôler la santé de la clientèle avant de faire ses activités physiques et sportives, • faire le premier soin en cas d'accident grave survenu pendant la pratique d'APS de mise en forme.	• Infirmière
Service technique	• dispenser et diriger les cours de fitness et d'aérobic, • donner les méthodes à faire sur la musculation.	• Moniteurs

Source : estimation personnelle

La base de notre activité repose sur le service technique, c'est-à-dire sur la performance de nos matériels et sur la compétence de nos moniteurs. L'entreprise offre des techniques d'activités physiques de mises en forme universelles, c'est-à-dire des techniques utilisées dans les pays très avancés. Pour réaliser ces techniques, la société emploie des moniteurs compétents et expérimentés.

2.1.2. *La clientèle cible*

C'est l'ensemble de clients qu'on peut cibler dans le marché. La conquête du marché est plus importante dans l'étude du marché. Le grand paramètre, c'est l'étude de la clientèle. Ici, les clients cibles sont :

- les adolescents (de sexe féminin et masculin),
- les adultes âgés de 25 ans au plus,
- les étudiants.

Selon la catégorie socioprofessionnelle, les clients cibles peuvent être :

- des salariés : les fonctionnaires, les enseignants, les commerçants, les militaires, les médecins, les salariés aux entreprises privées et autres
- des chômeurs dont les frais de participation sont payés par des Tiers personnes
- des élèves et étudiants dont les frais de participation sont assurés par leurs parents ou leurs tuteurs.

2.2. *Analyse de la concurrence*

Par définition, « **La concurrence est l'ensemble de toutes les offres rivales, actuelles ou potentielles qu'un acheteur peut prendre en considération** ».³

La présence des concurrents constitue un paramètre de référence dans l'acquisition du marché. Ces concurrents doivent affaiblir mais non pas détruire. Jusqu'à maintenant, dans la ville de Mahajanga, notre projet n'a que deux concurrents dans le secteur « **salle de mise en forme** ».

Il y a deux catégories de concurrents dans le domaine d'exploitation de la piscine :

- ✓ Les concurrents directs
- ✓ Les concurrents indirects

³ Cours de Marketing III par ANDRIANALY, 3^{ème} année Gestion

2.2.1. Les concurrents directs

Les concurrents directs sont les entreprises qui exploitent la même activité que la notre. Concernant les concurrents directs, ils sont au nombre de deux concurrents dans lesquels notre société sera confrontée.

Tableau N° 06 : Les concurrents directs

Concurrents	Equipements	Zone d'installation	Horaire d'une séance	Tarifs affichés / séance
1- BODYFORM	Insuffisant	Centre ville	2 heures / séance	3 000 Ar
2- WORLD-GYM	Insuffisant	Périphérique	2 heures / séance	3 000 Ar

Source : enquête personnelle auprès des concurrents à Mahajanga

Quant à notre salle de fitness « **MAHATSARA BIKA** », elle offre une heure par jour à 1 900 Ar mille neuf cent ariary l'heure. Donc nous avons un avantage assez important d'attirer plus de clientèle par rapport à nos concurrents.

2.2.2. Concurrents indirects

Ce sont les entreprises qui s'occupent de la prestation de service similaire ou substituable à notre entreprise. Actuellement, le développement de la technologie est inévitable. Il s'agit de « **l'Internet** » qui est un concurrent indirect. C'est à partir de l'Internet qu'on peut apprendre les exercices sur les activités de mise en forme. Il y a aussi d'autres concurrents indirects, c'est-à-dire les services de substitution comme la natation, la danse et les activités physiques et sportives.

Les clients peuvent choisir entre ces différents types de sports, car comme le fitness, ils ont aussi la vocation de mettre les clients en bonne forme.

2.2.3. Forces et faiblesses des concurrents

L'analyse des forces et des faiblesses des concurrents nous permet de déterminer les prestations de service que nous devons offrir à nos clients. Elles sont résumées dans le tableau suivant.

Tableau n° 7 : Caractéristiques des concurrents

Concurrents	Forces	Faiblesses
BODY FORM	- La première salle de fitness dans la région de Mahajanga I - Jusqu'à maintenant BODY FORM gagne plus de confiance de la population de Mahajanga I	- Prix plus cher - Salle trop restreinte - Equipement un peu vétuste - Vestiaire unique pour les hommes et les femmes
WORLD-GYM	- Jusqu'à maintenant cette salle de fitness prend la place de CHALLENGER. - Le prix de ses prestations est un peu moindre que celui de BODY- FORM	- Prestations limitées - Salle restreinte par rapport à la notre. - Vestiaire unique pour les hommes et les femmes

Source : enquête personnelle auprès des concurrents à Mahajanga

Section 3 : La Politique et Stratégie marketing à adopter

La Politique et la stratégie marketing sont des techniques différentes de l'une à l'autre, mais elles sont complémentaires dans l'étude du marché. La politique marketing définit au préalable l'objectif de vendre mieux les produits tandis que la stratégie marketing est la manière commerciale de vendre les produits.

Le Marketing « **est une science, pratiquée par les entités commerciales, qui oriente ses études et ses recherches vers la satisfaction des besoins et désirs de leurs consommateurs actuels et potentiels afin d'accroître leur profits** ».

Le marketing consiste donc à :

- Identifier le marché pour les biens et services
- Identifier les besoins présents et futurs de ce marché
- Guider le développement des produits et services
- Livrer, vendre ses biens et services aux consommateurs dans les meilleures conditions.

Ce projet envisage d'adopter l'une des stratégies ci-dessous.

3.1. Stratégie de diversification

Par la stratégie de diversification, l'entreprise se lance dans des nouveaux domaines d'activités. Il faut toujours créer des produits nouveaux afin d'attirer des nouveaux clients. Pour en arriver là, il faut innover et former les personnels afin de bien satisfaire les clients. La stratégie comprend la stratégie PUSH et la stratégie PULL.

3.1.1. Stratégie PUSH

C'est une technique commerciale qui sert à pousser les produits vers la clientèle. De ce fait, elle utilise la méthode d'essai à domicile des clients sans leur demander de payer le prix, il s'agit alors de la promotion. Cette dernière permet de fournir des prestations aux clients sans contrepartie ni le paiement de celle-ci.

Cette technique permet aussi de fournir des prestations aux clients avec un prix symbolique, c'est-à-dire avec un prix très bas, par exemple avec un prix de (500) cinq cent ariary l'heure. Par contre, on utilisera la stratégie PULL du fait qu'il est impossible appliquée cette stratégie PUSH.

3.1.2. *Stratégie PULL*

C'est la technique commerciale la plus utilisée pour inciter les gens à acheter les produits ou prestations de services. Dans ce cas, on utilise souvent des supports publicitaires : à savoir la publicité dans le journal et à travers d'une diffusion radiophonique et télévisée. Les effets de ces publicités poussent les gens à obtenir ces produits ou ces prestations.

Les deux techniques de stratégies PUSH et PULL ont pour but de motiver les gens à faire connaître et à acheter ces prestations. Cependant, elles sont très coûteuses et nécessitent à faire un autre investissement.

3.2. *La Politique marketing à adopter*

D'après ce que nous venons de voir ci-dessus, nous pouvons dire que les stratégies PUSH et PULL ne sont pas faites pour nous car elles sont très chères pour une entreprise comme la nôtre. Donc, nous allons vous exposer ici la politique marketing à adopter sur ce projet proprement dit.

3.2.1. *Marketing mix*

Le marketing mix est un état d'esprit et des techniques permettant à une entreprise de conquérir les marchés, voir des créneaux, de le conserver et de développer ses activités. En d'autre terme, le marketing mix est l'ensemble des facteurs internes de l'entreprise qui sont mélangés au mieux pour répondre à l'ensemble des forces externes du marché.

Dans cette sous-section, le Marketing Mix comprend la politique de prestation, la politique du prix, la politique de publicité et de promotion.

3.2.1.1. *Politique de produit ou prestation*

Le concept produit est de deux types :

- Objectivement, le produit est le bien ou le service que l'entreprise vend ou rend à ses clients
- Subjectivement, le produit représente pour l'acheteur, un ensemble de satisfactions physiques et psychologiques.

La politique du produit matérialise la réponse de l'entreprise aux attentes du marché. En marketing, un produit est une association complexe entre les caractéristiques fonctionnelles déterminant la façon dont le produit remplit sa mission et les caractéristiques non fonctionnelles : l'aspect, la marque et l'image qu'elle véhicule, et le prix. On peut identifier la prestation de services par ses caractéristiques, sa qualité et son nom.

3.2.1.1.1. *Caractéristiques du produit*

Elles doivent être bien adaptées aux fonctions que doivent remplir le produit ou la prestation. En outre, elles doivent entraîner les moindres coûts de production. Par ailleurs, les améliorations apportées aux caractéristiques techniques du produit peuvent renforcer la compétitivité de l'entreprise.

En effet, nous admettons que l'entreprise possède une certaine avance sur ses concurrents dues à ces améliorations.

3.2.1.1.2. *La qualité du produit*

La qualité du produit ou de la prestation se traduit par l'attraction des clients sur celle-ci. Il se peut que ce produit porte une certaine marque très connue et estimée par tout le monde. La qualité de ce produit dépend aussi de sa durée de vie.

3.2.1.1.3. *Nom du produit*

Tout produit doit avoir un nom qui lui est propre. Le nom du produit en question doit être « Euphonique », c'est-à-dire il doit sonner de façon harmonieuse. Il faudra veiller notamment à ce que le nom ne suscite d'associations négatives dans aucun dialecte du pays concerné.

3.2.1.2. Politique de prix

Nous allons aborder ici toutes les facettes sur la politique du prix en question. Elle se présente en trois catégories qui sont : la notion du prix, les principes du prix et la fixation du prix.

3.2.1.2.1. Notion de prix

Il s'agit ici, du prix de vente. Nous considérons le prix de vente, la contrepartie de la livraison d'une prestation de service rendu. Sur le plan de gestion, ajoutons qu'il n'y a de vente que lorsqu'il n'y a pas de destruction de bien ou utilisation de la prestation de service reçu par l'utilisation finale.

Le principal élément déterminant le prix de vente d'une prestation est l'appréciation apportée par le client sur celui-ci. La politique de prix est étroitement liée à trois éléments :

- ✓ la qualité de service vendu
- ✓ la clientèle finale
- ✓ les canaux de distribution utilisée.

3.2.1.2.2. Principes

Nous avons déjà vu précédemment que le prix est une variable importante qu'il faut associer à chaque phase de vie d'un produit ou d'une prestation. Pendant la vie d'un produit ou d'une prestation, il y a deux grands types de décision à prendre :

- fixer le prix au moment du lancement
- le modifier à un certain moment

Les réactions des clients devant le prix sont variées, c'est-à-dire il faut aussi tenir compte de la relation « **prix-qualité** ». Un prix élevé est associé une qualité supérieure, mais il ne suffit pas d'être le plus cher pour avoir la meilleure image de qualité.

3.2.1.2.3. Fixation du prix

Comme nous avons déjà exposé précédemment que les clients apportent des appréciations sur le produit ou la prestation qu'on leur fournit. Alors, le prix est fixé à partir du goût ou des besoins des clients. La fixation du prix est très importante pour une entreprise car il y a une conséquence directe au niveau de la vente et surtout au niveau la rentabilité.

Ce prix dépend aussi à deux paramètres pour équilibrer le rapport entre « **qualité-prix** » :

- le coût de prestation
- le prix des concurrents.

Mais pour dominer le marché, on a trois types de prix :

- la politique de pénétration : prix au dessous du prix du marché
- la politique d'alignement : prix égal au prix du marché
- la politique d'écrouissage : prix au dessus du prix du marché.

Dans notre cas, pour lancer notre activité, on va utiliser la politique de pénétration afin d'attirer les clients. Toutefois, on a besoin de publicité et de promotion.

3.2.1.3. Politique de la publicité

Ce paragraphe met en relief la définition de la publicité et de la promotion, leurs caractéristiques et leurs éléments qui les déterminent.

3.2.1.3.1. Définition de la publicité

Par définition, « **La publicité est une politique Marketing employée pour faire connaître les activités de notre entreprise ou la marque de notre prestation au public** ». ⁴

⁴ Cours de Marketing d'Yves RAJAONARISON en 2^{ème} année Gestion

La publicité est la partie la plus visible du marketing. Il faut se lancer très bien dans le domaine de publicité comme par exemple sur : le média, le journal, les panneaux publicitaires,...etc.

C'est aussi « **l'art de faire naître le besoin d'acheter** ».

Ainsi, nous avons deux catégories de publicité :

- la publicité d'information : on informe l'existence d'un produit nouveau ou d'une prestation nouvelle,
- La publicité suggestive : on informe et à la fois on convoie les clients.

Dans notre cas, on pratique la publicité suggestive, car nous voulons suggérer et convaincre les clients pour acheter notre prestation.

3.2.1.3.2. *Caractéristiques de la publicité*

La caractéristique de la publicité est un phénomène économique, social et politique :

- économique : elle favorise et accélère l'expansion de l'entreprise ;
- social : c'est un contrat avec la population, elle procure des informations ;
- politique : c'est un art de convaincre les clients. Toutefois, elle peut entraîner, soit une acceptation, soit un refus de la part de la clientèle.

3.2.1.3.3. *Types d'objectifs publicitaires*

Il y a 5 grands types d'objectifs publicitaires :

- ❖ Faire connaître l'existence du produit ou de la prestation,
- ❖ Fournir des caractéristiques objectives : faire connaître les caractéristiques particulières du produit ou de la prestation,
- ❖ Construire une image (image : représentation subjective particulière du produit ou la prestation)
- ❖ Soutenir d'autres actions telles que la promotion,
- ❖ Provoquer l'achat immédiat

3.2.1.4. *La politique de promotion*

Par définition, « **la Promotion est une politique marketing qui a pour objet, de pousser le produit ou la prestation vers les clients** ».

On rend gratuitement ou avec un prix inférieur, la prestation à la clientèle pour lui faire connaître.

3.2.1.4.1. *Les caractéristiques de la promotion*

Pour la promotion, on pratique la dégustation sur celui du produit et celle de la prestation de service, on pratique l'essai gratuit ou avec prix inférieur. En tout cas, dans notre projet, on pratique la publicité car on veut faire connaître avec accélération notre prestation de service et on veut convaincre facilement les clients.

Ce chapitre met en évidence toutes les caractéristiques du marché visé. De ce fait, il a exposé la description du marché proprement dit et de l'analyse de la concurrence. Il a traité également la stratégie et la politique marketing.

La première partie de notre travail de recherche souligne les généralités sur le projet en question. En effet, elle jette l'aperçu général sur le projet et sur l'étude du marché visé. Cette dernière nous montre l'analyse de l'offre, de la demande et de la concurrence sans oublier d'exposer la stratégie et la politique marketing adoptée. Pour fermer cette première partie, nous avons abordé la théorie générale sur les outils et les critères d'évaluation du projet afin qu'on puisse entamer la deuxième partie de notre recherche.

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE

L'étude de faisabilité de notre projet repose sur trois éléments essentiels tels que la technique de réalisation, la capacité d'accueil et l'étude organisationnelle. Le premier point expose l'identification des matériels et la technique de formation envisagée. Le second essaie de traiter l'évolution des chiffres d'affaires et la prévision des dépenses, qui sera complétée par les études des aspects quantitatifs et qualitatifs du projet.

Nous exposons également les différents facteurs de prestation qui sont les moteurs du fonctionnement du projet. Pour terminer cette partie, nous allons mettre en évidence l'organigramme, l'organisation du travail et le chronogramme de cette entreprise.

Bref, cette partie traite les trois chapitres suivants :

- ✚Chapitre I : la technique de réalisation du projet,
- ✚Chapitre II : la capacité d'accueil,
- ✚Chapitre III : l'étude organisationnelle du projet.

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION ENVISAGEE

Ce chapitre comprend deux sections que nous allons traiter successivement comme suit : l'identification des matériels et la technique de formation envisagée.

Section1 : Identification des matériels

Cette section est vraiment indispensable pour permettre au bon déroulement des activités de l'entreprise en question. Nous allons voir donc les ressources matérielles appartenant à la société.

1.1. Bâtiment

Pour certain projet, il est nécessaire de faire une construction ou de louer un local afin d'exercer leur propre activité. De notre coté, le bâtiment appartenait déjà au promoteur, c'est-à-dire acquis avant l'élaboration de ce projet. Nous allons exposer ci-après leurs caractéristiques.

1.1.1.Caractéristiques du bâtiment

Il s'agit d'une maison sans étage et elle est encore neuve ou en bon état. Le bâtiment en question contient deux toilettes, deux douches et deux vestiaires destinés aux hommes et aux femmes. Le local est bien aéré et clôturé par des murs de briques. Il existe aussi un parking réservé au personnel et aux clients.

1.1.2.Les salles existantes

Le bâtiment se répartit en plusieurs salles dont :

- ✚une grande salle de Fitness de 160.00m²,
- ✚une grande salle de musculation de 140.00m²
- ✚une salle de réunion,
- ✚un bureau du gérant de 30.35m²,
- ✚une salle réception et bureau de secrétaire de 6.00m²,
- ✚une salle d'infirmierie de 10.75m²,
- ✚une salle pour magasin de stockage 19.65m²,

 un hangar de sécurité à l'entrée du bâtiment.

Le bâtiment est réservé au personnel de l'entreprise et aux clients.

1.2. Les caractéristiques de bureau et informatiques

Les matériels de bureau et informatiques sont utilisés par le gérant et le personnel administratif. Ils sont nécessaires pour effectuer le travail administratif dans l'entreprise. Ils sont résumés dans le tableau suivant :

Tableau n° 8 : Liste des matériels de bureau

N°	Désignation	Nombre	Destinations
01	Machine à écrire	1	Frapper des lettres
02	Machine à calculer	1	Aux calculs financiers et comptables

Source : Estimation personnelle

La machine à calculer sert à vérifier les calculs déjà effectués lors des opérations comptables. Elle est à la disposition du gérant et du secrétaire.

1.3. Mobiliers de bureau

Voici donc ces mobiliers de bureaux :

Tableau n°9 : Liste des mobiliers de bureau

N°	BUREAU	Nombre	DESTINATION
01	Chaise de bureau	2	Dont un pour le gérant
02	Table de bureau	2	Dont un pour le gérant
03	Table ronde	1	Pour réunion
04	Chaise ordinaire	7	Pour réunion

Source : Estimation personnelle

Les bureaux et les chaises roulantes sont déjà les propriétés exclusives du promoteur et ils sont apportés à son entreprise. Les autres mobiliers sont à acquérir.

1.4. Matériel informatique

Le matériel informatique sert à traiter les informations concernant les clients qui viennent pratiquer le fitness dans notre entreprise. Il sert également à effectuer les travaux comptables et autres.

Tableau N° 10 : Liste du matériel informatique

N°	DESIGNATION	NOMBRE	CARACTERISTIQUES
01	Ordinateur avec accessoires	01	Acquis en bon état

Source : Estimation personnelle

1.5. Matériels sportifs

Ils sont utilisés par les moniteurs et les clients. Ils sont résumés dans le tableau suivant :

Tableau n°11 : Liste des appareils et matériels de Fitness en salle

N°	Désignation	nombre	observations
01	Vélo Elliptique 450 HR	1	Cardio-training
02	Tapis de courseT208	1	Cardio-training
03	Rameur R810	1	Cardio-training
04	Stepper MS T03	1	Cardio-training
05	Vélo d'appartement	1	Cardio-training
06	Appareils à charge guidée	1	muscultation
07	Banc de muscultation	1	muscultation
08	Banc à abdominaux	1	muscultation
09	Plateforme vibrante	1	muscultation
10	Miroir	1	Pour regarder et corriger les gestes

Source : Estimation personnelle

Le nombre de ces matériels peut être augmenté suivant l'effectif des clients.

1.5.1. Description des matériels sportifs

Nous vous montrons ici, les descriptions et les caractéristiques de ces appareils sportifs avec leurs figures respectives.

Figure n°1 : Vélo elliptique



Le Proform 450 HR est un vélo elliptique, stable et silencieux. Roue d'inertie de 7 kg, 4 programmes, capteurs cardiaques, résistance électronique réglable sur 10 niveaux. (Voir l'annexe III)

Figure n° 2 : Tapis de course



En exclusivité chez Mondial Fitness, Le Treo T208 est le premier tapis de course sur le marché à atteindre la vitesse de 16 km/h. Moteur de 2,65 CV, 4 programmes, inclinaison manuelle sur 3 positions. (Voir l'annexe VI)

Figure n° 3 : Rameurs



Le V-FIT R810 est un rameur scandinave avec réglage de la résistance par vérins hydrauliques. Il est équipé d'un compteur indiquant 6 fonctions. Cet appareil simple d'utilisation est idéal pour les débutants qui désirent travailler l'ensemble des groupes musculaires. (Voir l'annexe V)

Figure n° 4 : Stepper



Nouveau mini stepper de chez Mondial Fitness ! Parfait pour travailler les cuisses, les mollets et les fessiers. Un entraînement cardio-vasculaire à un tout petit prix ! Une console indique le temps passé, le nombre de mouvements et les calories brûlées. (Voir l'annexe VI)

Figure n° 5 : Vélo d'appartement



Focus 408 est un vélo d'appartement complet : structure robuste et stable, pédalage fluide et silencieux, 15 programmes, fonction ergomètre, système de freinage électromagnétique. Comme les autres appareils, il est garanti à la vie sur la structure. (Voir l'annexe VII)

Figure n° 6 : Appareils à charge guidée



La DKN Studio 8000 est une presse de nouvelle génération disposant d'innovation impressionnante. Elle combine des exercices qui nécessitent habituellement plusieurs appareils. Elle reproduit les mouvements de matériel que l'on peut trouver en salle. (Voir l'annexe VIII)

Figure n° 7 : Bancs de musculation



Banc de musculation complet, le BH Fitness Hercule II, vous permettra d'accomplir des exercices sur butterfly, leg developer, développer couchés et inclinés. D'autre part, cet appareil vous garantira un véritable confort avec ces manchons et son dossier rembourré. (Voir l'annexe IX)

Figure n° 8 : Banc à abdominaux



Le Kettler Torso est un banc de musculation permettant de travailler les abdominaux et de réaliser différents exercices avec haltères. Les nombreuses positions de réglages et sa structure solide et confortable font du Torso un banc idéal pour muscler le haut du corps. (Voir l'annexe X)

Figure n° 9 : Plate forme vibrante



La Striale Vibrante Plate est une plate-forme vibrante adaptée à une utilisation occasionnelle. Fabriquée par la société française Care. Elle est particulièrement adaptée à une utilisation relation ou tonification légère. (Voir l'annexe XI)

1.5.2. Caractéristiques des matériels sportifs

Nous classons les appareils de fitness en trois types comme appareils cardio training, musculation et bien-être.

