

## SOMMAIRE

**LISTES DES TABLEAUX**

**LISTES DES FIGURES**

**INTRODUCTION**

*Partie 1 : Identification du projet*

*Chapitre I : Présentation du projet*

*Section 1 : Historique du projet*

*Section 2 : Caractéristique du projet*

*Chapitre II – Etude de marché visé*

*Section 1 : La description du marché*

*Section 2 : Analyse de l'offre*

*Section 3 : Analyse de la demande*

*Section 4 : Analyse de la concurrence*

*Section 5 : Stratégie et Politique marketing envisagée*

*Chapitre III : Théorie générale sur outils, les critères d'évaluation et des structures financières*

*Section 1 : Les outils d'évaluation du projet*

*Section 2 : Les critères d'évaluation du projet*

*Section 3 : Les structures financières*

*Partie 2 : Conduite du projet*

*Chapitre I : Technique de réalisation*

*Section 1 : Les ressources à mettre en place*

*Section 2 : La caractéristique de l'approvisionnement*

*Chapitre II : Capacité de réalisation envisagée*

*Section 1 : Les différents facteurs de réalisation*

*Section 2 : Les dépenses en matières premières*

*Section 3 : Préviation sur le service envisagé : (en nombre)*

*Chapitre III : Etude organisationnelle*

*Section 1 : Structure organisationnelle*

*Section 2 : Organisation du travail*

*Section 3 : Chronogramme*

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

*Partie 3 : Etude financière du projet*

*Chapitre I : Coût d'investissement et compte de gestion*

*Section 1 : Le coût des investissements*

*Section 3 : Tableau de remboursement des dettes*

*Section 4 : Plan de financement*

*Section 5 : Les comptes de gestion*

*Chapitre II : Analyse de la rentabilité et étude de la faisabilité*

*Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité:*

*1.1- Le compte prévisionnel de trésorerie mensuelle*

*1.2-Les ratios*

*1.3-La rentabilité*

*Section 2 : Plan de trésorerie:*

*Section 3 : Marge brute d'autofinancement:*

*Section 4 : Bilan prévisionnel*

*Chapitre III : Evaluation du projet*

*Section 1 : Evaluation économique*

*Section 2 : Evaluation financière*

*Section 3 : Evaluation sociale*

**Conclusion générale**

**Bibliographie**

## **LISTES DES TABLEAUX**

<b>Tableau N°01 : Répartition de la superficie par district</b>	<b>10</b>
<b>Tableau N°02 : Répartition de la population de la région Sava</b>	<b>14</b>
<b>Tableau N° 03 : Part du marché visé</b>	<b>19</b>
<b>Tableau N°04 : Nombre des clients prévisionnels de la région par mois</b>	<b>20</b>
<b>Tableau N°05 : Evaluation prévisionnelle de la demande dans la région</b>	<b>21</b>
<b>Tableau N°06 : Le frais pratiqué par concurrent</b>	<b>23</b>
<b>Tableau N° 07 : Le frais des concurrents en dehors de la région</b>	<b>24</b>
<b>Tableau N°08 : Profils exigés pour le recrutement du personnel</b>	<b>37</b>
<b>Tableau N°09 : Liste des matériels</b>	<b>38</b>
<b>Tableau N°10 : Dépense sur chaque unité de réalisation (En Ariary)</b>	<b>41</b>
<b>Tableau N°11 : Achat prévisionnel pour l'année 1 (en millier d'Ariary)</b>	<b>42</b>
<b>Tableau N°12 : Achat prévisionnel sur 5 ans (en millier d'Ariary)</b>	<b>43</b>
<b>Tableau N°13 : Prestation de service réalisé pour la première année (en nombre)</b>	<b>44</b>
<b>Tableau N°14 : Les prévisions des services sur 5ans</b>	<b>44</b>
<b>Tableau N°15 : Chiffre d'affaires prévisionnels pour l'année 1</b>	<b>45</b>
<b>Tableau N°16 : Chiffre d'affaires prévisionnels sur années 2 et 3</b>	<b>45</b>