1.5.2.1. Appareils de Fitness « Cardio-training »

1.5.2.1.1. Vélo Elliptique

On ne peut pas parler de cardio-training sans parler des vélos elliptiques. Permettant un entraînement complet puisqu'il active les muscles du haut et du bas du corps. Le vélo elliptique est excellent pour brûler les graisses superflues et propose un mouvement attractif pour son utilisateur.

Avec ce matériel d'entraînement cardio training, vous travaillerez vos capacités musculaires, respiratoires et cardiaques. Assez récents sur le marché du fitness, ces appareils sont des hybrides entre les vélos d'appartements classiques et les steppers. De par leurs mouvements en ellipse, il rappelle la marche à pied en montée. N'occupant pas beaucoup d'espace ils pourront aisément trouver une place chez vous et se faire oublier à leurs moments d'inactivité. (Voir l'annexe XII)

1.5.2.1.2. Tapis de Course

Le tapis de course est le parfait compagnon de celles et ceux qui veulent obtenir les bénéfices d'un entraînement à la course à pieds, sans subir les contraintes météorologiques, ou celles conditionnées par le lieu, tout en restant à la maison. Améliorant considérablement la condition physique, vous permettant de perdre du poids tout en travaillant votre résistance musculaire, le tapis de course est l'appareil de fitness idéal pour la remise en forme, pour limiter le risque de maladies cardio-vasculaires. (Voir l'annexe XIII)

1.5.2.1.3. Rameur

Pour se muscler tout en entretenant son cœur, quoi de mieux qu'un rameur d'appartement. Cet appareil de fitness sollicitant près de 80% de vos muscles, vous permettra de raffermir votre corps ou de vous remettre en forme, selon vos besoins. Travaillez toutes les parties hautes et basses de votre corps, ainsi que votre cœur : le rameur vous permet un entraînement cardio-vasculaire vraiment complet. La pratique du rameur peut être comparée à celle de la natation de par la nature des effets bénéfiques produit sur le corps humain. (Voir l'annexe XIV)

1.5.2.1.4. *Stepper*

Appareil de fitness ne prenant que très peu de place au sol (mini-stepper), donc de faible encombrement, le stepper permet de simuler la montée d'escalier. Il ciblera son action sur les membres inférieurs, notamment les cuisses et fessiers. Excellent pour la circulation sanguine et lymphatique, des séances de steppers à rythme soutenu permettront de renouveler votre tonicité musculaire. Plus physique qu'il n'y paraît, le stepper est une activité qui vous fera beaucoup transpirer. Les pieds bien à plat sur les marches, ne se décollant pas au cours du mouvement, le dos bien droit et le haut du corps restant neutre au cours de l'exercice. (Voir l'annexe XV)

1.5.2.1.5. *Vélo d'appartement*

Idéale à la préparation de toutes les activités sportives, les vélos d'appartement développent la tonicité musculaire des jambes. Ils vous permettent de brûler les graisses, d'accroître vos capacités d'endurance et de résistance. Ne représentant aucun danger pour votre dos et vos articulations, sa pratique est rendue possible à tout âge. Grâce à cet appareil de fitness vous pourrez vous entraîner dès que vous avez quelques instants devant vous, puisque 45 minutes, deux à trois fois par semaine vous suffiront pour retrouver votre tonicité. (Voir l'annexe XVI)

1.5.2.2. *Appareils de musculation*

1.4.2.2.1. *Appareils à charge guidée*

Permettant la préparation physique des muscles des membres inférieurs, du dos du ventre ou encore vos bras, il s'agit donc d'appareils de body building complets. Vous pourrez grâce à eux effectuer des mouvements en toute sécurité. AB crunch, leg press, bench press, leg extension, butterfly et autres mouvements en autres mouvements n'auront pour vous plus aucun secret. (Voir l'annexe XVII)

1.4.2.2.2. *Banc de musculation*

On ne peut parler de développement musculaire sans aborder le sujet des bancs de musculation. Adaptés pour se muscler en travaillant certaines zones de votre corps, les bancs de musculation à charge libre permettent un travail efficace dans la bonne position de votre dos.

Vous utiliserez en complément des haltères, q'il faudra choisir en fonction de vos capacités physiques et objectifs à atteindre. Pour un usage régulier ou occasionnel, les bancs de musculation ne sont souvent abordables en termes de prix d'achat. Mais attention, tout les bancs de musculation ne se valent pas et diffèrent de par la qualité des matériaux utilisés pour leur fabrication et la provenance d'origine. (Voir l'annexe XIII)

1.4.2.2.3. Bancs à abdominaux

Grâce à l'utilisation régulière des appareils abdominaux, vous retrouverez de la tonicité au niveau du ventre, en sculptant tout ou partie de votre sangle abdominale (grands et petits obliques, transversaux). Cette action ciblée va vous insister à choisir un banc à abdominaux. Ces appareils de musculation occupent peu de place dans la maison, et vous permettront faire vos mouvements en toute tranquillité. (Voir l'annexe XIX)

1.4.2.2.4. Plateformes vibrante

Ils représentent une nouvelle alternative dans le monde du fitness et de la musculation. Ces appareils se présentent sous la forme d'une plateforme équipée de moteurs, qui lui permette de vibrer. En position pour l'exercice, vous vous placez sur l'appareil. C'est alors qu'interviendra le Réflexe Tonique Vibrations, ou réflexe myotatique. Sous l'impulsion des vibrations, votre circulation sanguine va s'accélérer, vos muscles vont se contracter puis se relâcher d'une manière très rapide. Vous éliminerez plus facilement les tissus adipeux (graisses), sécrèterez certaines hormones telles que la testostérone, ou encore sérotonine (hormone du bonheur), endorphine. Vous obtiendrez un résultat plus rapide sur plaques vibrantes par rapport à un entraînement classique : 15 mn de vibrations correspondent à une heure de sport. (Voir l'annexe XX)

1.5.2.3. Appareils de fitness - bien-être

1.4.2.3.1. Wellbox



La wellbox est l'appareil anti cellulite pour remodeler le tissu conjonctif et lutter contre ces mauvais effets. (Voir l'annexe XXI)

1.4.2.3.2. *Cellu tapping pro 3*



Loin des appareils de massage électrique classiques, le Cellu tapping pro 3 ne fait pas que passer sur l'épiderme, mais va véritablement travailler en profondeur afin de chasser la cellulite, les amas de graisse localisés et les capitons. Egalement équipé d'un système infrarouge, il permet de dénouer les blocages du dos et d'apaiser les tensions musculaires. (Voir l'annexe XXII)

1.4.2.3.3. *Balance impédancemétrique*



Les balances spéciales fitness et remise en forme ou balances impédancemetres se démocratisent et sont aujourd'hui des instruments pratiques pour surveiller l'évolution de son corps. Mais ne confondons pas ces appareils sophistiqués avec des simples pèse-personnes. Elles vous permettront de connaître précisément tous les facteurs déterminant votre poids, votre masse grasseuse, votre masse musculaire. Déjà utilisées avec par les diététiciens et les nutritionnistes, voici un explicatif pour celles et ceux qui voudraient en faire l'acquisition. (Voir l'annexe XXIII)

Section 2 : Techniques d'apprentissage envisagée

Les techniques envisagées au sein de l'entreprise sont l'apprentissage sur les manipulations des engins destinés à la pratique des activités physiques et les cours dispensés par les moniteurs eux-mêmes. Nous allons appelés ces deux techniques par : les cours théoriques et la pratique proprement dit.

2.1. Les cours théoriques

Les cours théoriques relatifs aux activités de fitness se font par des gestes précises en utilisant les appareils destinés à cette discipline et en combinant celles-ci par une chorégraphie. Dans ce cas, nous enseignons les différentes techniques nécessaires à la pratique des activités de fitness dont voici les démarches à suivre.

2.1.1. Conditions morales

Nous allons faire un test psycho-moral à chaque client inscrit dans notre salle afin de connaître son aptitude morale et afin qu'il puisse faire face aux différents exercices de fitness. Si le client aurait un bon moral, nous passerons au test suivant, c'est-à-dire au test de condition physique. Dans le cas contraire, nous lui encourageons à surpasser ses limites physiques.

2.1.2. Condition physique

Nous allons tester également les conditions physiques de chaque client pour savoir son aptitude physique. Dans ce cas, on commence à lui donner conseils afin qu'il puisse les appliquer pendant son entraînement. Une fois cette étape réalisée, nous passerons à la formation préliminaire sur l'emploi des matériels sportifs.

2.1.3. Formation préliminaire sur l'emploi des matériels sportifs

Il s'agit de présenter tous les matériels sportifs aux clients, ses modes d'emploi, les précautions à prendre pour ses utilisations. Une fois que ces indications seront apprises, nous commencerons tout de suite à la pratique du fitness.

2.2. Applications pratiques

Les applications se feront directement dans notre salle de fitness ou dans notre salle de musculation. Elles nécessiteront des stages et des compétitions. Les clients utiliseront ces matériels en faisant la rotation entre eux.

2.2.1. Les équipements de fitness

Selon le lieu de pratique, les équipements sont plus ou moins conséquents. On y trouve du petit matériel (poids légers, élastiques, ballons...) mais aussi du matériel plus lourd (rameurs, steppeurs, vélo...)

Le vêtement fitness a aussi son importance, c'est-à-dire il doit être adapté aux différentes activités pratiquées (vélo, aquagym, cardio-training ou free style ou body fitness), absorber l'humidité et répondre à des critères de résistance. Après une activité intensive, le vêtement fitness ne doit pas donner une sensation de froid.

2.2.2. Les stages de fitness

Des stages de fitness sont organisés à travers le monde : ces stages sont également appelés « conventions ». Ils sont très souvent organisés par des associations ou des entreprises spécialisées qui organisent des événements regroupant plusieurs centaines de participants. Les cours sont pour la plupart du temps donnés par des moniteurs et des instructeurs réputés. Leur qualité repose sur la chorégraphie, la technicité, la musique et même la personnalité de l'animateur.

2.2.3. Compétition

Nous distinguons deux types de compétitions : la compétition Body Fitness et la compétition Fitness.

2.2.3.1 La compétition Body Fitness

Elle passe par quatre stades :

- Le premier : Un passage en bikini et talons. On est jugé sur le physique, le galbe musculaire, mais pas l'hypertrophie, ce n'est pas du bodybuilding, sur la féminité, la grâce, etc. La vascularisation est interdite ainsi que les plis adipeux.

- Le deuxième : Routine de 45 secondes, avec musique où des exercices de force et de souplesse sont imposés : 4 high-Kick, 2 pompes d'un bras, équerre jambes serrées, équerre jambes écartées, grand écart facial, et écart latéral.
- Le troisième : Routine de 2 minutes sur une musique et un thème que l'on choisit, on évolue avec une chorégraphie composée d'exercices de force, de souplesse, d'acrobatie, etc.
- Le quatrième : Idem que le premier, mais en maillot une pièce.

2.2.3.2 *La compétition Fitness*

Elle est organisée par la Fédération Française de Gymnastique qui comporte deux sections :

- une section Gymnastique Aérobic qui est essentiellement une section de compétition,
- une section Gymnastique Forme et Loisirs.

CHAPITRE II : CAPACITE D'ACCEUIL ENVISAGEE

La capacité d'accueil envisagée est caractérisée par l'évolution des chiffres d'affaires pendant les cinq premières années d'existence du projet. Elle est aussi caractérisée par les aspects qualitatifs et aspects quantitatifs de ce projet et par les différents facteurs de prestation. Tout cela sera développé dans les (3) trois sections suivantes.

Section 1 : Evolution des chiffres d'affaires envisagées

Tout d'abord, les chiffres d'affaires sont déterminés par les effectifs des clients et par le prix de prestations de services allouées aux clients de l'entreprise.

1.1. Evolution des chiffres d'affaires

L'évolution du fitness (exigences de la clientèle et des nouvelles structures de mise en forme) a eu pour incidence de séduire plus de clientèle variée (de par des créneaux plus adaptés, accessibles, nombreux ; et des activités toujours plus nombreuses, en plus activités traditionnelles développées) et une professionnalisation indispensable dans l'encadrement du milieu de la forme. Le métier dans le fitness a évolué et nous tendons aujourd'hui vers les services personnalisés (coaching individuel). Ces dernières années, un bon nombre de structures indépendantes ont fait faillite. L'arrivée des grandes enseignes, les franchises, n'y est pas rien.

1.1.1. Vente des prestations de la première année

D'après le tableau N°04 dans la première partie de ce projet, vous pouvez constater que nous avons pris (75) soixante quinze échantillons de personnes sur les (130) enquêtées afin de ne pas rendre utopique notre projet. Nous garantissons que ces quatre vingt personnes viendront régulièrement faire leur besoin dans notre salle de mise en forme dès celle-ci sera ouverte.

Tableau n°12 : Vente des prestations de la première année

Désignation	Nombre de clients	Prix unitaire	Montant
Produit de fitness	75	494.000	37 050 000

Source : calcul personnel du promoteur

Au départ, nous envisageons de fixer l'effectif de clients à (75) soixante quinze. Un client dépense une heure d'activité physique par jour. Pour une semaine, ce client effectue cinq journées d'activités physiques et il dispose un volume horaire par semaine, c'est-à-dire $1h * 5 \text{ jours} = 5 \text{ heures}$ par semaine. Sachant que le coût de l'heure par client est de 1.900 Ar.

Alors pour une semaine, il est de $1.900Ar * 5 = 9.500Ar$ pour le client. On sait qu'une année comporte (52) cinquante deux semaines et on obtient le calcul suivant : $9.500 \text{ Ar} * 52 = 494.000Ar$ par client.

1.1.2. *Ventes des cinq premières années*

Le prix horaire par client étant de 1.900 Ar ; mais nous augmenterons l'effectif de clients d'année en année jusqu'à la fin de la période de croisière de l'entreprise (5^{ème} année)

Les effectifs des 5 premières se présentes comme suit :

Tableau n° 13 : Calcul des effectifs des clients

ANNEE	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Pourcentage		7%	32%	34%	29%
Effectif	75	5	25	35	40
EFFECTIF TOTAL	75	80	105	140	180

Source : estimation personnelle

Nous pouvons constater que l'effectif du client augmente de :

- 5% en année 2
- 25% en année 3
- 35% en année 4
- 29% en année 5

Voici donc les résultats du calcul sur la prévision des effectifs de la clientèle :

- Pour l'année 2 :
 $75 * 5\% = 5$
 $\text{Effectif} = 75 + 5 = 80$
- Pour l'année 3 :
 $80 * 32\% = 25$
 $\text{Effectif} = 80 + 25 = 105$
- Pour l'année 4 :
 $105 * 34\% = 35$
 $\text{Effectif} = 105 + 35 = 140$

- Pour l'année 5 :
 $140 * 29\% = 40$
 $\text{Effectif} = 140 + 40 = 180$

Tableau n° 14 : Prévision des effectifs des clients

Années	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Effectifs	75	80	105	140	180

Source : estimation personnelle

Tableau n°15 : Prévision des ventes pendant la 2^{ème} année en Ariary

Désignation	Effectifs	Prix de l'année (Ar)	Montant (Ar)
Vente de prestation	80	494.000	39 520 000

Source : calcul personnel du promoteur

Tableau n°16 : Prévision de ventes pendant la 3^{ème} année en Ariary

Désignation	Effectifs	Prix de l'année (Ar)	Montant (Ar)
Vente de prestation	105	494.000	51 870 000

Source : calcul personnel du promoteur

Tableau n°17 : Prévision de ventes pendant la 4^{ème} année en Ariary

Désignation	Effectif	prix de l'année	Montant (Ar)
Vente de prestation	140	494.000	69 160 000

Source : calcul personnel du promoteur

Tableau n° 18 : Prévision de ventes pendant la 5^{ème} année en Ariary

Désignation	effectif	Prix unitaire dans l'année (Ar)	Montant (Ar)
Vente de prestation	180	494.000	88 920 000

Source : calcul personnel du promoteur

Résumons l'évolution de la prévision des ventes de prestations des 5 premières années dans le tableau suivant :

Tableau n° 19 : Vente des prestations des 5 premières années en Ariary

Désignation	N+1	N+2	N+3	N+4
Produits Fitness	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
Chiffres d'affaires	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000

Source : calcul personnel du promoteur

1.2. Prévision des dépenses

Elles concernent les fournitures de bureau et les fournitures informatiques.

1.2.1. Prévision des dépenses en fournitures de bureau et informatiques de la première année

La liste des fournitures de bureau et informatiques

- papier vélin
- papier A4
- Encre
- Stylo
- Colle de bureau
- Ruban- machine à écrire
- Pile machine à écrire à calculer
- Chemise à dossier cartonné
- Fourniture consommables informatique (disquette et assimilés)

Les prévisions des dépenses de fournitures de bureau et informatiques des 5 premières années sont consignées dans le tableau suivant.

1.2.2. Prévision des dépenses de fournitures

Tableau n°20 : Prévision des dépenses de fournitures de bureau et informatiques des premières années en Ariary

Années	1	2	3	4	5
Fournitures de bureau et informatiques	825 000	907 500	998 250	1 098 075	1 207 883

Source : calcul personnel du promoteur

Section 2 : Aspects quantitatifs et aspects qualitatifs

Cette section englobe successivement la notion de qualité, les déterminants de la qualité et puis l'utilité qualitative et quantitative. Il s'agit des caractéristiques de la prestation. Elles comprennent l'aspect qualitatif tel que la qualité de prestation, la variabilité de prestation. Elles comprennent également l'aspect quantitatif tel que la fréquence de prestation et les résultats financiers.

2.1. Aspects qualitatifs

Nous parlons donc ici de la notion de qualité et de l'utilité qualitative.

2.1.1. La qualité de prestation

La qualité de prestation est l'ensemble de manière de recevoir la prestation demandée et celle de sa réalisation. Nous réservons à notre clientèle, un meilleur accueil, c'est-à-dire cela signifie qu'on lui fournit les renseignements les plus complets possible. De multiples choix lui sont aussi proposés en fonction de son désir.

2.1.2. La variabilité de prestation

Les prestations disponibles aux clients sont :

- Pratiquer seulement les activités de fitness car les clients maîtrisaient déjà cette discipline. De ce fait ils louent simplement la salle : la location de salle proprement dit.
- Apprendre la discipline « fitness » car ils sont encore débutants : apprendre les différents technique du fitness.

Les aspects qualitatifs doivent être suivis des aspects quantitatifs.

2.2. Aspects quantitatifs

Nous allons parler de la fréquence de prestation et des résultats financiers.

2.2.1. *Fréquence de prestation*

La fréquence de prestation comporte de deux sortes de prestations :

- L'entreprise devra présenter beaucoup de techniques et des exercices physiques à chaque séance et ceux-ci ne doivent pas se répéter deux ou trois fois dans la semaine.
- Plus les clients arrivent fréquemment dans la salle de fitness, plus ils reçoivent tant de types d'exercices de la part des moniteurs.

Mais en tout cas, l'entreprise doit créer et présenter de nouvel exercice à chaque séance, sinon les clients deviennent paresseux, c'est à dire ils vont se démotiver. Ce dernier a pour impact sur les résultats financiers du projet.

2.2.2. *Résultats financiers*

Les facteurs de production traduisent ici les moyens de production / prestation. En effet, il est nécessaire de connaître les types de prestations.

2.3. *Les types de prestation*

Ils comprennent :

- Au début, c'est-à-dire à la réception du client, le secrétaire doit connaître tous les renseignements concernant chaque membre : fiche de renseignement de la clientèle
- Pendant l'apprentissage, faire connaître aux clients les différents types d'exercices et mouvements appliqués à l'activité de fitness d'une manière la plus simple : technique simple et facile. Cette technique doit être complexe, au fur et à mesure des séances.
- Pour la location des salles, c'est-à-dire pour les clients qui ont déjà pratiqué le fitness, nous les aidons à manipuler ces matériels et ces engins.

2.3.1. *Les unités de prestation de service*

Ce sont les services qui s'occupent directement ou indirectement de la prestation de services. Ces unités de prestation de services comprennent :

- unité salle
 - unité vestiaire
 - unité infirmerie.
-
- o L'unité « salle » est représentée par les moniteurs qui s'occupent directement à la prestation de fitness. Cette unité doit satisfaire aux besoins demandés par les clients. Elle doit garantir le résultat et la réussite des pratiques de nos membres.
 - o L'unité « vestiaire » est celle qui s'occupe indirectement de la prestation de fitness, car s'il y a une mauvaise gestion sur la sécurité des vestiaires, ça risque de perdre les matérielles et autres affaires des clients. Ce qui peut présenter un impact psychologique sur eux (peur, angoisse de perdre leur vêtements dans le vestiaire, ce qui entraîne la mauvaise réception de l'apprentissage donné par les moniteurs.
 - o L'unité « infirmerie » est l'une des unités les plus utiles importantes car sans elle, les clients ne s'intéressent pas à notre activité de fitness du fait que en cas d'accident, ils ne pourront pas prendre le premier soin.