<b>Tableau N°17 : Chiffre d'affaires prévisionnels sur années 4 et 5</b>	<b>46</b>
<b>Tableau N°18 : Calendrier d'activité</b>	<b>50</b>
<b>Tableau N°19 : Matériels et mobiliers de bureau (en Ariary)</b>	<b>52</b>
<b>Tableau N°20 : Coût des matériels informatiques (en Ariary)</b>	<b>53</b>
<b>Tableau N°21 : Récapitulation des immobilisations et investissement (en Ariary)</b>	<b>54</b>
<b>Tableau N°22 : Salaire avec les charges y afférant (en Ariary)</b>	<b>55</b>
<b>Tableau N°23 : Prévision de salaire du personnel sur 5ans (en Ariary)</b>	<b>55</b>
<b>Tableau N°24 : Les autres charges prévisionnelles pour l'année 1</b>	<b>56</b>
<b>Tableau N°25 : Les autres charges prévisionnelles sur cinq ans</b>	<b>56</b>
<b>Tableau N°26 : Tableau des amortissements (en Ariary)</b>	<b>57</b>
<b>Tableau N°27 : Tableau de remboursement des dettes (en Ariary)</b>	<b>59</b>
<b>Tableau N°28 : Tableau de financement (en Ariary)</b>	<b>60</b>
<b>Tableau n°29 Le compte prévisionnel de trésorerie mensuelle:</b>	<b>63</b>
<b>Tableau N°30 : Calcul des ratios</b>	<b>66</b>
<b>Tableau N°31 : Résultats de la rentabilité (en %)</b>	<b>68</b>
<b>Tableau N°32 : Plan de trésorerie sur 5ans (en Ariary)</b>	<b>69</b>

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

<b>Tableau N°33 : Calcul de MBA (en Ariary)</b>	<b>70</b>
<b>Tableau N°34 : Bilan prévisionnel année 1 (en Ariary)</b>	<b>71</b>
<b>Tableau N°35 : Bilan prévisionnel année 2 (en Ariary)</b>	<b>71</b>
<b>Tableau N°36 : Bilan prévisionnel année 3 (en Ariary)</b>	<b>72</b>
<b>Tableau N°37 : Bilan prévisionnel année 4 (en Ariary)</b>	<b>72</b>
<b>Tableau N°38 : Bilan prévisionnel année 5 (en Ariary)</b>	<b>73</b>
<b>Tableau N°39 : Présentation de calcul de la VAN</b>	<b>75</b>
<b>Tableau N°40 : Présentation de calcul de TRI</b>	<b>76</b>
<b>Tableau N°41 : Présentation de calcul de DRCI</b>	<b>77</b>

## **LISTES DES FIGURES**

<b>Figure n° 1 : Politique de distribution</b>	<b>26</b>
<b>Figure n° 2 : Caractéristiques d'approvisionnement</b>	<b>39</b>
<b>Figure n° 3 : Organigramme choisi</b>	<b>48</b>

## **INTRODUCTION**

Dans le cadre de sa politique générale de réduction de la pauvreté, le Gouvernement malgache s'est fixé comme objectif de stimuler la contribution croissance du secteur tourisme au développement économique et social du pays. Cet objectif est bien justifié vu la sous-exploitation de ce secteur par rapport aux atouts du pays.

Plusieurs mesures ont été entreprises par les autorités depuis une décennie en faveur du développement du tourisme à Madagascar : création du comité national pour le développement du tourisme et de la « Maison du tourisme de Madagascar », la sortie du code du tourisme, la libéralisation du trafic intérieur, régional et international, l'assouplissement de l'obtention des visas d'entrée et la réhabilitation des infrastructures d'accueil comme l'aéroport, parcs, sites, agences de voyages,..., la mise en place des réserves foncières pour la sécurisation des investisseurs. En plus, le nombre de touristes visitant Madagascar ne cesse d'augmenter depuis une dizaine d'années. La contribution du secteur tourisme au niveau économique et social est assez conséquence. Cependant, les études effectuées jusqu'à aujourd'hui n'ont pas encore permis de connaître le degré de satisfaction des touristes à l'issue de leur séjour. Elément déterminant, pourtant, quant à l'avenir du tourisme à destination de Madagascar.

Dans ce contexte, le Ministère du Tourisme avec l'appui de l'Union Européenne avaient confié au Projet Madio II la réalisation d'une enquête « Tourisme 2000 » en vue de connaître l'appréciation des touristes national et international concernant les produits, prestations et services qui leur sont offerts durant leur séjour au cour de leur voyage.

Actuellement, reconnaissant qu'un secteur des transports efficient est indispensable pour le développement de toutes les activités économiques, le gouvernement envisage d'adopter des politiques qui permettront de réhabiliter en priorité le réseau de transport ayant des impacts directs sur le développement des activités économiques d'une région à l'aide de la création des petites et moyennes entreprises notamment comme les agences de voyages qui sont d'un facteur de développement rapide et durable de la région.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

C'est la raison pour laquelle nous avons choisi un thème de mémoire intitulé « ***Projet de création d'une agence de voyage dans la ville d'Antalaha : Région Sava*** »

L'objet de ce thème consiste à réaliser en priorité les objectifs sociaux dans la ville d'Antalaha puis la croissance économique de la région SAVA à partir de la création d'une agence de voyage en vue de relancer aussi la filière tourisme. Pour ce dernier, il s'agit de « promouvoir le tourisme pour la lutte contre la pauvreté » portant les conditions listées ci-dessus :

- Promouvoir un développement touristique qui protège l'environnement,
- Faire du secteur tourisme un levier de développement durable aux bénéfices direct pour les communautés villageoises,
- Assainir et augmenter les recettes du tourisme auprès de tous les acteurs concernés,
- Développer les infrastructures en viabilisant et rentabilisant les zones ciblées,
- Encourager la création d'emplois durable dans les secteurs touristiques.

Comme intérêt, il demeure dans le fait que ce projet de création d'une agence de voyage dans la ville Antalaha favorise le développement sur le plan du tourisme. Il permettra au gérant propriétaire d'augmenter son chiffre d'affaires, de disposer un établissement de haut standing intéressant dans la ville d'Antalaha, d'assurer le besoin des clients et de la population dans la région. Le projet crée aussi des emplois pour les jeunes dans la ville d'exploitation. Enfin, d'après les études de faisabilité menées pour l'évaluation du projet, malgré sa taille, si les prévisions étaient bonnes qu'on les prévoie, le projet profite à la fois pour son promoteur et pour ses clients. Parce que pour pouvoir réaliser les chiffres d'affaires prévisionnels qui sont très importants, les clients doivent être bien servis dans un délai meilleur. Ce qui fait la réputation du projet entraînant ainsi le développement de ses activités.

Quand à la méthodologie d'approche, nous avons adopté pour la recherche d'une méthode de questionnaire vis-à-vis des clients et l'Air Madagascar dans la ville d'Antalaha, région de SAVA en vue de maîtriser le marché en matière de tourisme, également pour maîtriser la création et la bonne gestion du projet. Ensuite, nous avons profité de consulter les ouvrages bibliographiques disponibles auprès du Ministère de Commerce, et du Ministère de Culture et de Tourisme pour mieux comprendre la situation des agences de voyage dans la grande île et aussi

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

les normes internationales en matière du Tourisme. Enfin, nous avons consulté aussi les documents auprès de l'INSTAT à Anosy pour savoir plus la situation géographique de la région.