La faisabilité du projet dépend aussi de son système organisationnel. Ce qui nous conduit à exposer l'étude organisationnelle dans le chapitre suivant.

CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE

Parler de l'organisation d'une entreprise, c'est savoir son organigramme et son organisation de travail. Tout cela doit être résumé dans un chronogramme qui présente le processus de l'organisation et la période de réalisation correspondante.

Section 1 : Organigramme envisagé

Cette section nous permet de définir l'organigramme envisagé et de décrire les fonctions des différents participants.

1.1. Organigramme envisagé

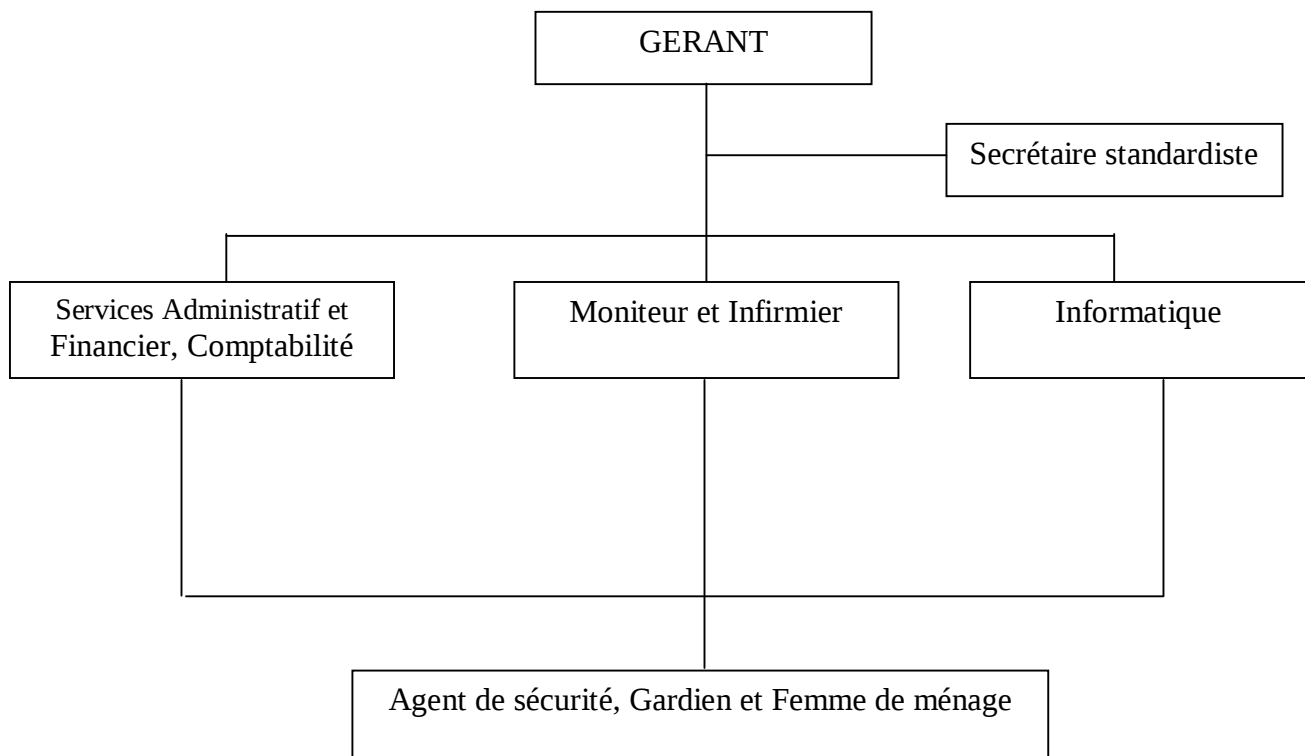
Il existe plusieurs définitions de l'organigramme d'une entreprise mais nous allons considérer les deux définitions suivantes :

- ✚ L'organigramme est un graphique de structure, un tableau sympathique représentant les différents services d'une entreprise. C'est aussi un système de contrôle qui assure les flux d'information de haut en bas ou de bas en haut des décisions.
- ✚ L'organigramme met en évidence les tâches de chacun, les rapports industriels des organes, les noms des personnes responsables et le nombre des effectifs ou du personnel. Il prouve que la société est formelle et bien formée.

Un ensemble est organisé lorsque ses éléments sont choisis, agences et coordonnés en vue d'atteindre un but ou de remplir une fonction. Une des conditions majeures de l'efficacité de l'entreprise est la structuration de ses activités. Pour cela, il est nécessaire de définir et de mettre en place un organigramme.

Dans notre étude, l'organigramme sera simple car il n'y a qu'une activité, mais aussi parce qu'au début, la société ne peut pas employer plusieurs personnes.

Figure n°10 : Organigramme envisagée



Pour que les activités se développent et que la société survive, il est nécessaire de former son personnel. C'est la mise en place d'une politique d'appréciation qui permettra de valoriser et d'optimiser le potentiel de chaque individu.

1.2. Formation du personnel

La formation du personnel est l'un des moyens d'une gestion efficace des ressources humaines de la société. C'est un investissement intellectuel pour la société, ayant pour principal objet d'adapter ou d'accroître les qualifications et les compétences adéquates. Mais, en contre partie, elle augmente les dépenses de la société. Etant considérée comme un investissement, la société doit alors bien planifier cette formation du personnel.

La formation est consacrée par les conseils de nos clients et pour les nouvelles prestations, c'est-à-dire, elle est spécifique pour le personnel technicien, c'est-à-dire pour les moniteurs. Cette formation spécifique sera appliquée après deux ans de fonctionnement de la société.

N'oublions pas que notre but est d'assurer la réalisation du programme de mise en forme, c'est-à-dire la santé de nos membres pratiquants. Il est donc évident que ces pratiquants reçoivent effectivement d'un appui, d'une formation et d'un stage. La formation des autres membres du personnel dépend des besoins de la société.

1.3. Motivation du personnel

Selon la théorie de la motivation économique, l'homme a une vision rationnelle. Il est motivé par les ressources primaires. En effet, la rémunération est une grande motivation pour les employés. Dans ce cas, la société envisage qu'il y aura une augmentation de salaire dès la deuxième année d'existence de l'entreprise.

Section 2 : Organisation du travail

L'organisation de travail de l'entreprise se divise en deux parties :

- ✓ l'organisation juridique et
- ✓ organisation fonctionnelle.

2.1. Organisation juridique

Notre salle de fitness est une entreprise formelle. Donc, nous allons faire une déclaration auprès de l'Etat. La procédure de constitution de l'entreprise implique l'établissement son statut qui comprend :

- ✚ Raison sociale : salle de fitness **"MAHATSARA BIKA"**
- ✚ Forme juridique : S.A.R.L Unipersonnel
- ✚ Capital : 30 000 000 Ariary
- ✚ Immatriculation : en cours
- ✚ Carte Professionnelle : en cours
- ✚ Carte Statistique : en cours
- ✚ Nature d'activité : Fitness
- ✚ Adresse locale : en cours

2.2. Organisation fonctionnelle

Dans cette sous-section, on parlera des attributions du personnel de l'entreprise que nous avons exposé dans la sous section 1.2 de la section1. L'effectif du personnel est résumé dans le tableau suivant.

Tableau n°21 : Présentation de l'effectif et qualification de chaque responsable

Poste	Effectif	Qualification
Gérant	1	✓ Diplôme d'études supérieures minimum Bac + 5 ✓ Age minimum : 40 ans ✓ Plus de 10 années d'expériences confirmées dans le secteur industriel et le management d'entreprise ✓ Familiarité avec les procédures fiscales, la gestion financière et la gestion qualité ✓ Grande capacité d'adaptation et managériale ✓ Sens des responsabilités très développées, rigoureuses et honnêtes
Service administratif et financier	1	✓ Formation de niveau supérieur à Bac + 4 ✓ Expériences confirmées en audit financier et en gestion financière et comptable ✓ Expériences au sein d'un organisme financé par bailleurs de fonds multinationaux ✓ Connaissances en logiciel de gestion comptable ✓ Honnête, intègre, esprit d'analyse et de synthèse
Comptable	1	✓ Formation de niveau supérieur à Bac + 2 ou BTS option Finances et Comptabilité ✓ Maîtrise parfaite des outils informatiques, logiciel SAGE SAARI ou CIEL avec technique de secrétariat ✓ Expérience en comptabilité ✓ Bonnes capacités relationnelles ✓ Motivé, dynamique, rigoureux, méthodique, sens de l'organisation et travail en équipe
Informaticien	1	✓ Formation de niveau supérieur à Bac + 2 minimum en HARDWARE et SOFTWARE, maintenance et dépannage informatique ✓ Forte expérience en réseau, en Internet et dans le domaine ✓ Bonnes capacités relationnelles ✓ Motivé, dynamique, rigoureux, méthodique, sens de l'organisation et travail en équipe
Infirmier	1	✓ Diplôme d'études supérieures Bac + 2 en Infirmier d'état ✓ Expériences au sein d'un centre hospitalier ✓ Motivé, dynamique, méthodique
Moniteur	1	✓ Diplôme d'étude supérieur à Bac + 4 en Education Physique et Sportive ✓ Motivé, dynamique, méthodique, du travail en équipe ✓ Bonnes capacités relationnelles

Secrétaire Standardiste	1	✓ Diplôme d'études supérieures à Bac + 2 en secrétariat ✓ Maîtrise de l'outil informatique ✓ Expériences professionnelles ✓ Dynamique et rigoureux ✓ Ayant un très bon sens de la communication ✓ Bonne présentation ✓ Maîtrise parfaite des langues française et anglaise
Coursier	1	✓ CEPE minimum ✓ Age minimum : 20 ans au moins ✓ Dynamique et aptes travailler en équipe
Femme de ménage	1	✓ CEPE minimum ✓ Age minimum : 30 ans au moins ✓ Dynamique et rigoureux ✓ Ayant un très bon sens de la propreté ✓ Libres de suite
Gardiens	1	✓ CEPE minimum ✓ Age minimum : 20 ans au moins ✓ Pratiquant des arts martiaux ✓ Sexe masculin ✓ Dynamique et aptes travailler en équipe

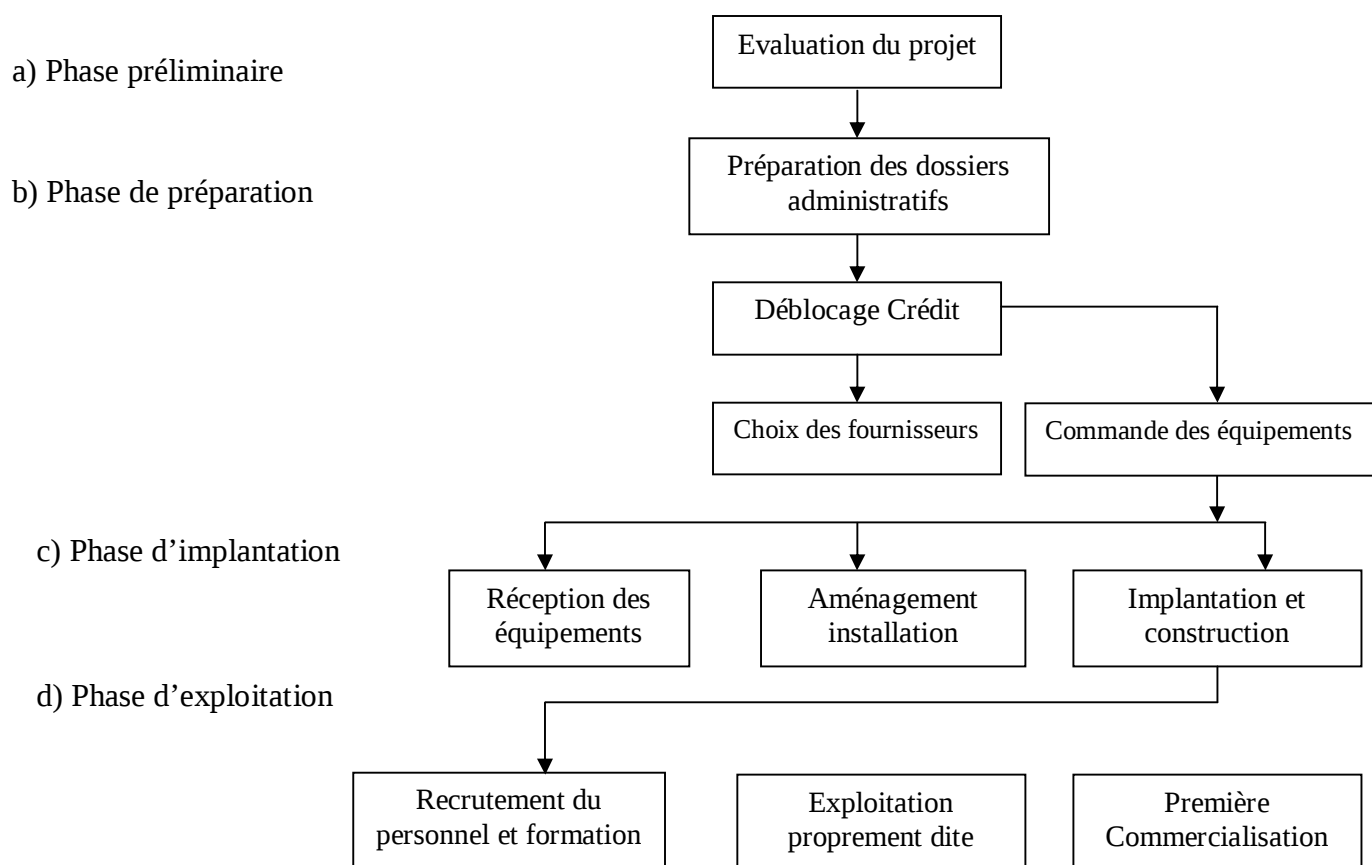
Source : d'après les entreprises de même secteur d'activités : « Body-center Mahajanga »

Section 3 : Chronogramme

Pour suivre l'évolution de la consommation des matières et fournitures consommables dans notre salle de fitness, il est nécessaire de définir et de dresser le chronogramme. C'est un état établi préalablement pour pouvoir suivre le processus de la gestion des matières et fournitures dans l'ordre et dans le temps voulu pendant la période déterminée. Dans notre cas, la période est l'année. La présentation sera visionnée dans la sous-section suivante. Le chronogramme consiste à établir le calendrier de réalisation du projet.

3.1. Etude descriptive

Figure n°11 : Calendrier de réalisation du projet



3.2. Durée de réalisation

Tableau n°22 : Durée de réalisation du projet

Tâches	Durée minimale (mois)	Durée maximale (mois)
-Evaluation du projet	2	3
-Préparation des dossiers administratifs	1	2
-Déblocage crédit	1	2
-Choix des fournisseurs	1	2
-Commandes des équipements	1	2
-Réceptions des équipements	1	2
-Aménagements et installations	1	2
-Constructions et implantations	2	3
-Recrutement et Formations du personnel	2	4
-Exploitation	12	12
-Première commercialisation	1	1

Source : estimation personnelle

3.3. Calendrier de réalisation

Tableau n°23 : Calendrier de réalisation du projet

	ANNEE N-1			ANNEE N							
	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A
<u>Phase de préparation</u>											
-Déblocage crédit	X	X									
-Commande d'équipements		X									
-Choix des fournisseurs		X									
<u>Phase d'implantation</u>											
-Réception des équipements		X									
-Aménagements		X									
-Construction et installation		X	X								
<u>Phase d'exploitation</u>											
-Recrutement et formation du personnel			X	X							→
-Exploitation				X							
-Début commercialisation				X							

Source : estimation personnelle

Les matériels, équipement ou autres immobilisations nécessaires à l'exploitation de fitness sont suffisants, malgré leurs coûts élevés. La formation ou l'apprentissage en salle de fitness est bien organisée : elle commence par l'utilisation d'appareils et se termine par une chorégraphie.

La capacité d'accueil est aussi suffisante aussi bien au niveau du personnel que dans la salle (suffisante en nombre, en surface et en qualité). L'organisation met en rapport les moyens utilisés et les activités de l'entreprise. Il reste donc à voir l'étude financière du projet.

**TROISIEME PARTIE :
ETUDE FINANCIERE DU PROJET**

La troisième partie intitulée : « ***Etude financière du projet*** » est le fondement de notre projet et c'est aussi la base de l'évaluation finale. Elle traitera, dans un premier temps, les investissements et les comptes de gestion envisagée qui concernent la technique de production envisagée, les comptes de gestion et les coûts d'investissement, le plan de financement, le plan de financement du projet, le tableau de remboursement des emprunts et la technique de production envisagée proprement dit.

Elle exposera dans un deuxième temps, les études de faisabilité et d'analyse de rentabilité qui seront détaillées et suivies par l'évaluation du projet, par son cadre logique. Nous verrons successivement les trois chapitres suivants :

- Chapitre I : les investissements et les comptes de gestion ;
- Chapitre II : études de faisabilité et d'analyse de rentabilité ;
- Chapitre III : évaluation du projet

CHAPITRE I : LES INVESTISSEMENTS ET LES COMPTES DE GESTION

Dans le présent chapitre, nous allons évoquer les paramètres suivants :

- Investissements,
- Fonds de Roulement Initial,
- Plan de financement,
- Tableaux des amortissements des immobilisations,
- Tableaux de remboursement des dettes et,
- Comptes de gestion.

Section 1 : Nature et coûts des investissements

L'investissement est défini par l'acquisition des biens et des matériels d'exploitation pour faire fonctionner l'entreprise elle-même. Cette section consiste ainsi à citer les éléments nécessaires pour la réalisation de ce projet.

1.1. Immobilisations

Ce sont des biens achetés dont l'utilisation est permanente pour l'entreprise. Nous distinguerons ces immobilisations selon leur nature.

1.1.1. Les immobilisations incorporelles

Il s'agit des immobilisations qui ne correspondent pas à un élément ou à un bien tangible, parmi lesquelles, les frais engagés, soit au moment de la constitution de l'entreprise, soit pour l'acquisition des moyens d'exploitation (, logiciel informatique, etc.....) et les divers droits. Ce sont donc les frais de développement. Le montant de ces frais sera évalué à 600 000 Ariary.

1.1.2. Les immobilisations corporelles

Elles sont composées de :

- a) **Le bâtiment** : est déjà propriété exclusive du promoteur. Le coût de ce bâtiment sera évalué à 10 000 000 Ariary.
- b) **Installations générales** : Ce sont des travaux effectués à l'intérieur du bâtiment pour permettre l'utilisation rationnelle de ce dernier. Ils sont estimés à 1 500 000 Ariary.
- c) **Mobiliers** : Ce sont les différents mobiliers utilisés dans les différents bureaux. Leur montant global sera évalué à 955 000 Ariary. Voici le tableau donnant le détail de ce montant :

Tableau n°24 : Coût du Mobilier

Désignation	Unité	Quantité	Prix Unit	Montant (En Ariary)
<u>01-Bureaux et tables :</u>				
-Table de bureau	Nombre	2	170 000	340 000
-Table ronde	Nombre	1	300 000	300 000
<u>02-Chaise :</u>				
-Chaise de bureau roulante	Nombre	2	70 000	140 000
-Chaise pliante	Nombre	7	25 000	175 000
TOTAL				955 000

Source : données prises auprès d'un magasin : LUXOR

d) **Matériels de bureau et informatique**

Tableau n°25 : Coût des matériels de bureau et informatique

Désignation	Unité	Quantité	Prix Unit	Montant (En Ariary)
01-Matériels de bureau :				
-Machine à écrire, petit chariot	Nombre	1	100 000	100 000
-Machine à calculer CITIZEN	Nombre	1	25 000	25 000
02-Matériels informatiques :				
-Ordinateur P IV, onduleur, Imprimante	Nombre	1	930 000	930 000
TOTAL				1 055 000

Source : données prises auprès d'un magasin : CITIC

D'après ce tableau, le coût total des matériels de bureau et informatique est 1 055 000 Ariary.

e) **Le matériel de transport** : L'entreprise envisage d'acquérir un véhicule neuf. Il s'agit d'acheter une voiture légère pour le déplacement interne du gérant et pour les besoins de la société. Le montant sera estimé à 12 000 000 Ariary.

f) **Matériels sportifs** : Ce sont des matériels utilisés en salle de Fitness : les appareils sportifs. Leur coût d'acquisition sera le suivant :

Tableau n°26 : Coût d'appareils Fitness

Désignation	Unité	Quantité	Prix Unitaire	Montant (En Ariary)
01-Plateforme vibrante	Nombre	1	599 000	599 000
02-Rameur	Nombre	1	99 000	99 000
03-Appareil à charge guidée	Nombre	1	3 059 000	3 059 000
04-Tapis de course	Nombre	1	500 000	500 000
05-Banc de musculation	Nombre	1	435 000	435 000
06-Stepper	Nombre	1	229 000	229 000
07-Banc à abdominaux	Nombre	1	93 000	93 000
08-Velo elliptique	Nombre	1	486 000	486 000
09-Velo d'appartement	Nombre	1	370 000	370 000
10-Miroir FDC	Nombre	1	100 000	100 000
TOTAL				5 970 000

Source : données prises auprès d'un magasin : LUXOR et Mondial Fitness

Nous choisissons le prix du LUXOR car ils sont moins élevés par rapport à ceux des autres magasins. Ce tableau nous montre que le coût total des appareils sportif s'élève à 5 970 000 Ariary.