Pour terminer, nous allons donner ci- dessous le plan de mon travail qui comprend trois (3) parties :

- La première partie intitulée « *l'Identification du projet* » va essayer de présenter successivement la présentation du projet en ce qui concerne l'historique et la caractéristique du projet comme la nature, le but et l'objectif de ce projet, et les intérêts envers les agents économiques. Ensuite, nous étudierons le marché visé surtout l'analyse de l'offre et de la demande, la politique et la stratégie marketing envisagées du projet. Enfin, nous allons voir la théorie générale sur les outils, les critères d'évaluation, et sur les structures financières.
- La deuxième partie réservée à « *la Conduite du projet* » et comprend de la technique de réalisation c'est-à-dire que les différentes ressources à mettre en place (humaines, financiers et matérielles) et la caractéristique de l'approvisionnement à adopter. Ensuite, nous parlerons de capacité de réalisation envisagée comme les différents facteurs de réalisation à mettre en place, les services envisagés, les dépenses en matières premières et la prestation de service prévisionnel avec les chiffres d'affaires correspondantes. Enfin, nous présenterons l'organigramme proposé et la description des principales tâches de chaque responsable au sein du projet.
- La troisième partie parlera « *l'Etude financière du projet* ». Elle comprend trois chapitres à savoir le montant des investissements et le compte de gestion, c'est à dire qu'il faut mettre en place tout d'abord les immobilisations nécessaires notamment les infrastructures et investissements envisagés, les charges sur salaires prévisionnels du projet et les autres charges. Ensuite, nous analyserons la rentabilité et la faisabilité du projet à l'aide des formules des structures financières citées dans la troisième chapitre de la première partie de mon travail. Enfin, nous évaluerons le projet à l'aide des outils, les critères d'évaluation à la première partie de ma recherche.

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



## CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET :

Dans ce chapitre, nous présenterons successivement l'historique et la caractéristique du projet envisagé.

Voyons tout d'abord l'historique du projet.



### Section 1 : Historique du projet :

L'historique concerne surtout la situation géographique de la région de SAVA, environnement socio-économique, et enfin les principales activités du projet dans la région d'exploitation.

#### 1.1- Généralité sur la situation géographique de la région :

La région SAVA se trouve dans le nord-est de Madagascar, entre 13°80 et 16° de latitude sud et 49°20 et 50°20° de longitude Est. Elle s'étend sur une superficie de 33.577 km<sup>2</sup> (selon les données fournies par le CFSIGE) soit environ 4 % du territoire national et 54,8 % de la province d'Antsiranana à laquelle elle est administrativement rattachée. La région est limitée à l'Est par l'océan indien, au nord par le district d'Antsiranana II, à l'ouest par les districts d'Ambilobe et de Bealanana et au sud par les confins de la province autonome de Tamatave et de la baie d'Antongil. La région SAVA regroupe les districts de Sambava, Antalaha, Vohémar et Andapa.

Nous allons présenter dans le tableau ci-après la répartition de la superficie par district.

Tableau N°01 : Répartition de la superficie par district :

Districts	Superficie (km <sup>2</sup> )	%
Sambava	5.034	20,9
Antalaha	5.842	24,2
Vohémar	8.988	37,2
Andapa	4.285	17,7
<b>TOTAL</b>	<b>24.149</b>	<b>100,00</b>

Source : RGPH 1993-projection 1999 DDS

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

D'après ce tableau, nous avons constaté que trois districts occupent presque la totalité de la région, les superficies de Sambava, Antalaha, Vohémar et Andapa représentent respectivement 20,9 %, 24,2 %, 37,2 %, 17,7 % de l'ensemble du territoire.

- ***Relief et paysages :***

La zone nord-est de Madagascar constitue un ensemble massif qui est marqué par le contact rapide et brusque entre les hautes terres et la mer. Du point de vue géomorphologique, le région juxtaposé des formes variées : volcaniques, quartziques et cristallines.