Tableau n°27 : Récapitulation des investissements

Désignation	Montant (En Ariary)
Frais de développement immobilisable	600 000
Bâtiments	10 000 000
Mobiliers	955 000
Matériels de bureaux et informatiques	1 055 000
Matériel de transport	12 000 000
Installations générales	1 500 000
Appareils fitness	5 970 000
TOTAL	32 080 000

Source : calcul personnel du promoteur

Section 2 : Fonds de Roulement Initial

Le fonds de roulement initial est la liquidité monétaire nécessaire pour couvrir les charges pendant la période de démarrage du projet. C'est la différence entre le financement (capitaux + emprunt) et l'investissement. Il est destiné à financer les activités de l'entreprise telles que les achats des diverses fournitures, le paiement des assurances et le paiement des salaires du personnel. Voici donc le tableau de calcul du FRI.

Tableau n°28 : Calcul du FRI (En Ariary)

DESIGNATIONS	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
TRESORERIE INITIALE	-	730 035	- 862 204	- 2 034 542	- 2 662 858	- 1 108 585	389 314	946 045	2 277 928	3 642 371	4 635 825	8 266 693	14 220 022
ENCAISSEMENTS													-
VENTE TTC		1 140 933	1 547 455	3 285 100	4 495 400	4 657 926	4 450 446	4 426 240	4 149 600	4 841 200	6 451 600	5 014 100	44 460 000
Apport en capital	30 000 000												
EMPRUNTS A LMT	5 000 000												5 000 000
TOTAL ENCAISSEMENTS	35 000 000	1 140 933	1 547 455	3 285 100	4 495 400	4 657 926	4 450 446	4 426 240	4 149 600	4 841 200	6 451 600	5 014 100	79 460 000
DECAISSEMENTS													
INVESTISSEMENTS	32 080 000												
CHARGES TTC	404 965	426 855	413 476	656 700	634 810	853 710	636 999	788 040	478 840	591 030	514 415	525 360	6 925 200
IMPOTS ET TAXES	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000	300 000
CHARGES DE PERSONNEL	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	1 760 000	21 120 000
CNAPS	-	-	-	686 400	-	-	686 400	-	-	686 400	-	-	2 059 200
OSTIE		-	-	264 000			264 000			264 000			792 000
CHARGES FINANCIERES												1 000 000	1 000 000
REMBOURSEMENT D'EMPRUNT												1 000 000	1 000 000
IBS													-
TVA A PAYER		521 317	521 317	521 317	521 317	521 317	521 317	521 317	521 317	521 317	521 317	521 317	5 734 483
TOTAL DECAISSEMENTS	34 269 965	2 733 172	2 719 792	3 913 417	2 941 127	3 160 027	3 893 716	3 094 357	2 785 157	3 847 747	2 820 732	4 831 677	71 010 883
SOLDE MENSUEL	730 035	- 1 592 239	- 1 172 337	- 628 317	1 554 273	1 497 899	556 730	1 331 883	1 364 443	993 453	3 630 868	182 423	8 449 116
SOLDE MENSUEL CUMULE	730 035	- 862 204	- 2 034 542	- 2 662 858	- 1 108 585	389 314	946 045	2 277 928	3 642 371	4 635 825	8 266 693	8 449 116	22 669 139

Source : calcul personnel du promoteur

D'après ce tableau, nous avons trouvé que le montant débiteur le plus élevé est égal à 2 662 858 Ariary. C'est le montant de notre FRI. Ensuite, il faut prévenir un supplément de fonds qui varie de 5 à 10% du FRI. Ce fonds est appelé : <<**Imprévu**>> dont le montant est égal à 257 142 Ariary.

Section 3 : Plan de financement

Les sources de financement de ce projet sont parvenues aux apports propres et des dettes. Mais nous allons voir à quoi sert notre plan de financement. C'est l'outil prévisionnel pour les mois ou les années à venir. Ce sont des documents et des instruments qui prévoient :

- l'activité du projet
- les moyens de mise en œuvre et leur financement

En d'autre terme, le plan de financement est un document prévisionnel pluriannuel, établi pour une durée de 3 à 5 ans.

- Il montre l'utilisation faite par l'entreprise des fonds mise à sa disposition.
- Il donne les renseignements utiles sur la politique d'investissement et de financement de l'entreprise.

A noter que la plupart des établissements financiers et des investissements exigent toujours un plan de financement de la part des unités qui leur sollicitent un emprunt.

3.1. Paramètres considérés

Ces paramètres se situent donc dans :

➤ l'activité du projet

L'activité du projet permet d'établir du budget d'approvisionnement, de production, de frais généraux et budget de vente.

➤ les moyens à mettre en œuvre et leur financement

Ces documents sont synthétisés dans le budget de trésorerie, le compte de résultat prévisionnel et le bilan prévisionnel. Le budget de trésorerie centralise tous les mouvements de recettes et de dépenses pour les douze (12) mois à venir afin de constater :

- des excédents de trésorerie (à placer)
- d'insuffisance de trésorerie (à financer)

3.2. Tableau de financement

Ce tableau se répartit en emplois et ressources :

- Emplois composés du fonds de roulement initial et les imprévus pour un montant respectif de 2 662 858 Ariary et 257 142 Ariary. Et les immobilisations, c'est-à-dire le total de l'investissement pour un montant total de 32 080 000 Ariary.
- Les ressources sont composées d'une part de fonds propres, 30 000 000 Ariary soit 86% du patrimoine et les emprunts s'élevant à 5 000 000 Ariary soient 14% du patrimoine. Ce montant sera emprunté auprès d'une banque primaire (BNI) dont le remboursement se fera annuellement avec un taux d'intérêt de 18%.

Le plan de financement se résume dans le tableau suivant :

Tableau n°29 : Tableau de Financement

ELEMENT	MONTANT	APPORT PERSONNEL				A FINANCER			
		En numéraire	%	En nature	%	A Long Terme	%	A Court Terme	%
Investissements	32 080 000	15 000 000	43	15 000 000	43	2 080 000	6		
FRI	2 662 858					2 662 858	7		
Imprévus	257 142					257 142	2		
TOTAL	35 000 000	15 000 000	43	15 000 000	43	5 000 000	14		

Source : calcul personnel du promoteur

Section 4 : Tableau des amortissements

L'amortissement est la réduction irréversible répartie sur une période déterminée d'un montant porté à certain poste de bilan. Compte tenu des progrès technologiques, le taux d'amortissement varie selon le type d'immobilisations. Voici le tableau résumant le taux d'amortissement que nous utiliserons.

Tableau n°30 : Taux d'amortissement

Eléments	Durée Probable d'Utilisation (Année)	Taux (En %)
Frais de développement	3	33
Bâtiments	20	5
Matériels de transport	5	20
Installations générales	10	10
Mobiliers	10	10
Matériels de bureau et informatique	4	25
Matériels sportifs	10	10

Source : calcul personnel du promoteur

Nous allons appliquer le principe d'amortissement linéaire qui se présente ainsi :

Tableau n° 31 : Tableau d'amortissement

Eléments	Valeur Brute	Amortissement					VCN
		N	N+1	N+2	N+3	N+4	
Frais de développement	600 000	200 000	200 000	200 000	0	0	0
Bâtiments	10 000 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	7 500 000
Matériels de transport	12 000 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	2 400 000	0
Aménagement installation	1 500 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	750 000
Mobiliers de bureau	955 000	95 500	95 500	95 500	95 500	95 500	477 500
Matériels de bureau et informatiques	1 055 000	263 750	263 750	263 750	263 750	0	0
Matériels sportifs	5 970 000	597 000	597 000	597 000	597 000	597 000	2 985 000
TOTAL	32 080 000	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500	11 712 500

Source : calcul personnel du promoteur

Section 5 : Tableau de remboursement des dettes

Le tableau de remboursement des dettes fait l'état des coûts des emprunts qui représentent les charges financières. Le taux d'intérêt s'élève à 20%. Ce tableau présente un double intérêt :

- ✚ il est indispensable pour tous nos comptes de gestion ;
- ✚ il est un outil indispensable pour les emprunteurs pour s'assurer le retour de son prêt.

Le paiement sera effectué par amortissement constant dont la valeur est donnée par la formule suivante :

$$\text{Amortissement} = C/n$$

$$\text{Intérêts} = C \times i$$

Avec C=le montant de l'emprunt

i= le taux d'intérêt de l'emprunt

n= la durée de remboursement

Le tableau qui suit nous montre le plan de remboursement de l'emprunt. Nous y trouvons la dette au début la période, l'intérêt, l'amortissement et la dette en fin de la période.

Autrement dit, le concepteur de ce projet devra emprunter auprès d'une banque primaire BNI Madagascar, et le total de cet emprunt vaudra le 14% du patrimoine pour le démarrage du projet, soit 5 000 000 Ariary à emprunter chez cette banque.

Tableau n°32 : Remboursement des dettes

Période	Capital au début de période	Intérêt 20%	Remboursement	Annuités	Capital fin de période
N	5 000 000	1 000 000	1 000 000	2 000 000	4 000 000
N+1	4 000 000	800 000	1 000 000	1 800 000	3 000 000
N+2	3 000 000	600 000	1 000 000	1 600 000	2 000 000
N+3	2 000 000	400 000	1 000 000	1 400 000	1 000 000
N+4	1 000 000	200 000	1 000 000	1 200 000	0

Source : calcul personnel du promoteur

Section 6 : Comptes de gestion

Lorsque nous nous intéressons aux comptes de gestion, il nous est important de maîtriser les informations sur ses produits et charges, car les soldes entre les produits et charges constitueront soit des bénéfices, soit des pertes sur le projet. Dans le compte de gestion, nous pouvons y trouver les comptes des charges et les comptes des produits.

6.1. Compte des charges

Les charges sont des coûts occasionnés par les moyens mis en œuvre. Pour notre cas, nous allons montrer les différentes charges sous forme de tableau.

- Achats des fournitures non stockées et autres approvisionnement,
- Services extérieurs et autres services extérieurs,
- Impôts et taxes,
- Charges de personnels,
- Charges financières,
- Dotation aux amortissements,
- Impôt sur les Revenus

a) Achats des autres approvisionnements et des fournitures non stockées

Tableau n°33 : Achats non stockés et autres approvisionnements (En Ariary)

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Fournitures de bureau	825 000	907 500	998 250	1 098 075	1 207 883
Consommables informatiques	594 000	653 400	718 740	790 614	869 675
Eaux et électricité	960 000	979 200	1 077 120	1 184 832	1 303 315
Carburants et lubrifiants	984 000	993 840	1 093 224	1 202 546	1 322 801
TOTAL	3 363 000	3 533 940	3 887 334	4 276 067	4 703 674

Source : calcul personnel du promoteur

b) Services extérieurs et autres services extérieurs

Tableau n° 34 : Services extérieurs et autres services extérieurs (En Ariary)

CHARGES EXTENES	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Services extérieurs					
Entretien et réparation	492 000	541 200	595 320	654 852	720 337
Assurances	88 000	96 800	106 480	117 128	128 841
Autres services extérieurs					
Publicité	100 000	150 000	100 000	-	-
Postes et télécommunications	480 000	528 000	580 800	638 880	702 768
Frais bancaires et assimilés	360 000	396 000	435 600	479 160	527 076
Documentations	288 000	316 800	348 480	383 328	421 661
Missions et déplacements	600 000	660 000	726 000	798 600	878 460
TOTAL	2 408 000	2 688 800	2 892 680	3 071 948	3 379 143

Source : calcul personnel du promoteur

c) Impôts et taxes

Tableau n°35 : l'impôt, Taxes et Droits divers (En Ariary)

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Impôts, taxes et droits divers	300 000	330 000	363 000	399 300	439 230
TOTAL	300 000	330 000	363 000	399 300	439 230

Source : calcul personnel du promoteur

d) Charges de personnels

Cette rubrique détaille la rémunération du personnel de l'unité. La rémunération de tous les personnels est donc incluse dans cette rubrique. Les charges du personnel sont calculées à partir du salaire mensuel.

Tableau n°36 : Salaires mensuel du personnel (en Ariary)

Poste	Effectifs	Salaire Mensuel	Total
Gérant	1	360 000	360 000
Chef de Service Administratif et Financier	1	220 000	220 000
Infirmier	1	175 000	175 000
Compta et Info	2	185 000	370 000
Secrétaire	1	170 000	170 000
Moniteur	1	200 000	200 000
Agent de sécurité	1	100 000	100 000
Coursier	1	85 000	85 000
Femme de ménage	1	80 000	80 000
Total	10		1 760 000

Source : calcul personnel du promoteur

Ce tableau montre que le salaire mensuel du personnel dans notre société est de 1 760 000 Ariary.

Nous pouvons passer donc dans le tableau suivant montrant les charges du personnel durant les cinq années d'exploitation.

Tableau n °37 : Charges annuelles du personnel (en Ariary)

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Gérant	4 320 000	4 536 000	4 989 600	5 488 560	6 037 416
Chef de Service Administratif et Financier	2 640 000	2 772 000	3 049 200	3 354 120	3 689 532
Infirmier	2 100 000	2 205 000	2 425 500	2 668 050	2 934 855
Compta et Info	4 440 000	4 662 000	5 128 200	5 641 020	6 205 122
Secrétaire	2 040 000	2 142 000	2 356 200	2 591 820	2 851 002
Moniteur	2 400 000	2 520 000	2 772 000	3 049 200	3 354 120
Agent de sécurité	1 200 000	1 260 000	1 386 000	1 524 600	1 677 060
Coursier	1 020 000	1 071 000	1 178 100	1 295 910	1 425 501
Femme de ménage	960 000	1 008 000	1 108 800	1 219 680	1 341 648
TOTAL	21 120 000	22 176 000	24 393 600	26 832 960	29 516 256
CNAPS 13%	2 745 600	2 882 880	3 171 168	3 488 285	3 837 113
OSTIE 5%	1 056 000	1 108 800	1 219 680	1 341 648	1 475 813
TOTAL GENERAL	24 921 600	26 167 680	28 784 448	31 662 893	34 829 182

Source : calcul personnel du promoteur

A la première année, les charges de personnels s'élèvent à 24 921 600 Ariary (y compris les charges sociales) et nous avons fait une prévision d'augmentation de 5 % en deuxième année et une augmentation de 10% à partir de la troisième année.

e) Charges financières :

Nous avons vu le tableau suivant.

Tableau n °38 : Charges financières (en Ariary)

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Charges financières	1 000 000	800 000	600 000	400 000	200 000
Total charges financières	1 000 000	800 000	600 000	400 000	200 000

Source : calcul personnel du promoteur

f) Dotation aux amortissements :

Voici le tableau donnant les dotations aux amortissements durant les cinq années.

Tableau n °39 : Dotation aux amortissements (en Ariary)

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Dotation aux amortissements	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500
Total dotations aux amortissements	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500

Source : calcul personnel du promoteur

g) Impôt sur les Revenus: Le taux des impôts sur les revenus actuellement est de 25% du résultat positif réalisé.

6.2. Récapitulation des charges

Nous allons donc résumer en un seul tableau les charges afférentes dans notre lycée.

Tableau n °40 : Récapitulation des charges (En Ariary).

CHARGES PAR NATURE	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Achat de fournitures non stockées	3 363 000	3 533 940	3 887 334	4 276 067	4 703 674
TOTAL ACHATS	3 363 000	3 533 940	3 887 334	4 276 067	4 703 674
Charges externes	2 408 000	2 688 800	2 892 680	3 071 948	3 379 143
TOTAL CHARGES EXTERNES	2 408 000	2 688 800	2 892 680	3 071 948	3 379 143
Impôts et taxes	300 000	330 000	363 000	399 300	439 230
TOTAL IMPOTS ET TAXES	300 000	330 000	363 000	399 300	439 230
Charges du personnel	24 921 600	26 167 680	28 784 448	31 662 893	34 829 182
TOTAL CHARGES DU PERSONNEL	24 921 600	26 167 680	28 784 448	31 662 893	34 829 182
Charges financières	1 000 000	800 000	600 000	400 000	200 000
TOTAL CHARGES FINANCIERES	1 000 000	800 000	600 000	400 000	200 000
Dotation aux amortissements	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500
TOTAL DOTATIONS AUX AMORTISSEMENT	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500
TOTAL DES CHARGES	36 198 850	37 726 670	40 733 712	43 816 458	47 293 729

Source : calcul personnel du promoteur

Ce tableau nous montre qu'il y a une augmentation massive de charges à partir de la troisième année. Cette hausse est due à l'augmentation des charges de personnel de 10% en année 3.

6.3. *Compte de produit :*

Les produits sont des ressources produites par les ventes de nos prestations de service. Les chiffres d'affaires de la première année sont les sommes des encaissements pendant cette période.

Tableau n°41 : Chiffres d'affaires de la première année

Désignation	Nombres de clients	Prix Unitaire	MONTANT (En Ariary)
Produits Fitness	75	494 000	37 050 000
Chiffres d'affaires			37 050 000

Source : calcul personnel du promoteur

D'après ce tableau, les chiffres d'affaires de la première année sont de 37 050 000 Ariary. La société envisage d'augmenter les chiffres d'affaires par l'augmentation des nombres de clients.

Tableau n°42 : Chiffres d'affaires des quatre dernières années

Désignation	Quantité	Prix Unitaire	N+1	Quantité	Prix Unitaire	N+2	Quantité	Prix Unitaire	N+3	Quantité	Prix Unitaire	N+4
Produits Fitness	80	494 000	39 520 000	105	494 000	51 870 000	140	494 000	69 160 000	180	494 000	88 920 000
Chiffre d'affaires	80		39 520 000	105		51 870 000	140		69 160 000	180		88 920 000

Source : calcul personnel du promoteur

Les chiffres d'affaires augmentent de plus en plus jusqu'en cinquième année. Cela est le résultat direct de l'augmentation du nombre des clients dès la deuxième année. Le chiffre d'affaires augmente au total 40% de l'année N jusqu'en N+4, soit une augmentation moyenne annuelle de 10%.

CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE ET ANALYSE DE RENTABILITE

Dans ce chapitre, nous allons dresser les tableaux concernant les résultats prévisionnels en analysant si l'activité permet de dégager des profits satisfaisants compte tenu des diverses charges. Autrement dit, nous allons faire l'étude de faisabilité de la création et d'exploitation d'une salle de Fitness à Tsaramandroso dans la région de Boeny.

Section 1 : Compte de résultat prévisionnel

Le compte de résultat regroupe l'ensemble des produits et des charges pour une période donnée. Le compte de résultat sert à mesurer la performance de l'entreprise et à réaliser des profits ou des pertes. Nous allons les monter sous forme de tableau pendant les cinq années d'exploitation de l'entreprise.

1.1. Le compte de résultat par nature et par fonction.

Dans le compte de résultat par nature, nous pouvons savoir :

- ✚ Les chiffres d'affaires annuels : c'est la vente effectuée pour une année.
- ✚ La valeur ajoutée : elle exprime la marge sur valeur apportée par l'unité et renseigne sur
la véritable production économique. Elle représente le surplus de production créée par les facteurs capital et travail de l'entreprise.
- ✚ L'excédent brut de l'exploitation : qui indique la performance de l'unité indépendamment de sa structure et de l'impôt.
- ✚ le résultat d'exploitation : résultat avant l'élément financier.
- ✚ Le résultat financier : représente le solde de produit financier et de la charge financière.
- ✚ Le résultat avant impôt : c'est la somme du résultat d'exploitation du résultat financière
et du résultat exceptionnel avant impôt.
- ✚ Le résultat net : c'est le résultat final figurant au bilan qui est obtenu finalement par la différence entre le résultat d'exercice avant impôt diminué de l'impôt sur le revenu au taux de 25% du résultat avant impôts.