Les principales unités de relief sont les suivantes :

-les reliefs du socle : ils correspondent essentiellement à des unités tectoniques spécifiques. Les mouvements tectoniques et orogéniques affectant la masse continentale, suivis par des volcanismes répétitifs de la fin du territoire et du quartenaire ont mis en place des reliefs de types variés : plateau, horst, graben. Ainsi, les failles ont découpé cette région en blocs massifs vigoureusement disséqués par l'érosion. Le plateau de Makira et la presqu'île de Masoala sont des horsts encadrant le graben de la baie d'Antongil.

-les bassins sédimentaires : cette zone se caractérise par le contact socle sédimentaire. Le volcanisme y a fait apparaître de nombreux lacs et dépressions. La cuvette d'Ankaibe s'étend largement et offre d'excellente zone de cultures de rente.

-la côte : il s'agit des côtes à haute falaise marine à plus de 1.500m d'altitude se localisant au niveau du Cap Masoala et de la baie d'Antongil. C'est là où le plateau continental prend une extension importante couvrant 2.750 km<sup>2</sup> et 25 miles de large. Le Cap Masoala est entouré de nombreux îlots. La côte est parsemée de bourrelets dunaires et des végétations adaptées aux milieux côtiers tropicaux. De maigres mangroves sont localisées dan de rares endroits.

- ***Géologie :***

On distingue deux grandes catégories de terrains à savoir le terrain sédimentaire et le terrain cristallin. Les terrains sédimentaires sont formés principalement par des apports fluviaux et éoliens. Ces terrains relativement récents se sont emboîtés dans dès couches plus anciennes et qui constituent la plus grande partie d'une étroite plaine côtière. Cette plaine, constituée de terrains sédimentaires repose en grande partie sur un socle précambrien. Et les terrains cristallins

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

sont formés de différents types de roches (granites, gabbros, migmatites) qui se sont formées à la surface où à l'intérieur de la terre quand elles sont d'origine volcanique.

Le passage fréquent de violents cyclones et l'abondance des pluies favorisent le phénomène érosif et changent souvent les paysages cristallins en reliefs accidentés.

- ***Climat :***

Le climat est de type tropical chaud et humide caractérisé par deux saisons distinctes : saison chaude qui va d'octobre en avril, caractérisée par des pluies abondantes et des températures élevées et saison fraîche allant de mai en septembre. Les quatre districts disposent chacun d'une station météorologique, située à l'aéroport et dont la création remonte à la période coloniale. Ces stations ont servi aux mouvements des avions français de cette époque. La station d'Andapa se trouve à 475m d'altitude. Celles de Sambava, d'Antalaha et de Vohémar sont justes au dessus du niveau de la mer à 5 ou 6m d'altitude. Ces 4 stations, en général en bon état de fonctionnement sont conjointement exploitées par la météorologie nationale et le service de la Navigation Aérienne et aussi par l'ADEMA pour le cas unique Sambava.

- ***Température :***

A cause de la forte humidité atmosphérique et des précipitations abondantes et continues, les moyennes de températures sont quasi-identiques tout le long de la côte. Prenons comme exemple au district d'Antalaha, la température varie entre 21,9°C à 26,6°C, annuelle est de 24,4°C. Cette température s'élève à 24,7°C pour l'année 2002. La température annuelle est très remarquable pour le district de Vohémar par rapport aux autres districts dans la région SAVA car elle s'élève à 25,2°C.

- ***Pluviométrie :***

La zone d'Antalaha, Sambava et une partie de Vohémar est caractérisée par une forte pluviométrie d'une moyenne annuelle de plus de 2.000 mm, une absence de mois véritablement sec et un faible déficit de saturation (3 à 5 mm).

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

La zone d'Andapa se distingue par un micro climat entre le climat de la côte Est et des haut plateau avec toutefois une pluviométrie moyenne annuelle élevée de 1.800 mm en 130 jours.

La zone nord de la Sava, Vohémar est caractérisée par une précipitation moyenne annuelle de 940 mm.

- ***Les vents :***

La façade nord-est, comme dans l'ensemble de la côte orientale est fortement exposée en permanence aux hautes pressions localisées au sud des Mascareignes. Elle est influencée par les vents d'Est humides, l'alizé « Varatraza », prédominant pendant pratiquement toute l'année. Les vents d'Ouest « Talio » apparaissent beaucoup moins fréquemment.

- ***Cyclones :***

De 1985 à 2002, neuf cyclones tropicaux ont traversé la région de la SAVA dont la plus intense est le cyclone tropical HUDAH qui a détruit la ville d'Antalaha à 90 %.

- ***Sols et végétations :***

Le littoral est caractérisé par des sols peu évolués alluviaux plus ou moins hydromorphes et moyennement organiques. Les terres alluvionnaires silico-argileuses sont favorables aux cultures diversifiées. Au niveau de l'estuaire de la LOKY (Vohémar) sont rencontrés des sols salés et des mangroves. Dans les zones de reliefs forestières multifaces, au niveau de Vohémar et à l'ouest de Sambava et d'Antalaha s'étend une large bande de sols ferralitiques et ferrugineux tropicaux peu évolués.

Au niveau du massif de Tsaratanana est localisée une zone alluviale quaternaire et un bourrelet dunaire, quaternaire dans l'extrême sud, ainsi que des épanchements essentiellement basaltiques du tertiaire et du quaternaire.

Il faut noter qu'au centre de la cuvette d'Andapa, les terrains d'alluvions argileuses demeurent hydromorphes et nécessitent une maîtrise du drainage.

### ***1.2-Environnement socio-économique :***

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

L'environnement socio-économique concerne social et économique de la région d'exploitation du projet.

**1.2.1-Environnement social :**

L'environnement social concerne l'être humain et son environnement : il s'agit des caractéristiques démographiques, des infrastructures sociales de base, de l'éducation et de la santé.

❖ **Démographie :**

Nous allons présenter dans le tableau ci-après la répartition de la population selon la classe d'âges de la population dans la région Sava (projection par groupe d'âges de la population en 2004).

**Tableau N°02 : Répartition de la population de la région Sava :**

<b>Rubriques</b>	<b>Classe d'âges</b>	<b>Effectif</b>
Homme	Moins de 6 ans et plus de 59 ans	205.000
Femme	Moins de 6 ans et plus de 59 ans	240.000
<b>TOTAL</b>		<b>445.000</b>

*Source : INSTAT / DDSS*

**1.2.2-Environnement économique :**

❖ **Infrastructures de base :**

La région Sava possède des hôpitaux comme CHD 1 (centre hospitalière de District de niveau 1), CHD 2, poste sanitaire public et privé (CSB II), école primaire, CEG publique et privée, Lycée, des hôtels Restaurants. Pour l'année scolaire 2004-2005, dans l'ensemble de la région, les taux de réussite étaient respectivement de 67,70 % pour le CEPE, de 22,15 % pour le BEPC. Ces taux s'améliorent comparés ceux de l'année scolaire 2003-2004 parce que le CEPE était de 54,02 %, et le BEPC était de 17,44 %. Nous avons remarqué aussi que l'insuffisance des matériels pédagogiques constitue entre autre l'une des difficultés rencontrées par plusieurs écoles dans la région.

Pour les services fonctionnels, il existe de téléphone comme orange et celtel, BLU (11,6 %), eau courante potable (09,3 %), eau courante société privée (09,70 %), couverture Radio nationale (83 %), Télévision nationale (20,6%), Régionale (20,1 %), marché de bovins (13,60

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

%), électricité du réseau national (6,3 %), des hôtels (70,8 %), sports et loisirs, culture (17,9 %), bâtiments de culture religieux (45,60 %).

❖ *Agriculture, pêche et élevage :*

Pour l'agriculture, les principaux secteurs de production de la région sont de riz, manioc, maïs, arachide et de vanille et de girofle. La plupart de la population dans la région Sava cultive des vanilles et girofles.