Tableau n°43 : Compte de résultat par nature

COMPTE DE RESULTAT (PAR NATURE)

Unité monétaire : Ariary

RUBRIQUES	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Chiffre d'affaires	37 050 000	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
Production stockée	-	-	-	-	-
Production immobilisée	-	-	-	-	-
I Production de l'exercice	37 050 000	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
Achats consommés	3 363 000	3 533 940	3 887 334	4 276 067	4 703 674
Variation de stocks de marchandises	-	-	-	-	-
Services extérieurs et autres consommations	2 408 000	2 688 800	2 892 680	3 071 948	3 379 143
II Consommations de l'exercice	5 771 000	6 222 740	6 780 014	7 348 015	8 082 817
III VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)	31 279 000	33 297 260	45 089 986	61 811 985	80 837 183
Charges de personnel	24 921 600	26 167 680	28 784 448	31 662 893	34 829 182
Impôts, taxes et versements assimilés	300 000	330 000	363 000	399 300	439 230
IV EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	6 057 400	6 799 580	15 942 538	29 749 792	45 568 771
Autres produits opérationnels					
Autres charges opérationnelles					
Dotations aux amortissements, aux provisions et pertes de valeurs	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500
Reprise sur provisions et pertes de valeurs					
V RESULTAT OPERATIONNEL	1 851 150	2 593 330	11 736 288	25 743 542	41 826 271
Produits financiers		337 965	546 201	1 132 291	2 210 289
Charges financières	1 000 000	800 000	600 000	400 000	200 000
VI RESULTAT FINANCIER	- 1 000 000	- 462 035	- 53 799	732 291	2 010 289
VII RESULTAT AVANT IMPOTS (V+VI)	851 150	2 131 295	11 682 489	26 475 833	43 836 560
Impôts exigibles sur résultats	212 788	532 824	2 920 622	6 618 958	10 959 140
Impôts différés					
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	37 050 000	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	36 411 638	38 259 494	43 654 334	50 435 416	58 252 869
VIII RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	638 363	1 598 471	8 761 867	19 856 875	32 877 420
Eléments extraordinaires (produits)	-	-	-	-	-
Eléments extraordinaires (charges)	-	-	-	-	-
IX RESULTAT EXTRAORDINAIRE	638 363	1 598 471	8 761 867	19 856 875	32 877 420
X RESULTAT NET DE L'EXERCICE	638 363	1 598 471	8 761 867	19 856 875	32 877 420

Source : calcul personnel du promoteur

Tableau n°44 : Compte de résultats prévisionnels par fonction

COMPTE DE RESULTAT (PAR FONCTION)

Unité monétaire : Ariary

RUBRIQUES	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Production des activités ordinaires	37 050 000	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
Coût des ventes	5 771 000	6 222 740	6 780 014	7 348 015	8 082 817
MARGE BRUTE	31 279 000	33 297 260	45 089 986	61 811 985	80 837 183
Autres produits opérationnels					
Coûts commerciaux					
Charges administratives	24 921 600	26 167 680	28 784 448	31 662 893	34 829 182
Autres charges opérationnelles	4 506 250	4 536 250	4 569 250	4 405 550	4 181 730
RESULTAT OPERATIONNEL	1 851 150	2 593 330	11 736 288	25 743 542	41 826 271
Produits financiers		337 965	546 201	1 132 291	2 210 289
Charges financières	1 000 000	800 000	600 000	400 000	200 000
RESULTAT AVANT IMPOT	851 150	2 131 295	11 682 489	26 475 833	43 836 560
Impôts exigibles sur résultats	212 788	532 824	2 920 622	6 618 958	10 959 140
Impôts différés					
RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	638 363	1 598 471	8 761 867	19 856 875	32 877 420
Eléments extraordinaires (produits)					
Eléments extraordinaires (charges)					
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	638 363	1 598 471	8 761 867	19 856 875	32 877 420

Source : calcul personnel du promoteur

Si nous prenons par exemple le résultat net, ce tableau nous montre que chaque année, il y a une forte croissance. Donc, cette croissance nous montre la viabilité de notre projet. Parlons maintenant le plan de trésorerie

Section 2 : plan de trésorerie

La trésorerie se définit comme l'ensemble des actifs rapidement transformables en liquidité pour le règlement des dettes à court terme. En d'autre terme, c'est un document dans lequel on inscrit tous les mouvements d'argent effectués. Il prévoit alors quel sera l'argent réellement disponible à une période donnée par rapport aux dépenses prévues pour cette même période ? Cela nous permet donc l'établissement du budget de trésorerie : le budget des décaissements et le budget des encaissements.

Le budget ou plan de trésorerie vise à anticiper la situation financière à très court terme de l'entreprise (disponibilités en caisse ou en banque). Il est nécessaire donc de disposer une trésorerie prévisionnelle qui renseigne la solvabilité de l'entreprise et permet y donc d'apprécier si la station pourra honorer ses obligations en temps voulu.

Avant d'élaborer le plan de trésorerie, nous devons calculer en avance le budget de TVA, qui nous donne la situation de TVA à payer par l'entreprise au cours des cinq années.

Tableau n°45 : Budget de TVA (En Ariary)

RUBRIQUES	N	N+1	N+2	N+3	N+4
VENTE HT	37 050 000	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
TVA COLLECTEES (20%)	7 410 000	7 904 000	10 374 000	13 832 000	17 784 000
VENTE TTC	44 460 000	47 424 000	62 244 000	82 992 000	106 704 000
Charges HT	5 771 000	6 222 740	6 780 014	7 348 015	8 082 817
TVA DEDUCTIBLES (20%)	1 154 200	1 244 548	1 356 003	1 469 603	1 616 563
CHARGES TTC	6 925 200	7 467 288	8 136 017	8 817 618	9 699 380
TVA A PAYER	6 255 800	6 659 452	9 017 997	12 362 397	16 167 437

Source : calcul personnel du promoteur

Le tableau ci-après nous montre le plan de trésorerie pour les cinq années d'exploitation

Tableau n°46 : Plan de trésorerie

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Encaissements					
VENTE TTC	44 460 000	47 424 000	62 244 000	82 992 000	106 704 000
Capital social	30 000 000				
Emprunt	5 000 000				
Total encaissements (I)	79 460 000	47 424 000	62 244 000	82 992 000	106 704 000
Décaissements					
Investissements	32 080 000				
Charges TTC	6 925 200	7 467 288	8 136 017	8 817 618	9 699 380
Impôts et taxes	300 000	330 000	363 000	399 300	439 230
Charges du personnel	21 120 000	22 176 000	24 393 600	26 832 960	29 516 256
CNAPS	2 059 200	2 848 560	3 099 096	3 409 006	3 749 906
OSTIE	792 000	1 095 600	1 191 960	1 311 156	1 442 272
Charges financières	1 000 000	800 000	600 000	400 000	200 000
Remboursement d'emprunt	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Impôts sur les bénéfices		212 788	532 824	2 920 622	6 618 958
TVA à payer	5 734 483	6 625 814	8 821 452	12 083 697	15 850 350
Total décaissements (II)	71 010 883	42 556 050	48 137 948	57 174 359	68 516 352
Solde (I)-(II)	8 449 117	4 867 950	14 106 052	25 817 641	38 187 648
Trésorerie début de période	0	8 787 081	14 201 233	29 439 576	57 467 505
Trésorerie fin de période	8 449 117	13 655 032	28 307 285	55 257 217	95 655 153

Source : calcul personnel du promoteur

De ce tableau précédent, nous pouvons dire que dans la première année, nous avons une trésorerie positive de 8 449 117 Ariary. Notre trésorerie en début d'exploitation est assez faible par rapport aux autres années mais s'accroît de façon régulière. La trésorerie en deuxième année d'exploitation est de 13 655 032 Ariary. A la fin de chaque année, nous devons envisager de faire un placement au taux de 4%, compte tenu de la trésorerie très élevée. À partir de l'année 5, nous devons prévoir de faire une extension de nos activités car la trésorerie atteinte 95 655 153 Ariary, sans tenir compte les intérêts produits par les placements. Nous allons entrer dans la section suivante concernant les bilans prévisionnels

Section 3: Bilans prévisionnels

Le bilan nous donne des informations sur l'état en général de l'exploitation. Il montre aussi les aménagements du poste actif et la poste passif ainsi que les augmentations des ressources lors de la période de démarrage et la différente utilisation de fonds. L'étude fera en cinq années, nous allons les montrer dans les tableaux ci-après.

Tableau n°47 : Bilan d'ouverture

ACTIFS	MONTANT	PASSIFS	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS		Capitaux Propres	
Frais de développement immobilisable	600 000	Capital	30 000 000
Bâtiments	10 000 000		
Matériels de transport	12 000 000	Passifs Non Courants	
Installations générales	1 500 000	Emprunts	5 000 000
Mobiliers	955 000		
Matériels de bureaux et informatiques	1 055 000		
Appareils fitness	5 970 000		
ACTIFS COURANTS			
Trésorerie	2 920 000		
TOTAL	35 000 000	TOTAL	35 000 000

Source : calcul personnel du promoteur

Tableau n°48 : Bilan de l'Année N

ACTIFS	MONTANT BRUT	AMORT&PDV	MONTANT NET	PASSIFS	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS				Capitaux Propres	
Frais de développement immobilisable	600 000	200 000	400 000	Capital	30 000 000
Bâtiments	10 000 000	500 000	9 500 000	Résultat net	638 363
Matériels de transport	12 000 000	2 400 000	9 600 000	Passifs Non Courants	
Installations générales	1 500 000	150 000	1 350 000	Dettes à LMT	4 000 000
Mobiliers	955 000	95 500	859 500	Passifs Courants	
Matériels de bureaux et informatiques	1 055 000	263 750	791 250	Cotisations CNAPS	686 400
Appareils fitness	5 970 000	597 000	5 373 000	Cotisations OSTIE	264 000
ACTIFS COURANTS				Etat : IBS à payer	212 788
Trésorerie	8 449 117		8 449 117	Etat : TVA à payer	521 317
TOTAL	40 529 117	4 206 250	36 322 867	TOTAL	36 322 867

Source : calcul personnel du promoteur

Nous remarquons que pour renforcer les capitaux propres, nous n'envisageons pas de distribuer les bénéfices, donc le résultat de l'exercice sera reporté à nouveau après avoir défalquer le montant de la réserve légale, exigé par la loi, qui est égale à cinq pourcent (5%) du résultat net d'impôt, à condition que le cumul du montant de la réserve légale au bilan ne dépasse pas le plafond, soit un dixième du capitale, qui est égale à 3 000 000 Ariary. Et il faut bien remarque que pour chaque année, l'excédent de trésorerie fait l'objet d'un placement à long terme, rémunéré au taux de 4% l'an. Puisque le placement est à long terme donc, à partir de la deuxième année, nous avons donc un nouveau poste de l'actif, à partir de la deuxième année, plus précisément : **ACTIFS NON COURANTS**, intitulé : “ **Immobilisations Financières** ”

Tableau n°49 : Bilan de l'Année N+1

ACTIFS	MONTANT BRUT	AMORT&PDV	MONTANT NET	PASSIFS	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS				Capitaux Propres	
Frais de développement immobilisable	600 000	400 000	200 000	Capital	30 000 000
Bâtiments	10 000 000	1 000 000	9 000 000	Réserves Légales	31 918
Matériels de transport	12 000 000	4 800 000	7 200 000	Report à nouveau	606 444
Installations générales	1 500 000	300 000	1 200 000	Résultat net	1 598 471
Mobiliers	955 000	191 000	764 000	Passifs Non Courants	
Matériels de bureaux et informatiques	1 055 000	527 500	527 500	Dettes à LMT	3 000 000
Appareils fitness	5 970 000	1 194 000	4 776 000	Passifs Courants	
Immobilisations financières	8 787 081		8 787 081	Cotisations CNAPS	720 720
ACTIFS COURANTS				Cotisations OSTIE	277 200
Trésorerie	4 867 950		4 867 950	Etat : IBS à payer	532 824
				Etat : TVA à payer	554 954
TOTAL	45 735 032	8 412 500	37 322 532	TOTAL	37 322 532

Source : calcul personnel du promoteur

Nous constatons que le maximum légal de la Réserve Légale n'est pas encore atteint, alors nous devons faire une dotation de 5% du résultat net de l'année antérieure au montant de la Réserve Légale. Le reste étant reporté au compte du report à nouveau.

Tableau n°50 : Bilan de l'Année N+2

ACTIFS	MONTANT BRUT	AMORT&PDV	MONTANT NET	PASSIFS	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS				Capitaux Propres	
Frais de développement immobilisable	600 000	600 000	0	Capital	30 000 000
Bâtiments	10 000 000	1 500 000	8 500 000	Réserves Légales	111 842
Matériels de transport	12 000 000	7 200 000	4 800 000	Report à nouveau	2 124 992
Installations générales	1 500 000	450 000	1 050 000	Résultat net	8 761 867
Mobiliers	955 000	286 500	668 500	Passifs Non Courants	
Matériels de bureaux et informatiques	1 055 000	791 250	263 750	Dettes à LMT	2 000 000
Appareils fitness	5 970 000	1 791 000	4 179 000	Passifs Courants	
Immobilisations financières	14 201 233		14 201 233	Cotisations CNAPS	792 792
ACTIFS COURANTS				Cotisations OSTIE	304 920
Trésorerie	14 106 052		14 106 052	Etat : IBS à payer	2 920 622
				Etat : TVA à payer	751 500
TOTAL	60 387 285	12 618 750	47 768 535	TOTAL	47 768 535

Source : calcul personnel du promoteur

Comme l'année précédente, le maximum légal n'est pas encore atteint, alors nous devons faire encore une dotation de 5% du résultat net de l'année antérieure au montant de la Réserve Légale.

Tableau n°51 : Bilan de l'Année N+3

ACTIFS	MONTANT BRUT	AMORT&PDV	MONTANT NET	PASSIFS	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS				Capitaux Propres	
Frais de développement immobilisable	600 000	600 000	0	Capital	30 000 000
Bâtiments	10 000 000	2 000 000	8 000 000	Réserves Légales	549 935
Matériels de transport	12 000 000	9 600 000	2 400 000	Report à nouveau	10 448 765
Installations générales	1 500 000	600 000	900 000	Résultat net	19 856 875
Mobiliers	955 000	382 000	573 000	Passifs Non Courants	
Matériels de bureaux et informatiques	1 055 000	1 055 000	0	Dettes à LMT	1 000 000
Appareils fitness	5 970 000	2 388 000	3 582 000	Passifs Courants	
Immobilisations financières	29 439 576		29 439 576	Cotisations CNAPS	872 071
ACTIFS COURANTS				Cotisations OSTIE	335 412
Trésorerie	25 817 641		25 817 641	Etat : IBS à payer	6 618 958
				Etat : TVA à payer	1 030 200
TOTAL	87 337 217	16 625 000	70 712 217	TOTAL	70 712 217

Source : calcul personnel du promoteur

Nous constatons encore que le plafond n'est pas atteint, alors nous devons faire encore une dotation de 5% du résultat net de l'année antérieure au montant de la Réserve Légale.

Tableau n°52 : Bilan de l'Année N+4

ACTIFS	MONTANT BRUT	AMORT&PDV	MONTANT NET	PASSIFS	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS				Capitaux Propres	
Frais de développement immobilisable	600 000	600 000	0	Capital	30 000 000
Bâtiments	10 000 000	2 500 000	7 500 000	Réserves Légales	1 542 779
Matériels de transport	12 000 000	12 000 000	0	Report à nouveau	29 312 797
Installations générales	1 500 000	750 000	750 000	Résultat net	32 877 420
Mobiliers	955 000	477 500	477 500	Passifs Non Courants	
Matériels de bureaux et informatiques	1 055 000	1 055 000	0	Dettes à LMT	0
Appareils fitness	5 970 000	2 985 000	2 985 000	Passifs Courants	
Immobilisations financières	57 467 505		57 467 505	Cotisations CNAPS	959 278
ACTIFS COURANTS				Cotisations OSTIE	368 953
Trésorerie	38 187 648		38 187 648	Etat : IBS à payer	10 959 140
				Etat : TVA à payer	1 347 286
TOTAL	127 735 153	20 367 500	107 367 653	TOTAL	107 367 653

Source : calcul personnel du promoteur

D'après les différents bilans établis précédemment, le poste immobilisations financières ne cesse pas d'augmenter suite aux placements financiers effectués. Ils atteignent 57 467 648 Ariary en cinquième année. De plus, la trésorerie dispose encore un excédent de 38 187 648 à la fin de la cinquième année d'exploitation.

Et elle ne cesse pas d'augmenter depuis la première année d'exploitation. Finalement, nous pouvons affirmer déjà que notre projet est très rentable. Pour être précis, passons maintenant dernière rubrique du chapitre qui s'intitule : “ **PLAN DE TRESORERIE** ”

Section 4: Tableaux de Flux de Trésorerie

Le PCG affiche deux méthodes de présentation de tableau des Flux de Trésorerie : **La méthode directe et la méthode indirecte.**

Tableau n°53 : Méthode directe (En Ariary)

TABLAU DES FLUX DE TRESORERIE (METHODE DIRECTE)

Unité monétaire: Ariary

RUBRIQUE	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles:	-				
Encaissement reçus des clients	37 050 000	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
Sommes versées aux fournisseurs et aux personnels	28 284 600	29 701 620	32 671 782	35 938 960	39 532 856
Intérêts et autres frais financiers payés	1 000 000	800 000	600 000	400 000	200 000
Impôts sur les résultats payés	-	212 788	532 824	2 920 622	6 618 958
Autres décaissements	1 236 283	2 937 642	2 959 343	3 082 777	3 380 538
Flux de trésorerie avant éléments extraordinaires	6 529 117	5 867 950	15 106 052	26 817 641	39 187 648
Flux de trésorerie lié à des éléments extraordinaires	-	-	-	-	-
Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles (A)	6 529 117	5 867 950	15 106 052	26 817 641	39 187 648
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement:					
Décaissement sur acquisition d'immobilisations corporelles ou incorporelles	32 080 000		-		
Encaissements sur cessions d'immobilisations corporelles ou incorporelles					
Décaissement sur acquisition d'immobilisations financières					
Encaissements sur cessions d'immobilisations financières					
Intérêts encaissés sur placements financiers	-	337 965	546 201	1 132 291	2 210 289
Dividendes et quote part de résultats reçus					
Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissements (B)	- 32 080 000	337 965	546 201	1 132 291	2 210 289
Flux de trésorerie liés aux activités de financement:					
Encaissements suite à l'émission d'actions (Augmentation de capital)	30 000 000				
Dividendes et autres distributions effectués					
Encaissements provenant d'emprunts	5 000 000				
Remboursements d'emprunts ou d'autres dettes assimilées	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Flux de trésorerie net provenant des activités de financement (C)	34 000 000	- 1 000 000	- 1 000 000	- 1 000 000	- 1 000 000
Incidences des variations des taux de change sur liquidités et quasi-liquidités					
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)	8 449 117	5 205 915	14 652 253	26 949 932	40 397 936
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture de l'exercice	-	8 449 117	13 655 032	28 307 285	55 257 217
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture de l'exercice	8 449 117	13 655 032	28 307 285	55 257 217	95 655 153
Variation de trésorerie de la période	8 449 117	5 205 915	14 652 253	26 949 932	40 397 936

Source : calcul personnel du promoteur

Tableau n°54 : Méthode indirecte (En Ariary)

**TABLAU DES FLUX DE TRESORERIE
(METHODE INDIRECTE)**

Unité monétaire: Ariary

UBRIQUE	N	N+1	N+2	N+3	N+4
<u>Flux de trésorerie liés à l'activité:</u>					
Résultat net de l'exercice	713 363	1 319 506	8 259 076	18 752 540	30 679 772
Ajustement pour:					
Amortissement	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500
Variation des impôts différés					
Variation des stocks					
Variation des clients et autres créances	-	-	-	-	-
Variation des dettes et autres dettes	950 400	47 520	99 792	109 771	120 748
Plus ou moins values de cession, nette d'impôts	759 104	349 674	2 579 934	3 972 490	4 652 584
<i>Flux de trésorerie générés par l'activité (A)</i>	6 629 117	5 922 950	15 145 052	26 841 051	39 195 604
<u>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissements:</u>					
Décaissement sur acquisition d'immobilisations corporelles ou incorporelles	32 080 000		-		
Encaissements sur cessions d'immobilisations corporelles ou incorporelles					
Décaissement sur acquisition d'immobilisations financières					
Encaissements sur cessions d'immobilisations financières					
Intérêts encaissés sur placements financiers	-	337 965	546 201	1 132 291	2 210 289
Dividendes et quote part de résultats reçus					
<i>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissements (B)</i>	- 32 080 000	337 965	546 201	1 132 291	2 210 289
<u>Flux de trésorerie liés aux activités de financement:</u>					
Dividendes versés aux actionnaires	-				
Augmentation de capital en numéraire	30 000 000				
Augmentation d'emprunt	5 000 000				
Remboursements d'emprunts et autres dettes	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
<i>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement (C)</i>	34 000 000	- 1 000 000	- 1 000 000	- 1 000 000	- 1 000 000
<i>Variation de trésorerie de la période (A+B+C)</i>	8 449 117	5 205 915	14 652 253	26 949 932	40 397 936
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture de l'exercice	-	8 449 117	13 655 032	28 307 285	55 257 217
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture de l'exercice	8 449 117	13 655 032	28 307 285	55 257 217	95 655 153
Incidences des variations des cours de devises					
<i>Variation de trésorerie de la période</i>	8 449 117	5 205 915	14 652 253	26 949 932	40 397 936

Sources : calcul personnel du promoteur

Nous remarquons tous les indicateurs (Comptes de résultats prévisionnel, les bilans prévisionnels et les Flux de trésorerie) nous donnent des résultats et trésoreries positifs, tout cela nous permet de dire que notre projet est rentable. Pour être bien précis, nous devons passer au dernier chapitre qui n'est autre que « **l'évaluation financière, économique et sociale du projet** ».

CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET

Evaluer un projet consiste à analyser les différents éléments vérifiant l'acceptabilité du projet. Ainsi, nous allons traiter dans ce dernier chapitre, les évaluations financières par l'intermédiaire des critères d'évaluation et les évaluations sur les impacts économiques et sociaux du projet, une fois que celui-ci sera réalisé. D'ailleurs, notre projet a des impacts sur son environnement. Alors, nous allons étudier ce projet en analysant les impacts économiques, financiers et sociaux.

Section 1 : Evaluation financière

Cette section met en exergue les différents critères qui servent à mesurer la viabilité et la rentabilité du projet. En effet, le choix d'investissement peut être réalisé à l'aide d'un critère quantitatif : la rentabilité des capitaux investis. Ces capitaux seront comparés aux flux générés qui sont la Marge Brute d'Autofinancement (MBA) ou « Cash-flow ».

Cette Marge Brute d'Autofinancement peut être obtenue comme suit :

$$\begin{array}{l} +\text{Recettes} \\ -\text{Charges décaissées (avec flux)} \\ -\text{charges calculées (sans flux)} \\ \hline =\text{Résultat intermédiaires} \\ \\ -\text{impôt sur le bénéfice des Sociétés (IBS)} \\ \hline =\text{Résultats net} \\ +\text{Amortissements} \\ \hline = \text{Marge Brute d'Autofinancement (MBA)} \end{array}$$

Le détail du calcul de la Marge Brute d'Autofinancement montre bien qu'elle représente le flux net dégagé par l'exploitation de l'investissement et qui a permis de rentabiliser les capitaux investis.