Pour la pêche et élevage, la proportion des communes est de 15,24 % pour l'élevage et de 45,45 % pour la pêche.

***1.3-Les principales activités :***

En tant qu'une entreprise de prestation de service, elle cherche de profit et de bénéfice sur les activités réalisées dans la ville d'Antalaha. Pour cela, elle assure le service envers les clients comme la réservation et organisation des circuits. Elle propose aussi aux clients autres services comme l'envoi des colis pour l'itinéraire d'Antalaha à Antananarivo, Antalaha à Tamatave, Antalaha à Maroantsetra.

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

La caractéristique du projet dépend de la fonction, de type d'activités choisies. Dans notre cas, les activités principales sont basées sur la prestation de service dans la ville d'Antalaha. Donc, la caractéristique que nous développerons maintenant est la nature, le but, l'objectif et l'intérêt du projet envers les agents économiques dans la région d'exploitation.

***2.1-Nature du projet :***

En tant que le projet est une entreprise de prestation de service, il a des objectifs spécifiques pour ses activités. Donc, il cherche de bénéfice car il assure les services proposés par les clients à l'aide d'une marge sur les billets qui s'élève à 10 à 15 % du frais. Alors, le projet a de nature commerciale.

***2.2-But et objectif :***

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

L'objectif principal du projet est de devenir une grande entreprise dans la région Sava en matière de prestation de service. Pour ce faire, nous avons besoin de stratégies comme la reconnaissance des clients potentiels surtout les opérateurs économiques de la région. Ces stratégies nous permettent d'améliorer d'une façon rapide la tenue de la trésorerie de l'entreprise. En outre, en tant que projet à but lucratif, le but est la croissance du chiffre d'affaires en vue d'accroître les investissements dans la filière tourisme car si ce projet est rentable, nous pouvons conquérir le marché dans la région SAVA et le propriétaire peut s'investir autre chose, et d'étendre par la suite le projet partout dans la province d'Antsiranana toute entière.

***2.3-Intérêt du projet :***

La création du projet dans la ville d'Antalaha, région SAVA entraîne une évolution non seulement sur le plan économique et social mais aussi pour les agents économiques de la région. Pour cela, ce projet permet :

- pour les clients, d'obtenir de la satisfaction vis-à-vis des services offerts,
- pour les fournisseurs, d'accroître sa vente, et son chiffre d'affaires,
- pour l'Etat, d'augmenter sa caisse à l'aide du paiement des droits, des taxes et impôts comme, la TVA, l'IRSA,
- pour les jeunes de la région et de district, la création d'emploi pouvant diminuer le taux de chômage et les actes de banditismes.

***2.4-Fiche signalétique***

A la cinquième année d'exploitation (Année 5), la prestation de service envisagée est de 1.600 billets vendus.

Voici la fiche signalétique :

- Nom de la société : VANILLA VOYAGES
- Adresse du siège social : ANTALAHA
- Objet de la société : Agence de Voyages
- Forme juridique : Entreprise individuelle
- Date de création : Année 1
- Coût du projet : 4.210.000 Ariary
- Part du promoteur : 910.000 Ariary

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

- Effectif du personnel : 6
- VAN : 4.094.803 Ariary
- TRI : 57,07%
- DRCI : 1 an et 18 jours
- IP : 1,97

**CHAPITRE II – ETUDE DU MARCHE VISE :**



*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Dans ce chapitre, nous présenterons tout d'abord la description du marché notamment le domaine d'exploitation du projet et la part du marché visé. Ensuite, nous analyserons la situation de l'offre locale et de la demande dans la région Sava et en dehors de cette région c'est-à-dire les régions dans la province d'Antsiranana. Enfin, nous déterminerons la politique marketing et stratégies à adopter.

Voyons tout d'abord la description du marché.