Afin de déterminer une rentabilité plus significative, les différents flux réalisés à des dates différentes ont une date de référence : date de début de l'investissement. Ils seront actualisés à un certain taux.

Les outils généralement utiles pour le choix d'investissement sont :

- ✚ la Valeur Actuelle Nette ou VAN.
- ✚ le Taux de rentabilité Interne ou TRI ;
- ✚ l'indice de profitabilité ou IP ;
- ✚ le Délai de Récupération des Capitaux Investis ou DRCI ;

1.1. La valeur actuelle nette (VAN)

1.1.1. Définition

Nous appelons valeur actuelle nette (VAN) d'un projet d'investissement, la différence entre la valeur actuelle des flux qu'il engage et l'investissement de départ. En outre, le projet d'investissement nécessite d'être financé tout au début de son existence : c'est l'investissement de départ ; autrement dit, le montant des liquidités nécessaires pour que le projet devienne réalité.

1.1.2. Formule

En désignant par : MBA la marge brute d'autofinancement pour chaque période t

✚ C : l'investissement initial en $t = 0$,

✚ i : le taux d'actualisation,

Nous avons

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{MBA_t}{(1+i)^t} - C$$

1.1.3. Interprétation

- 1) Pour qu'un projet soit acceptable, il faut que la VAN soit positive, un projet est d'autant plus intéressant que sa VAN est plus grande.
- 2) Si l'on est confronté à des projets mutuellement exclusifs :
 - o De même durée, nous retenons le projet qui a la VAN plus grande et,
 - o Des durées différentes, la comparaison se fait selon l'une des trois méthodes suivantes :

- le renouvellement à l'identique du projet le plus court. Nous utilisons cette méthode dans le cas où la durée du projet long serait un multiple de la durée du projet le plus court.
- l'alignement sur la durée du projet le plus court
- la méthode de l'annuité constante équivalente. Cette méthode consiste à calculer l'annuité constante qui permettrait d'amortir un emprunt dont le montant est égal à la VAN de même durée que le projet et avec un même taux que le taux d'actualisation que la VAN. Nous retenons le projet qui a l'annuité constante la plus importante.

Limites de la méthode VAN : une très forte sensibilité au taux d'intérêt choisi. C'est une méthode difficile à mettre en œuvre si le montant du capital investi des projets est différent.

Finalement, la Valeur Actuelle Nette peut être positive, nulle ou négative.

- Si $VAN > 0$, l'investissement a une rentabilité supérieure au taux exigé "t".
- Si $VAN = 0$, l'investissement a une rentabilité égale au taux exigé "t".
- Si $VAN < 0$, l'investissement a une rentabilité inférieure au taux exigé "t".

1.1.4. Calcul de la VAN

Calculons d'abord les M.B A ou "cash- flow"

Tableau n°55 : calcul des VAN

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Résultat net de l'exercice	638 363	1 598 471	8 761 867	19 856 875	32 877 420
Amortissements	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500
MBA	4 844 613	5 804 721	12 968 117	23 863 125	36 619 920
$(1+i)^{-n} = 1 / (1+i)^n$	0,8475	0,7182	0,6086	0,5158	0,4371
MBA actualisée	4 105 567	4 168 951	7 892 396	12 308 600	16 006 567
MBA Cumulée	4 105 567	8 274 517	16 166 913	28 475 513	44 482 080

Sources : calcul personnel du promoteur

$VAN = 44\,482\,080 - 32\,080\,000 = 12\,402\,080$ Ariary.

$VAN = 12\,402\,080$ Ariary

La VAN est égale à 12 402 080 Ariary, elle est largement supérieure à 0. Selon la théorie précédente, si la VAN est positive, le projet est rentable.

1.2. Le taux de rentabilité interne (TRI)

1.2.1.Définition

Nous appelons le taux de rentabilité interne (TRI) d'un investissement, le taux d'actualisation qui annule la valeur nette actuelle. Autrement dit, le TRI d'un investissement est le taux pour lequel l'investissement du départ du projet est égal à la valeur actuelle de ses flux futurs. Nous pouvons définir aussi le TRI comme le taux d'actualisation pour lequel il y a équivalence entre le capital investi et l'ensemble de marge brute d'autofinancement.

1.2.2.Formule

En désignant encore par :

- MBAt : la marge brute d'autofinancement pour chaque période de t
- C : l'investissement initial en t = 0
- I : le taux d'actualisation

Nous pouvons calculer le TRI par la formule suivante :

$$\sum_{t=1}^n \text{MBA} (1+i)^{-t} = 0$$

Nous remarquons que le TRI est aussi le taux pour lequel la VAN est nulle. Nous pouvons écrire alors

$$\sum_{t=1}^n \text{MBA} (1+i)^{-t} - C = 0$$

1.2.3.Interprétation

En utilisant le TRI, l'investisseur connaît alors immédiatement la rémunération pour un niveau de risque donné et peut la comparer au taux de rentabilité qu'il exige. La décision est donc relativement aisée. Si le TRI d'investissement est supérieur au taux de rentabilité exigé par l'investisseur, ce dernier décidera de l'entreprendre. Dans le cas contraire, il renoncera.

1.2.3.1. Règles de décision :

- ✚ Pour qu'un projet soit retenu, il est nécessaire que le TRI soit supérieur au taux de rentabilité minimum exigé par l'entreprise ou au coût du capital investi. Sinon, le projet est rejeté.
- ✚ Un projet d'investissement est d'autant plus intéressant que son TRI est plus élevé. Ainsi que si l'entreprise est confrontée à des projets d'investissement mutuellement exclusif, nous acceptons le projet qui a un TRI le plus élevé est supérieur au taux de rentabilité minimum exigé.
- ✚ Le calcul du TRI suppose le réinvestissement des flux au TRI
- ✚ Pour un même projet, la VAN et le TRI peuvent donner des résultats opposés. La pratique donne une préférence à la VAN. En effet, (vu le niveau des taux d'intérêt sur le marché financier), l'hypothèse de réinvestissement des flux au TRI est très difficile.

En fin, le Taux de Rentabilité Interne peut être supérieur à t , égale à t ou inférieur à t .

- ✚ si $TRI > t$, l'investissement a une rentabilité supérieure au taux exigé " t ";
- ✚ si $TRI = t$, l'investissement a une rentabilité égale au taux exigé " t ";
- ✚ si $TRI < t$, l'investissement a une rentabilité inférieure au taux exigé " t ".

1.2.4. Calcul du TRI

Tableau n°56 : calcul TRI

Année	MBA	$(1+i)^{-n}$	MBA Actualisée au taux de 18%	$(1+i)^{-n}$	MBA Actualisée au taux de 50 %
N	4 844 613	0,8475	4 105 567	0,6667	3 229 903
N+1	5 804 721	0,7182	4 168 951	0,4444	2 579 618
N+2	12 968 117	0,6086	7 892 396	0,2963	3 842 453
N+3	23 863 125	0,5158	12 308 600	0,1975	4 712 967
N+4	36 619 920	0,4371	16 006 567	0,1317	4 822 843
MBA Actualisée cumulée			44 482 080		19 187 785
Investissements			32 080 000		32 080 000
VAN			12 402 080		- 12 892 215

Sources : calcul personnel du promoteur

Le taux de rentabilité interne est compris entre 18% et 50%. Appelons t le TRI, En utilisant la méthode d'interpolation linéaire, nous avons :

- $50\% > t > 18\%$
- $-12\,892\,215 < 0 < 12\,402\,080$

$$\begin{array}{rcl} t-18 & & 0 \quad + \quad 12\,892\,215 \\ \hline & & \hline 50-18 & & 12\,402\,080 + 12\,892\,215 \end{array}$$

D'où $t = 33,11\%$

$$TRI = 33,11\%$$

La valeur de **T.R.I** est de **33,11 %**, largement supérieur au taux d'emprunt ou taux d'actualisation, soit 20% donc le projet est rentable. Par conséquent, il existe une marge de sécurité 13,11 % qui nous permettront de nous s'endetter davantage ou de trouver d'autres sources de financement.

1.3. L'indice de profitabilité (IP)

1.3.1.Définition

L'indice de profitabilité (IP) mesure l'avantage induit pour un Ariary investi dans un projet. Il est représenté par le rapport de la somme des marges brutes d'autofinancement actualisée et la somme des capitaux investis actualisés.

1.3.2.Formule

Nous pouvons calculer l'IP à partir de la formule suivante :

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

Où MBA_t : Marge brute d'autofinancement pour chaque période t

C : l'investissement initial en $t = 0$

i : le taux d'actualisation

1.3.3. Interprétation

Nous distinguons trois règles de décision : à savoir ;

- ✚ un projet sera retenu si $IP > 1$,
- ✚ un projet d'investissement est d'autant plus intéressant que son IP est grand et,
- ✚ en cas de rationnement du capital, la méthode de l' IP permet de hiérarchiser les projets à financier.

Finalement, L'Indice de Profitabilité peut être supérieur à 1, égale à 1 ou inférieur à 1.

- ✚ $IP > 1$, l'investissement a une rentabilité supérieure au taux exigé " t ".
- ✚ $IP = 1$, l'investissement a une rentabilité supérieur au taux exigé " t ".
- ✚ $IP < 1$, l'investissement a une rentabilité inférieure au taux exigé " t ".

1.3.4. Calcul

$$IP = \frac{44\,482\,080}{32\,080\,000}$$

$IP = 1,39$

L'indice de profitabilité est supérieur à 1. Le projet a un indice de profitabilité de 1,39 pour un taux d'emprunt de 20%. Ce qui signifie qu'un Ariary investi génère une marge bénéficière de 0,39 Ariary. Le projet est donc rentable. Avec le TRI (33,11 %), l'indice est égal à 1. Si le taux passe au dessus du TRI, l'indice devient inférieur à 1 et le projet ne sera plus rentable.

1.4. Le Délai de Récupération des Capitaux Investis (DRCI)

1.4.1.Définition

Cette méthode repose sur le fait qu'un montant investi doit être récupéré rapidement de manière à être rentable et à limiter le risque. C'est la méthode très utilisée dans la Petite et Moyenne Entreprise (PME). Elle s'intéresse plus à la liquidité du projet qu'à sa rentabilité. La durée de récupération est le temps calculé en année ou en mois, au bout duquel le montant cumulé des MBA actualisées est égal au capital investi.

Le Délai de Récupération des Capitaux est le temps nécessaire pour que le total des recettes procurées par le projet atteigne le montant des investissements réalisés. Il est délimité par le nombre d'années au cours desquelles il est possible de "récupérer". La somme initialement investie.

1.4.2.Formule

Il existe deux méthodes de calcul : soit à partir des MBA sans actualisation, soit à partir des MBA, actualisées. Le délai de Récupération des Capitaux Investis est représenté par le temps au bout duquel le calcul des Marges Brutes d'Autofinancement est égal au montant du capital investi.

La formule est donc :

$$DRCI = \sum MBA_j (1+i)^{-j} = C$$

1.4.3.Interprétation

Voici les règles de décision :

✚ L'entreprise fixe arbitrairement une limite ou une norme qui lui permet de rejeter les projets pour lesquels la durée de récupération est supérieure à cette limite.

Si l'entreprise est confrontée à des projets d'investissement exclusifs, nous retiendrons le projet qui a la durée de récupération la plus petite à condition que celle-ci soit inférieure à la norme fixée par l'entreprise.

Finalement, nous ne proposons pas d'évaluer un taux mais une durée. Il nous permet de savoir en combien de temps les "Cash-flow" produits après la réalisation du projet permettront de récupérer la somme investie. Dans certain cas, ce délai de Récupération des Capitaux Investis correspond aussi à une préoccupation financière ressentie par l'entrepreneur. En effet, la liquidité est préférée au profit.

1.4.4. Calcul

Tableau n°57 : calcul du DRCI

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Résultat net de l'exercice	638 363	1 598 471	8 761 867	19 856 875	32 877 420
Amortissements	4 206 250	4 206 250	4 206 250	4 006 250	3 742 500
MBA	4 844 613	5 804 721	12 968 117	23 863 125	36 619 920
$(1+i)^{-n}=1/(1+i)^n$	0,8475	0,7182	0,6086	0,5158	0,4371
MBA actualisée	4 105 567	4 168 951	7 892 396	12 308 600	16 006 567
MBA Cumulée	4 105 567	8 274 517	16 166 913	28 475 513	44 482 080

Source : calcul personnel du promoteur



Ce tableau nous met en relief que le montant des investissements est compris entre le cumul du cash-flow de la 4^{ème} année et de la 5^{ème} année. En désignant par d la durée de récupération de capital investi, nous avons la relation suivante:

MBA cumulée : 28 475 513 < 32 080 000 < 44 482 080

Année : 4 < d < 5

En appliquant la méthode d'interpolation linéaire, le délai de récupération est :

d - 4 : 32 080 000 - 28 475 513

5 - 4 : 44 482 080 - 28 475 513

D'où $d = 4,22$ ans

Soit **DRCI = 4,22 ans = 4 ans, 02 mois et 19 jours**

L'investissement initial sera récupéré après : 4 ans, 02 mois et 19 jours soit le 19 Mars de l'année 5. Cela nous permet de dire que la réalisation est plus vite que prévue. Donc nous pouvons dire que notre projet est rentable

Section 2 : Evaluation économique

Cette évaluation répond à la question : « **que rapporte le projet au niveau de l'économie nationale ?** »

Cette rubrique nous permet de parler successivement :

2.1. la valeur ajoutée

La valeur ajoutée représente la valeur de la production à laquelle nous enlevons les consommations intermédiaires. Elle permet de discerner la dimension de l'entreprise : c'est un indicateur de taille économique qui permet aussi de mesurer la croissance d'une salle de fitness au moyen mis en œuvre.

Nous obtenons par la formule suivante :

Valeur ajoutée = Production de l'exercice – consommations intermédiaires

Tableau n°58 : calcul de la valeur ajoutée

DESIGNATION	N	N+1	N+2	N+3	N+4
VALEUR AJOUTEE (1)	31 279 000	33 297 260	45 089 986	61 811 985	80 837 183
EVOLUTION	0	2 018 260	11 792 726	16 721 999	19 025 198
PRODUCTION DE L'EXERCICE (2)	37 050 000	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
POURCENTAGE (1)*100/(2)	84	84	87	89	91

Sources : calcul personnel du promoteur

Il s'en sort de ce tableau que, la valeur ajoutée, varie de 84% en 91% de l'année 01 en année 05, c'est-à-dire, augmente de façon croissante donc il existe le degré d'intégration plus forte de l'unité dans l'économie ; c'est-à-dire qu'elle prend une place importante sur l'économie nationale et internationale.

2.2. Analyse par ratio

Les ratios sont des indicateurs qui permettent de montrer la performance économique du projet et précisent les données caractéristiques de la situation et de l'activité de l'entreprise.

Nous prendrons quelques ratios :

2.2.1. Contribution facteur travail à valeur ajoutée :

$$\text{Ratio} = \frac{\text{Charges de personnel}}{\text{Valeur ajoutée}}$$

Tableau n°59 : Ratio de facteur travail par rapport à la valeur ajoutée

DESIGNATION	N	N+1	N+2	N+3	N+4
VALEUR AJOUTEE (1)	31 279 000	33 297 260	45 089 986	61 811 985	80 837 183
CHARGES DE PERSONNEL (2)	24 921 600	26 167 680	28 784 448	31 662 893	34 829 182
RATIO (2)*100/ (1)	79,68	78,59	63,84	51,22	43,09

Sources : calcul personnel du promoteur

Ce ratio varie en moyenne à 63,28% et il mesure le rendement de l'investissement humain c'est-à-dire, chaque année, les personnels accaparent en moyenne 63,28% de la Valeur Ajoutée.

2.2.2. Le rendement apparent de main d'œuvre :

$$\text{Ratio} = \frac{\text{Valeur ajoutée}}{\text{Effectif}}$$

Tableau n°60 : Ratio de rendement apparent de main d'œuvre

RUBRIQUES	N	N+1	N+2	N+3	N+4
VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)	31 279 000	33 297 260	45 089 986	61 811 985	80 837 183
Effectif du personnel	10	10	10	10	10
Ratio	3 127 900	3 329 726	4 508 999	6 181 198	8 083 718

Sources : calcul personnel du promoteur

La productivité de l'exercice n'est pas changée, en général, elle est toujours croissante. Cela est dû à la valeur ajoutée créée annuellement par employé, qui augmente progressivement jusqu'à la 5^{ème} année à 15 191 407 Ariary.

2.2.3. Rentabilité financière :

$$\text{Ratio} = \frac{\text{Bénéfice net}}{\text{Capitaux propre}}$$

Tableau n°61 : Ratio de rentabilité financière

RUBRIQUES	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Résultat	638 363	1 598 471	8 761 867	19 856 875	32 877 420
Capitaux Propres Avant Résultat	30 000 000	30 638 363	32 236 834	40 998 700	60 855 575
Ratio (En %)	2,13	5,22	27,18	48,43	54,03

Sources : calcul personnel du promoteur

Nous constatons que les bénéfices de l'entreprise participent en moyenne à 27,40% dans la formation de ses capitaux propres. En effet l'utilisation des capitaux par rapport au bénéfice est assurée.

2.2.4. Ratios de structure

🚦 **Ratios d'indépendance financière (IF)** : Capitaux Propres après résultat de l'exercice/Dettes à CT et à LMT

🚦 **Ratios de Financement Permanent (FP)** : Capitaux Permanents/ Actifs Non Courants

🚦 **Ratios d'endettement à LT** : Dettes LMT/ Capitaux Permanents

Tableau n°62 : Ratios de structure.

	N	N+1	N+2	N+3	N+4
CP après Résultat	30 638 363	32 236 834	40 998 700	60 855 575	93 732 995
CAP PERM	34 638 363	35 236 834	42 998 700	61 855 575	93 732 995
ANC	27 873 750	32 454 581	33 662 483	44 894 576	69 180 005
DETTES LMT	4 000 000	3 000 000	2 000 000	1 000 000	-
Dettes	5 684 504	5 085 698	6 769 834	9 856 641	13 634 658
Ratios IF	5,39	6,34	6,06	6,17	6,87
Ratios FP	1,24	1,09	1,28	1,38	1,35
Ratios ENDE A LT	0,12	0,09	0,05	0,02	-

Sources : calcul personnel du promoteur

Concernant l'indépendance financière, les ratios ne cessent pas d'augmenter. Nous pouvons donc dire que la société est indépendante des ses créanciers. Pour les Financements permanents, les ratios sont tous supérieures à 1. Ils sont satisfaisants puisque les actifs non courants sont financés largement par les capitaux permanents.

En fin, pour les endettements à LMT, les ratios ne cessent pas de diminuer et il est nul en cinquième année. Cela nous permet de dire que notre société a la capacité de liquider ses dettes en utilisant ses capitaux permanents. A partir de l'analyse des ratios effectués, nous avons conclu que cette situation est favorable pour la performance économique. Passons maintenant à l'analyse par seuil de rentabilité et les fonds de roulements ainsi que les besoins en fonds de roulement.

2.3. Seuil de rentabilité, fonds de roulement et besoin en fonds de roulement

2.3.1. Seuil de rentabilité (SR)

2.3.1.1. Définition :

Le seuil de rentabilité, appelé aussi chiffres d'affaires critiques, est le montant des chiffres d'affaires pour le quel il n'y a ni perte ni bénéfice.

2.3.1.2. Calcul :

Les charges étant réparties en deux catégories : Fixes et Variables. Nous avons la formule différentielle suivante :

$$\begin{array}{l} \text{Chiffres d'affaires (CA)} \\ - \text{Charges variables (CV)} \\ \hline \text{Marges sur Coûts Variables (MSCV)} \\ - \text{Charges Fixes (CF)} \\ \hline \text{Résultat Analytique (RA)} \end{array}$$

Les charges fixes sont formées par les dotations aux amortissements et les charges du personnel tandis que les charges variables sont formées par les autres charges que les charges fixes. Le SR est donné par la formule suivante :

$$\text{SR} = \frac{\text{CF}}{\text{Taux MSCV}} \quad \text{ou} \quad \text{SR} = \frac{\text{CA} \times \text{CF}}{\text{MSCV}}$$

Tableau n° 63 : Tableau de calcul de SR

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
CHIFFRES D'AFFAIRES	37 050 000	39 520 000	51 870 000	69 160 000	88 920 000
CHARGES VARIABLES (CV)	7 071 000	7 352 740	7 743 014	8 147 315	8 722 047
POURCENTAGE CV (En %)	19,09	18,61	14,93	11,78	9,81
MARGES SUR COÛTS VARIABLES (MSCV)	29 979 000	32 167 260	44 126 986	61 012 685	80 197 953
POURCENTAGE MSCV (En %)	80,91	81,39	85,07	88,22	90,19
CHARGES FIXES	29 127 850	30 373 930	32 990 698	35 669 143	38 571 682
RESULTAT ANALITIQUE	851 150	1 793 330	11 136 288	25 343 542	41 626 271
SEUIL DE RENTABILITE	359 981	373 168	387 796	404 322	427 666

Sources : calcul personnel du promoteur

L'exploitation est optimale car le taux de MSCV augmente mais le taux de CV diminue

2.3.2. Fonds de roulement Net (FDR), Besoin en Fonds de Roulements (BFR) et Trésorerie

2.3.2.1. Définitions :

- ✚ Le fonds de roulement net est la part des ressources stables consacrées par l'entreprise à financer ses actifs courants après avoir assuré le financement des ses emplois stables. Il constitue alors une marge de sécurité financière pour l'entreprise.
- ✚ Le Besoin en Fonds de Roulement est la partie des besoins de financement des emplois cycliques qui n'est pas financé par les dettes courantes.
- ✚ En fin, la trésorerie nette est la résultante du FDR et du BFR.

2.3.2.2. *Calculs :*

Le FDR peut être calculé de deux façons différentes:

Haut du bilan :

$$\text{FDR} = \text{RESSOURCES STABLES} - \text{EMPLOIS STABLES}$$

Bas du bilan :

$$\text{FDR} = \text{ACTIFS COURANTS HORS TRESORERIE} - \text{DETTES COURANTES HORS TRESORERIE}$$

Pour le BFR, il se calcule de la manière suivante

$$\text{BFR} = \text{ACTIFS COURANTS} - \text{PASSIFS COURANTS}$$

La trésorerie nette est donnée par les formules suivantes :

$$\text{TRS} = \text{FDR} - \text{BFR}$$

OU

$$\text{TRS} = \text{ACTIF DE TRESORERIE} - \text{PASSIF DE TRESORERIE}$$

2.3.2.3. *Interprétation :*

✚ Si $\text{FDR} > \text{BFR}$, donc la trésorerie est positive. Elle constitue un excédent de ressources nécessaire pour le financement du BFR, ou qui peut être placé après avoir financé les immobilisations et les BFR, afin d'obtenir une rémunération. Et nous pouvons dire que l'entreprise a une trésorerie florissante.

✚ Si $\text{FDR} < \text{BFR}$, donc la trésorerie est négative. Elle constitue une insuffisance de ressources qui doit être comblée par un crédit bancaire ou autre financement ou financement parallèle.

Tableau n°64: Tableau de calcul FDR, BFR et Trésorerie

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
RESSOURCES STABLES	34 713 363	35 374 834	43 186 470	62 079 476	93 978 974
IMMOBILISATIONS	27 873 750	23 667 500	19 461 250	15 455 000	11 712 500
FONDS DE ROULEMENT (I)	6 839 613	11 707 334	23 725 220	46 624 476	82 266 474
ACIFS COURANTS	-	-	-	-	-
PASSIFS COURANTS	1 709 504	2 106 698	4 786 424	8 868 685	13 642 017
BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT (II)	- 1 709 504	- 2 106 698	- 4 786 424	- 8 868 685	- 13 642 017
TRESORERIE (I)-(II)	8 549 117	13 814 032	28 511 645	55 493 161	95 908 491
VARIATION DE TRESORERIE	-	5 264 915	14 697 613	26 981 516	40 415 330

Sources : calcul personnel du promoteur

Ce tableau nous montre qu'il y a un excédent de ressources car les trésoreries sont toutes positives. Alors nous pouvons affirmer que notre projet a une image fidèle ; donc mérite de s'installer.

2.4. Les critères d'évaluations

Pour notre projet, nous allons choisir les critères d'évaluation :

- La pertinence ;
- L'efficacité ;
- L'efficacité ;
- La durabilité.

2.4.1. La pertinence :

Rappelons que l'objectif de notre projet est de satisfaire les clients en leur donnant des activités de mise en forme comme le fitness et de leur donner une formation. Selon la prévision annuelle de ventes dans cinq ans, la pertinence de notre projet est déjà favorable du fait que presque les 70% de l'objectif sont déjà atteints.

2.4.2.L'efficacité :

Vue la croissance de notre résultat et de nos chiffres d'affaires par an et sans tenir compte des coûts, nous pouvons dire que notre projet est efficace et de plus, nous atteignons le but ou plus particulièrement la rentabilité que nous nous sommes fixés même si les coûts sont élevés.

2.4.3. L'efficience :

L'efficience se réfère au coût rythmé auxquels les interventions sont transformées en résultat. Elle se réfère aussi à l'utilisation optimale des ressources dans la production des outputs. Notre projet est efficace car nous avons une efficacité à résoudre les problèmes des clients locaux avec des coûts moins élevés.

2.4.4. La durabilité :

Pour notre cas, la durée d'utilisation des matériels ne correspond pas à la durée de vie du projet. Elle est de (5) cinq ans. Ainsi, le renouvellement des matériels informatique et les frais de développement sont à prévoir, compte tenu du taux d'amortissement de 33% et 25 % pour ces derniers.

Section 3 : Evaluation sociale

L'évaluation sociale du projet se portera sur la création d'emplois et le développement de la région de Mahajanga (BOINA).

3.1. Création d'emploi

Notre projet créera de nouveaux emplois pour la population locale. D'autres personnes peuvent être recrutées parmi sont les jeunes diplômés locaux. Le personnel administratif est recruté localement comme nous l'avons développé dans le paragraphe de mode de recrutement.

Le chômage est un phénomène tragique sur le plan économique, donc c'est un problème social à résoudre. Pour lutter contre le chômage, l'Etat participe déjà à la création d'emploi en encourageant les investisseurs nationaux ou étrangers à s'investir.

3.2. Développement de la région :

En créant des emplois et en rémunérant le travail effectué, nous contribuerons déjà à l'accroissement des revenus locaux. Nous pouvons dire que notre projet contribue d'une manière importante au développement de cette région à savoir par la création d'emploi, alors le niveau de vie de quelque famille peut s'améliorer en recevant mensuellement cette rémunération.

Section 4 : Impacts du projet

Après avoir analysé la rentabilité et la faisabilité du projet, nous allons voir les impacts de ce projet dans la section suivante.

4.1. Impact économique

Le domaine économique est l'un des plus grands critères d'évaluation, à partir de l'environnement de notre projet. Dans l'étude financière, nous savons que la valeur ajoutée exprime l'apport spécifique de l'activité économique nationale. Elle est fournie par les éléments qui constituent la comptabilité nationale. Et les valeurs ajoutées apportées par chaque entreprise ou entité économique constituent le produit brut et qui permet de déterminer le taux de croissance économique du pays.

De plus, les impôts versés au Trésor public alimentent le budget national et permettent le fonctionnement de l'Etat malgache et celle de la réalisation des programmes de développement de la nation. Ce projet est une source de revenus pour les travailleurs et favorise le développement urbain et rural plus rapide et durable de la région ou zone d'implantation.

4.2. Impact financier

Notre prévision nous donne les revenus apportés aux ménages et à l'Etat sous forme de ristourne. Les revenus sont l'un des facteurs qui permettent d'augmenter le pouvoir d'achat de chaque ménage et lui permet de participer à l'extension de l'emploi des ressources de notre pays pour lutter contre la pauvreté. Nous payerons des ristournes au niveau de la commune pour un budget de fonctionnement ou d'investissement. Il y a également des impôts et taxe.

4.3.

Impacts sociaux

Nous allons participer à l'amélioration du niveau de vie de la population, c'est-à-dire une partie de chômage pourra être résorbée même si le taux de croissance annuel de l'emploi ne correspond pas au taux de croissance démographique. Ainsi, nous contribuons à l'éducation quotidienne des jeunes de pour devenir des citoyens capables de s'adapter et de s'instruire dans la vie.

Section 5. Cadre logique

Le cadre logique comprend généralement l'objectif global, l'objectif spécifique et les résultats attendus.

5.1. Objectifs globaux :

Les objectifs globaux de notre entreprise sont les raisons par lesquelles on a crée la société d'exploitation d'une salle de fitness dans la ville de Mahajanga, région BOINA.

5.2. Objectifs spécifiques :

Ce sont les objectifs spécifiques de l'entreprise, c'est-à-dire pour rembourser les emprunts et d'accaparer des bénéfices.

5.3. Résultats attendus :

Ce sont les résultats attendus afin que l'entreprise soit rentable, profitable et exploitable.

Tableau n°65 : Cadre logique

	Logique d'intervention	IOV	Moyen de vérification	Hypothèses et critiques
Objectifs globaux	Contribuer à l'amélioration du niveau de vie de la population de la région d'implantation du projet.	- Dix chômeurs seront recrutés. - Réduction de la pauvreté	- Rapport des autres projets - Rapport du Ministère de la Population et Lois sociale	- Engagement du promoteur. - La formation des nouveaux employés.
Objectifs spécifiques	Participer à l'accroissement des revenus de la population de la région BOINA.	Au moins 580 personnes sont formées dans la salle de fitness.	- Rapport des autres projets. - Rapport de l'Etat ou le district	L'entreprise continue à fonctionner.
Résultat	- Création de salle de fitness - Diminution du taux de chômage. - Développement économique de la région BOINA. - Rentabilité du projet.	10 chômeurs embauchés. - Part du marché : 65 %. - VAN = 12 402 080 Ar - TRI = 33,11 % - I P = 1,39	- Bon de réception - Rapport d'activité annuelle - Descente sur terrain.	Respect du délai d'exécution.
Activités	- Acquisition des divers matériels - Rémunération du personnel.	Un gérant et 9 subordonnés.	- Bon de réception - Bon de livraison - Bulletin de paie.	- Existence des techniciens compétents - Existence des matériels sur le marché - Consentements des employés.
Intrants	- Organisation institutionnelle - Techniciens spécialisés. - Ressources financières	- Raison sociale - Dix personnels disponibles par service et division	- Brevet de construction - Contrat - Relevés bancaires - Condition préalable	- Ressources, personnes compétentes - Moyens financiers disponibles - Administration publique sensible au déroulement de l'activité.
			Condition préalable	- Personnes ressources compétentes - Moyens disponibles - Administration publique sensible au déroulement des activités.

Source : selon le raisonnement du promoteur

Cette partie a permis de constater que le projet nécessite un grand investissement. Mais elle nous montre aussi les résultats que nous pourrions obtenir. Les études de faisabilité ont démontré que le projet est rentable et ont des impacts positifs, non seulement pour la société mais aussi pour ces communes, pour la région et même pour le pays.

CONCLUSION GENERALE

La recherche que nous avons effectuée dans la région de Mahajanga, plus précisément dans la ville de Mahajanga I, s'est déroulée d'une manière fructueuse et dans un climat de bonne attente avec des clients cibles notamment. Celle dans la ville de Mahajanga I, de part de son climat chaud, son étendu restreinte par rapport à celle d'Antananarivo et d'autres Régions, l'exploitation d'une salle de Fitness y est favorable.

En plus, cette recherche nous avons permis de dégager un certain nombre de problèmes relatifs à la création de ces activités du Fitness dans la région de Mahajanga. Nous avons donc besoins d'investissement pour réaliser ce projet. C'est cette nécessité d'investir qui impose aux calculs et servira comme base du choix définitif pour la création du projet lui-même. Elle dépend de l'évolution de la demande de la région toute entière et de même celle d'autres villes aux alentours de ville de Mahajanga I.

Malgré l'insuffisance de communication et des matériels modernes, l'existence des concurrents dans le site d'implantation nous inciterons quand même de réaliser ce projet car on pourra exploiter leurs faiblesses. Ces problèmes nécessitent des solutions pour pouvoir augmenter la demande en vue d'améliorer les prestations et de permettre au propriétaire d'accroître ses chiffres d'affaires à savoir de développer l'organisation de travail et d'améliorer ou d'accroître la prestation pour avoir des services rendus de très bonne qualité.

La réalisation de ce projet a des impacts positifs sur le plan social, c'est-à-dire que ce projet crée des emplois pour les jeunes dans la ville de Mahajanga I. Et sur le plan économique, il y a l'augmentation des recettes fiscales publiques par le biais des impôts versés. Pour terminer, le besoin d'investissement précède tout calcul économique de rentabilité.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

Blair, S.N. : Kohl, H.W. : Paffenbarger, R.S. Jr. (1992). "How much physical activity is good for health", *Annual Review of Public Health*, no 13, pages 99-126.

Bouchard, C. : Landry, F. : Brunelle, J. : Godbout, P. (1974). *La condition physique et le bien-être*, Québec, éd. du Pélican, 317 pages.

Landry, F. (1975). *Activités physiques et sport pour tous : un bilan des pratiques courantes et de la variété des formules d'incitation proposées en divers pays du monde*, Montréal, Revue

McPherson, B.D. : Curtis, J.E. (1986). *Différences entre les habitudes d'activité physique des Canadiens adultes selon les régions et les types de collectivité*, Ottawa, Enquête condition physique Canada, 51 pages.

Roy, L. (1985). *Le point sur les habitudes de vie : l'activité physique*, Québec, Conseil des affaires sociales et de la famille, 121 pages.

Stephens, T.: Caspersen, C.J. (1994). "The demography of physical activity", dans Bouchard, C.: Shephard, R.J.: Stephens, T., *Physical Activity, Fitness and Health: International Proceedings and Consensus Statement*, Champaign, Human Kinetics, pages 204-213.

Stephens, T.: Craig, C.L. (1990). *Le mieux-être des Canadiens et des Canadiennes : faits saillants de l'enquête Campbell de 1988*, Ottawa, Institut canadien de la recherche sur la condition physique et de mode de vie, 123 pages.

REVUES ET ARTICLES

Haut-commissariat à la jeunesse, aux loisirs et aux sports, Comité d'étude sur la condition physique des Québécois (1974). *Le rapport et les recommandations*, Québec, 303 pages.

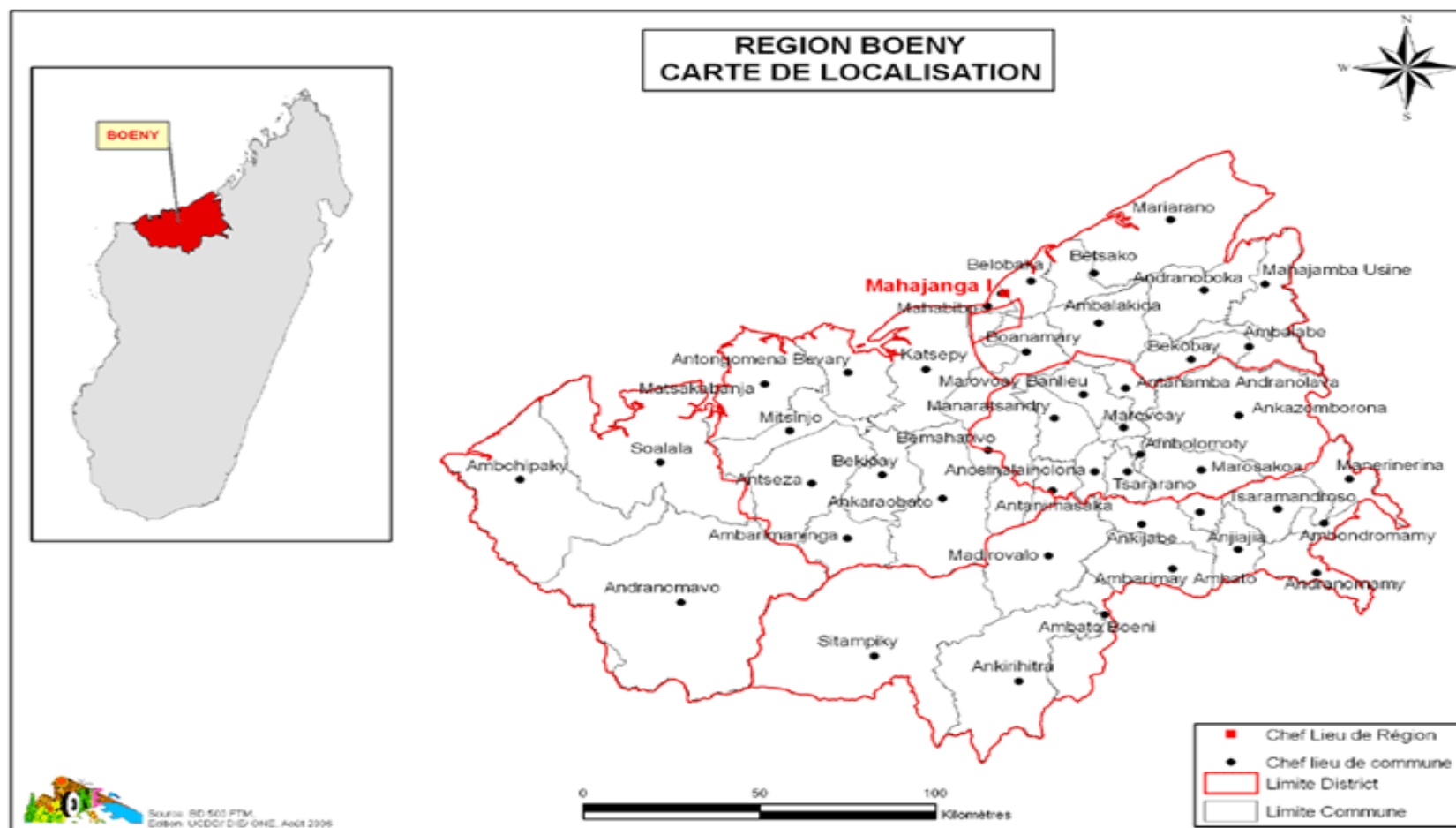
Gouvernement du Canada Enquête condition physique Canada (1983). *Condition physique et mode de vie au Canada*, Ottawa, Condition physique et Sport amateur, 75 pages.

Ministère de la santé et des services sociaux (1992). *La politique de la santé et du bien-être*, Québec, Gouvernement du Québec, 192 pages.

Ministère du loisir, de la chasse et de la pêche (1987). *La pratique de l'activité physique par les Québécois et les Québécoises*, (vol. 1 et 2), Québec, Service de l'analyse et de la recherche socio-économique, vol. 1, 135 pages, vol. 2, 220 pages.

ANNEXES

ANNEXE I : CARTE DE LOCALISATION DE LA REGION DE MAHAJANGA (I)



ANNEXE II
QUESTIONNAIRE
(Auprès des particuliers)

Fiche signalétique

Dénomination sociale

Forme juridique

Adresse

.....

Téléphone :.....

Activités

Quelles sont les prestations de service que vous proposez à vos clients :

Aérobic ☐

Bien – être ☐

Cardio- training ☐

Fitness ☐

Musculation ☐

Autres (à préciser) :.....

Comment offrez vous votre service :

Déterminé à l'avance ☐

Programmé à l'avance ☐

Autres (à préciser) :.....

Quel genre de client vient chez vous :

Associations ☐

Groupement ☐

Particuliers ☐

Touristes ☐

Famille ☐

Amis ☐

Autres (à préciser) :.....

Comment classifiez-vous le prix de vos services :

Selon le type du client ☐

Selon le nombre de visiteurs ☐

Selon les activités choisies par les clients ☐

Fixe ☐

Tous les jours ☐

Chaque semaine ☐

Par mois

Autres (à préciser).....

Avez – vous entendu des prestations de service ?

Oui ☐

Si oui, que pensez – vous cette prestation de service ?

.....
.....
.....
.....

Non ☐

Si non passez à la question suivante

Pensez vous que vos clients pourront s'intéresser à ce prestation ?

Oui ☐

Non ☐

Pourquoi ?

Est-ce que vous êtes prêt à proposer cette prestation de service à vos clients s'il est disponible sur le marché ?

Si non pourquoi

.....
.....

Nous vous remercions vivement de votre collaboration à terme de ce service.

ANNEXE III

Description du vélo elliptique :

Le Proform 450 HR est un elliptique de qualité qui conviendra parfaitement à ceux qui veulent débiter une activité cardio-training dans de bonnes conditions.

- Système de freinage : Magnétique motorisé.
- Résistance : Réglage électronique de la résistance sur 10 niveaux.
- Roue d'inertie : 7 kg pour une bonne fluidité de pédalage.
- Structure / Stabilité : Structure de bonne qualité avec stabilisateurs permettant l'utilisation du vélo sur un sol inégal.
- Console : Ecran LCD avec affichage teinté bleu indiquant simultanément l'ensemble des paramètres nécessaires à un entraînement : plus ludique et plus efficace.
- Prise de pulsation cardiaque : Par capteur tactiles sur les poignées (système EKG).
- Accessoires/Divers : Des roulettes de déplacement permettent de ranger facilement l'elliptique après usage.
- Poids maximal de l'utilisateur : 115 kg

Caractéristiques physiques et techniques :

Longueur : 108 cm, Largeur : 64 cm, Hauteur : 156 cm, Poids : 40 kg, Couleur : Noir et gris

ANNEXE IV

Description de Tapis de course :

Le Treo T208 est un tapis de course possédant un des meilleurs rapports qualité/prix du marché.

- Vitesse : Réglable de 1,5 à 16 km/h par la pression d'une touche de sélection rapide. Cette vitesse conviendra largement à un sportif régulier.
- Puissance : Moteur de 2,65 CV en pointe (1,5 CV en continu) garantissant une course régulière et une durée de vie du tapis plus importante.
- Inclinaison : Inclinaison manuelle réglable facilement de 0 à 6% sur 3 positions.
- Console : 3 écrans LCD Indiquent les informations nécessaires à un entraînement efficace : vitesse, distance parcourue, temps, calories dépensées et rythme cardiaque.
- Programmes : La console contient 4 programmes pré-enregistrés : manuel, intervalles, collines et perte de poids. Ils permettent un entraînement plus efficace et plus varié.
- Prise de pulsations cardiaques : Par capteurs tactiles placés sur les poignées (système EKG).
- Surface de course : 122* 41 cm.
- Poids maximum utilisateur : 113 kg.
- Divers : Tapis pliable pour un encombrement minimum, roulettes de déplacement, 2 porte-bouteilles situés de part et d'autre de la console.

Caractéristiques physiques et techniques :

Longueur : 168 cm, Largeur : 71 cm, Hauteur : 132cm, Poids : 55kg, Couleur : Gris.

ANNEXE V

Description du Rameur :

Le R810 de V-Fit est de retour dans une nouvelle version. A conseiller à ceux qui désirent s'initier au cardio-training avec un rameur qui a fait ses preuves.

- Résistance : Par double cylindres hydrauliques indépendants calibrés à 2,95 kg/cm², réglage de la résistance sur les bras crantés (résistance par réglage haut/bas des cylindres hydrauliques avec attaches papillons).
- Structure / Stabilité : Cadre principal rectangulaire en acier 80 mm / 40 mm avec supports ronds 38 mm, bras de rames ronds en acier 25 mm, chariot de siège en acier monté sur des roulettes en matériau composite (avec roulements à billes pour les roulettes supérieures, bras chromés équipés de poignées en mousse expansée grand confort.
- Confort : Pédales pivotantes surdimensionnées en PVC avec sangles à attache et réglage par scratch, siège avec couverture en PV et rembourrage en mousse expansée forte densité.
- Compteur : Il possède 3 boutons et indique 6 fonctions : estimation des calories (nombre théorique), distance (en km), scan, coups de rames, tempo et chrono (minutes et secondes).
- Poids maximal d'utilisateur : 110 kg

Caractéristiques physiques et techniques :

Longueur : 123 cm, Largeur : 77cm, Hauteur : 23 cm, Poids : 15 kg, Couleur : Noir et Gris.

ANNEXE VI

Description de Stepper :

Le Mini stepper chez Mondial Fitness est l'outil indispensable pour se maintenir en forme au quotidien. Il vous permettra de muscler vos jambes tout en faisant un entraînement cardio-vasculaire efficace.

- Résistance : Par pistons hydrauliques avec pédales dépendantes (quand l'une baisse l'autre monte) assurant un exercice fluide et confortable.
- Confort : Structure compacte en acier avec marches antidérapantes.
- Compteur électronique : Une console indique les informations suivantes : temps écoulé, calories brûlées et nombre de marches.
- Poids : 5 kg

Caractéristiques physique et techniques :

Poids : 5 kg, Couleur : Noir.

ANNEXE VII

Description du Vélo d'appartement :

Focus 408 est un vélo d'appartement ergomètre possédant une console très complète permettant des entraînements optimisés.

- Système de freinage : Electromagnétique garantissant une utilisation silencieuse et précise.
- Résistance : Réglable électronique de 25 à 300 Watts.
- Roue d'inertie : 9,5 kg pour un pédalage fluide et très confortable.
- Console : Ordinateur d'entraînement avec LCD de 7'' retro-éclairé bleu affichant les informations suivantes : temps, distance, vitesse, calories, RPM, Watts et pulsations cardiaques.
- Programmes : 15 programmes, dont 7 programmes de motivation, 2 programmes de jeu, 2 programmes de fréquence cardiaque, 3 programmes personnalisables et 1 programme de contrôle des Watts.
- Prise de pulsations cardiaques : Par capteurs tactiles sur le guidon ou par ceinture cardiaque (disponible en option).
- Structure / Stabilité : Structure solide et stable avec cadre ouvert pour une meilleure accessibilité.
- Confort : Ce vélo est équipé de roulettes de transport, de pédales sanglées et d'un porte-bouteille. Le guidon est inclinable et la selle est réglable verticalement et horizontalement (sur 14 positions).
- Poids maximal d'utilisateur : 130 kg

Caractéristiques physiques et techniques :

Longueur : 102 cm, Largeur : 58 cm, Hauteur : 127 cm, Poids : 40 kg, Couleur : Noir et Gris.

ANNEXE VIII

Description d'un appareil à charge guidée :

La Studio 8000 de DKN est une presse esthétique disposant de nombreuses innovations. Elle réunit des exercices nécessitant habituellement plusieurs appareils.

- Poste d'entraînement : La Studio 8000 permet de réaliser de nombreux exercices en toute simplicité grâce à son système de double poulie, son câble réglable et ses biomécaniques corrigées. Les exercices disponibles sont les suivants : crunch, relevé de jambes, rowing barre, élévation épaule latérale et frontale, tirage vertical, extension jambes, battements de jambes externes et internes, développé épaule assis, tirage menton, tirage prise étroite, flexion jambes et biceps debout. L'attrait principal de cette presse est son butterfly dont les bras convergents suivent les mouvements naturels.
- Confort : Siège multi-positions adaptable à la morphologie de chacun, coussins rembourrés pour un confort maximum.
- Charges maximales : La Studio 8000 dispose d'une charge de 50 kg.
- Accessoires : Un compteur électronique permet de mesurer votre effort pour les différents exercices possibles.

Caractéristiques physiques et techniques :

Longueur : 130 cm, Largeur : 105 cm, Hauteur : 210 cm, Poids : 97 kg, Couleur : Noir et orange.

ANNEXE IX

Description de Banc de musculation :

Un banc très complet, disposant de leg développé, d'une poulie haute et de butterfly. Permettant la réalisation de développés couchés et inclinés.

- Siège : Rembourré, non réglable.
- Dossier : Rembourré pour un plus grand confort, il se règle sur 6 positions, inclinable, déclinable et à plat.
- Chandelles : Elles coulissent et se bloquent à différentes hauteurs, ce qui permet de les adapter pour tous les utilisateurs.
- Stations d'exercices : Développé couché : Permettant un travail des différents faisceaux musculaires. Développés inclinés : en effet ce banc est également inclinable ce qui permet d'effectuer des développés inclinés. Leg développer : Permettent d'effectuer confortablement les exercices pour les quadriceps et les mollets. Butterfly : Permet de travailler efficacement au niveau des pectoraux.
- Structure / Stabilité : Rigide pour une plus grande fiabilité et sécurité.
- Charges maximales : Chandelles 130 kg, Leg développer : 68kg.
- Accessoires / Divers : Poids non inclus. Ce banc est pliable assurant un encombrement minimum.

Caractéristiques physiques et techniques :

Longueur : 212 cm, Largeur : 100 cm, Hauteur : 192 cm, Poids : 60 kg, Couleur : Noir.

ANNEXE X

Description du Banc à abdominaux :

Le Kettler Torso est un banc de musculation fonctionnel, inclinable et pliable. Idéal pour concentrer son entraînement sur le haut du corps.

- Réglage : Banc plat transformable en banc pour le travail avec inclinaison variable (jusqu'à 85°). Utilisé à l'horizontal, il permet d'entraîner la poitrine, les épaules, le dos et les bras avec des haltères. En pliant le pied avant, il est possible d'utiliser le banc pour travailler abdominaux.
- Maintien : Repose-pieds à ajustement individuel.
- Structure : Cadre solide et stable pouvant supporter un poids maximum d'utilisateur de 130 kg.
- Accessoires / Divers : Pliante facilement pour un encombrement minimum.

Caractéristiques physiques et techniques :

Longueur : 140 cm, Largeur : 45 cm, Hauteur : 120 cm, Poids : 21 kg, Couleur : Orange et gris.

ANNEXE XI

Description du Plate forme vibrante :

La Striale Vibra Plate est conseillée à ceux qui veulent découvrir les plates-formes vibrantes sans pour autant faire un investissement trop important.

- Entraînement : Cette plate-forme vibrante permet de travailler l'ensemble du corps dans le cadre d'une utilisation bien être/relaxation ou pour une tonification légère.
- Intensité : Réglable sur 5 niveaux de 30 à 50 Hz, ce qui est adapté à une utilisation fitness ou bien être.
- Console : Réglage du temps d'exercice et de l'intensité des vibrations.
- Surface de la plate-forme : 40 * 30 cm.
- Poids maximum d'utilisateur : 100 kg.

ANNEXE XII

Appareils de Fitness – Cardio training : Vélo Elliptique :

Actions sur votre corps : il travail musculaire ou cardiaque

- o Les zones et muscles qui travaillent le plus :
 - Mollets, Fessiers, Cuisses, Cœur.
- o Les zones et muscles également sollicités :
 - Dos, Epaules, Pectoraux, Bras, Abdominaux.

ANNEXE XIII

Appareils de Fitness – Cardio training : Tapis de Course

Actions sur votre corps : il travail musculaire ou cardiaque

- o Les zones et muscles qui travaillent le plus :
 - Mollets, Fessiers, Cuisses, Cœur

- o Les zones et muscles également sollicités :
 - Dos, Epaules, Pectoraux, Bras, Abdominaux.

ANNEXE XIV

Appareils de Fitness – Cardio training : Rameurs

Actions sur votre corps : il travaille tout le corps ou cœur

Les zones que vous travaillez :

- Epaules, bras, dos, pectoraux, abdominaux, cuisses, mollets, avant/arrière des jambes, cœur.

ANNEXE XV

Appareils de Fitness – Cardio training: Stepper

Actions sur votre corps : il travail du corps ou du cœur

- o Les zones que vous travaillez :
 - Fessiers, Ischio-jambiers, Quadriceps, Mollets, Cœur.

ANNEXE XVI

Appareils de Fitness – Cardio training : Vélo d'appartement

Actions sur votre corps : il travail musculaire ou cardiaque

- o Les zones que travaillez
 - Fessiers, Cuisses, Mollets, Cœurs, Poumons (capacité pulmonaires), Articulation (souplesse articulaire).

- o Les zones et muscles également sollicités :
 - Hanches, Bras.

ANNEXE XVII

Appareils de musculation : Appareils à charge guidée

Actions sur votre corps : il fait la préparation physique intensive

o Les zones que vous travaillez :

- Fessiers, Cuisses, Mollets, Grand droit (tablette de chocolat), Obliques, Pectoraux, Dorsaux, Triceps, Quadriceps, Bras.

ANNEXE XVIII

Appareils de musculation : Banc de musculation

Actions sur votre corps :

il peut sculpter son corps :

- o Les zones que vous travaillez :
 - Bras, Abdominaux, Cuisses, Epaules.

- o Les zones et muscles également sollicités :
 - Dos, Fessiers.

ANNEXE XIX

Appareils de musculation : Bancs à abdominaux

Actions sur votre corps :

o Il peut sculpter son ventre maintenir son Dos :

Sangle abdominale, Grands obliques, Petits obliques, Transversaux, Maintient des lombaires

ANNEXE XX

Appareils de musculation : Plateformes vibrante ou oscillantes

o Actions sur votre corps

- Tout les muscles, selon l'exercice, Réduction des tissus adipeux, Réduction de la cellulite, Augmentation de la masse musculaire, Augmentation de la souplesse musculaire, Fabrication d'hormones, Augmentation de la circulation sanguine, Flexibilité des articulations, Drainage lymphatique, production de collagène.

ANNEXE XXI

Appareils de fitness - bien-être : Wellbox

Actions sur votre corps :

Il est votre nouvel expert de l'endermologie à domicile

o Les zones que vous traitez :

- Actions sur toutes les zones (visage, cou, jambes, bras, ventres, fesses...), Réduction des capitons, Réduction de la cellulite, Adoucit la peau, Remodelage des tissus conjonctifs, Raffermit la peau du visage, Réduction des rides et ridules.

ANNEXE XXII

Appareils de fitness - bien-être : Cellu tapping pro 3

Actions sur votre corps :

Le cellu tapping pro 3 est un appareil de massage complet :

- o Les zones que vous travaillez
 - Articulations, Jambes, Tensions musculaires, Circulation sanguine, Graisses localisées et cellulite, Douleurs cervicales, lombaires, Cuisses, hanches, ventre, Paumes des mains et des pieds (reflexologie).

ANNEXE XXIII

Appareils de fitness - bien-être : Balance impédancemétrique

Actions sur le corps :

On peut connaître son corps

- o Apprenez en plus en savoir sur :
 - Votre poids, La masse grasseuse, Masse osseuse, Pourcentage d'eau.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS

LISTE DES ABREVIATIONS

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES FIGURES

INTRODUCTION..... 1

PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET 3

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET 4

Section 1 : Historique du projet..... 4

1.1. Historique du Fitness à Madagascar..... 4

Section 2 : Caractéristiques du projet envisagé 5

2.1. Description du projet..... 5

2.1.1. Activités du fitness 5

2.1.1.1. Activités traditionnelles..... 5

2.1.1.2. Activités complémentaires..... 6

2.1.1.3. Activités annexes..... 6

2.1.2. Fiche signalétique du projet..... 6

2.1.3. Contexte et justification 6

2.1.3.1. Condition socio-économique 7

2.1.3.2. Condition géographique et écologique 7

2.1.3.3. Justification 7

2.2. Historique de la localité..... 8

2.2.1. La migration	8
2.2.2. Population	8
Section 3 : Généralité sur le projet	9
3.1. Etude géographique	9
3.1.1. Délimitation	9
3.1.2. Etude physique	9
3.1.3. Etude démographique et socio- économique	10
3.1.3.1. Etude démographique et socio- culturel	10
3.1.3.2. Etude socio- économique	10
3.2. Lieu d'implantation	11
3.2.1. Site du projet	11
3.2.2. Faune et flore	11
3.2.2.1. Agriculture	11
3.2.2.2. Elevage	12
3.2.2.3. Pêche	12
3.2.3. Autres secteurs d'activités	12
3.2.3.1. Artisanat	12
3.2.3.2. Commerce	12
Section 4 : Caractéristiques du projet	13
4.1. Nature du projet	13
4.2. Buts et objectifs du projet	13
4.2.1. Buts visés	13
4.2.2. Objectifs du projet	14
4.2.2.1. Objectifs globaux	14
4.2.2.2. Objectifs spécifiques	14
4.3. Intérêts du projet	14
4.3.1. Intérêts du promoteur	15
4.3.2. Intérêts des agents économiques	15

CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE VISE ET ASPECT MARKETING 17

Section 1 : Etude du marché..... 17

1.1. Description du marché..... 17

1.1.1. Part du marché visé 17

1.1.2. Localisation du marché visé..... 18

1.1.3. Capacité du marché visé 19

1.2. Analyse de la demande..... 19

1.2.1. Position de la demande 19

1.2.2. Besoins des clients 20

1.2.3. Estimation de la demande 20

Section 2 : Analyse de l'offre et de la concurrence..... 21

2.1. Analyse de l'offre..... 21

2.1.1. Caractéristiques de l'offre 21

2.1.2. La clientèle cible..... 23

2.2. Analyse de la concurrence 23

2.2.1. Les concurrents directs 24

2.2.2. Concurrents indirects..... 24

2.2.3. Forces et faiblesses des concurrents 24

Section 3 : La Politique et Stratégie marketing à adopter..... 26

3.1. Stratégie de diversification 26

3.1.1. Stratégie PUSH..... 26

3.1.2. Stratégie PULL 27

3.2. La Politique marketing à adopter..... 27

3.2.1. Marketing mix..... 27

3.2.1.1. Politique de produit ou prestation..... 28

3.2.1.1.1. Caractéristiques du produit..... 28

3.2.1.1.2. La qualité du produit..... 28

3.2.1.1.3. Nom du produit 28

3.2.1.2. Politique de prix..... 29

3.2.1.2.1. Notion de prix 29

3.2.1.2.2. Principes..... 29

3.2.1.2.3. Fixation du prix	30
3.2.1.3. Politique de la publicité	30
3.2.1.3.1. Définition de la publicité.....	30
3.2.1.3.2. Caractéristiques de la publicité.....	31
3.2.1.3.3. Types d'objectifs publicitaires.....	31
3.2.1.4. La politique de promotion	32
3.2.1.4.1. Les caractéristiques de la promotion.....	32

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE..... 34

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION ENVISAGEE..... 35

Section1 : Identification des matériels.....	35
1.1. Bâtiment	35
1.1.1. Caractéristiques du bâtiment	35
1.1.2. Les salles existantes	35
1.2. Les caractéristiques de bureau et informatiques	36
1.3. Mobiliers de bureau.....	36
1.4. Matériel informatique	37
1.5. Matériels sportifs.....	37
1.5.1. Description des matériels sportifs	37
1.5.2. Caractéristiques des matériels sportifs.....	41
1.5.2.1. Appareils de Fitness « Cardio-training »	41
1.5.2.1.1. Vélo Elliptique	41
1.5.2.1.2. Tapis de Course	41
1.5.2.1.3. Rameur	41
1.5.2.1.4. Stepper.....	42
1.5.2.1.5. Vélo d'appartement.....	42
1.5.2.2. Appareils de musculation	42
1.5.2.2.1. Appareils à charge guidée.....	42
1.5.2.2.2. Banc de musculation	42
1.5.2.2.3. Bancs à abdominaux	43
1.5.2.2.4. Plateformes vibrante	43

1.5.2.3. Appareils de fitness - bien-être	43
1.5.2.3.1. Wellbox.....	43
1.5.2.3.2. Cellu tapping pro 3	44
1.5.2.3.3. Balance impédancemétrique.....	44
Section 2 : Techniques d'apprentissage envisagée	45
2.1. Les cours théoriques	45
2.1.1. Conditions morales	45
2.1.2. Condition physique	45
2.1.3. Formation préliminaire sur l'emploi des matériels sportifs	45
2.2. Applications pratiques	46
2.2.1. Les équipements de fitness	46
2.2.2. Les stages de fitness.....	46
2.2.3. Compétition	46
2.2.3.1. La compétition Body Fitness	46
2.2.3.2. La compétition Fitness	47
CHAPITRE II : CAPACITE D'ACCEUIL ENVISAGEE	48
Section 1 : Evolution des chiffres d'affaires envisagées	48
1.1. Evolution des chiffres d'affaires.....	48
1.1.1. Vente des prestations de la première année.....	48
1.1.2. Ventes des cinq premières années	49
1.2. Prévision des dépenses	51
1.2.1. Prévision des dépenses en fournitures de bureau et informatiques de la première année.....	51
1.2.2. Prévision des dépenses de fournitures.....	51
Section 2 : Aspects quantitatifs et aspects qualitatifs.....	52
2.1. Aspects qualitatifs.....	52
2.1.1. La qualité de prestation	52
2.1.2. La variabilité de prestation	52
2.2. Aspects quantitatifs.....	52
2.2.1. Fréquence de prestation.....	53

2.2.2. Résultats financiers.....	53
2.3. Les types de prestation.....	53
2.3.1. Les unités de prestation de service	54
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE	55
Section 1 : Organigramme envisagé.....	55
1.1. Organigramme envisagé.....	55
1.2. Formation du personnel.....	56
1.3. Motivation du personnel	57
Section 2 : Organisation du travail.....	57
2.1. Organisation juridique	57
2.2. Organisation fonctionnelle.....	58
Section 3 : Chronogramme.....	59
3.1. Etude descriptive	59
3.2. Durée de réalisation	60
3.3. Calendrier de réalisation	61
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET.....	62
CHAPITRE I : LES INVESTISSEMENTS ET LES COMPTES DE GESTION	63
Section 1 : Nature et coûts des investissements	63
1.1. Immobilisations	63
1.1.1. Les immobilisations incorporelles.....	63
1.1.2. Les immobilisations corporelles.....	64
Section 2 : Fonds de Roulement Initial	66
Section 3 : Plan de financement.....	68
3.1. Paramètres considérés.....	68
3.2. Tableau de financement	69
Section 4 : Tableau des amortissements	69

Section 5 : Tableau de remboursement des dettes.....	72
Section 6 : Comptes de gestion	73
6.1. Compte des charges	73
6.2. Récapitulation des charges	76
6.3. Compte de produit	77
 CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE ET ANALYSE DE RENTABILITE	 79
 Section 1 : Compte de résultat prévisionnel.....	 79
1.1. Le compte de résultat par nature et par fonction.....	79
 Section 2 : plan de trésorerie	 83
Section 3: Bilans prévisionnels.....	84
Section 4: Tableaux de Flux de Trésorerie.....	89
 CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET	 92
Section 1 : Evaluation financière	92
1.1. La valeur actuelle nette (VAN).....	93
1.1.1. Définition.....	93
1.1.2. Formule	93
1.1.3. Interprétation.....	93
1.1.4. Calcul de la VAN	94
1.2. Le taux de rentabilité interne (TRI).....	95
1.2.1. Définition.....	95
1.2.2. Formule	95
1.2.3. Interprétation.....	95
1.2.3.1. Règles de décision.....	96
1.2.4. Calcul du TRI	96
1.3. L'indice de profitabilité (IP)	97
1.3.1. Définition.....	97
1.3.2. Formule.....	97
1.3.3. Interprétation.....	98
1.3.4. Calcul.....	98

1.4. Le Délai de Récupération des Capitaux Investis (DRCI)	99
1.4.1. Définition.....	99
1.4.2. Formule	99
1.4.3. Interprétation.....	99
1.4.4. Calcul.....	100
 Section 2 : Evaluation économique	101
2.1. La valeur ajoutée	101
2.2. Analyse par ratio	102
2.2.1. Contribution facteur travail à valeur ajoutée	102
2.2.2. Le rendement apparent de main d'œuvre.....	102
2.2.3. Rentabilité financière.....	103
2.2.4. Ratios de structure	103
2.3. Seuil de rentabilité, fonds de roulement et besoin en fonds de roulement.....	104
2.3.1. Seuil de rentabilité (SR)	104
2.3.1.1. Définition.....	104
2.3.1.2. Calcul	104
2.3.2. Fonds de roulement Net (FDR), Besoin en Fonds de Roulements (BFR) et Trésorerie.....	105
2.3.2.1. Définitions	105
2.3.2.2. Calculs.....	106
2.3.2.3. Interprétation.....	106
2.4. Les critères d'évaluations	107
2.4.1. La pertinence	107
2.4.2. L'efficacité.....	107
2.4.3. L'efficience	108
2.4.4. La durabilité.....	108
 Section 3 : Evaluation sociale.....	108
3.1. Création d'emploi.....	108
3.2. Développement de la région.....	109

Section 4 : Impacts du projet.....	109
4.1. Impact économique.....	109
4.2. Impact financier.....	109
4.3. Impacts sociaux	110

Section 5. Cadre logique.....	110
5.1. Objectifs globaux.....	110
5.2. Objectifs spécifiques	110
5.3. Résultats attendus	110

CONCLUSION.....	113
------------------------	------------

BIBLIOGRAPHIE	114
----------------------------	------------

ANNEXES

TABLE DES MATIERES