***Section 1 : La description du marché :***

La description du marché cible nous amène à étudier les points suivants :

- le domaine d'exploitation du projet,
- la part de marché visé

Nous allons donc voir successivement le domaine d'exploitation et la part de marché visé du projet dans la région d'exploitation.

***1.1-Domaine d'exploitation du projet :***

Le domaine d'exploitation du projet se trouve dans la ville d'Antalaha, région Sava. Ce choix n'est pas le fait du hasard car il n'y a pas encore d'une agence de voyage qui fait ce genre d'activités dans cette région. L'Air Madagascar seulement assure tous les services de la région. Pour cela, l'établissement des billets et l'enregistrement sont assurés en même temps par l'Air Madagascar dans la région de Sava. Donc, les passagers rencontrent de problème pour la réservation car ils sont obligés de déplacer à l'Aéroport au lieu de faire une réservation dans le centre ville d'Antalaha. En effet, il vaut mieux créer ce projet en vue de résoudre ce problème en réservant ou en payant le frais dans la ville d'Antalaha.

***1.2-La part du marché cible :***

Dans notre cas, le projet vise jusqu'à 80 % du marché dans la région d'exploitation car le concurrent est l'Air Madagascar seulement. Cela explique que ce dernier occupe environ à 20 % du marché global sur un service d'une agence de voyage. Et pour satisfaire le besoin des clients, ce projet propose aussi aux clients des voyages par terre à l'aide de 4 x 4. Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-dessous la comparaison du marché.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Tableau N° 03 : Part du marché visé :**

<b>Services</b>	<b>Part du marché</b>	<b>Observations</b>
Notre projet par rapport à la région Sava	80 %	Réservation et établissement des billets, voyages par terre à l'aide de 4 x 4.
Le concurrent par rapport à la région Sava	20 %	Réservation et établissement des billets.

D'après ce tableau, nous constatons que notre projet domine en accaparant jusqu'à 80 % du marché global dans la région Sava sur la réservation et établissement des billets. Cela explique que le concurrent occupe 20 % seulement. Donc, le marché est encore très vaste.

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

L'analyse de l'offre est un élément essentiel dans une étude du marché car le prix dépend de la qualité service offert pour les clients. Et si l'offre augmente, le prix diminue. En revanche, si l'offre diminue, bien évidemment le prix sur le marché augmente. Pour mener bien à cette étude, il faut admettre que l'offre peut être considérée comme l'ensemble de biens et/ou de services déterminés que toute entreprise souhaite écouler. Donc, cette analyse nous permet d'estimer l'offre locale de la région et d'étudier la clientèle cible dans la région d'exploitation en vue de maîtriser le marché visé.

***2.1- Qualité et quantité de service à offrir :***

Selon une enquête effectuée dans la région SAVA, nous avons constaté que le marché est encore vaste notamment en matière de service touristique comme l'activité d'une agence de voyage. Cette enquête nous permet de savoir aussi la situation de l'offre locale en matière de prestation de service. Pour cela, nous avons remarqué que l'Air Madagascar seulement assure la réservation et l'établissement des billets des passagers dans la ville d'Antalaha qui entraîne le retard sur l'enregistrement et embarquement. En effet, c'est les passagers qui subissent la conséquence de l'inexistence des agences de voyages dans la ville d'Antalaha.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Bien évidemment, la qualité de service est insuffisante vu la quantité des passagers. Dans ce cas, il vaut mieux pour eux de mettre en place une agence de voyage pour soulager le problème des passagers dans la ville ou bien dans la région SAVA toute entière.

**2.2-Clientèle cible :**

La clientèle cible est la population locale, les agents économiques, à savoir des fournisseurs, les agents de services publics et privés, les opérateurs économiques dans la région. Le tableau ci-après nous présente le nombre prévisionnel des clients cibles dans la région SAVA.

**Tableau N°04 : Nombre des clients prévisionnels de la région par mois**

<b>Rubriques</b>	<b>Clients</b>	<b>Clients douteux</b>	<b>TOTAL</b>
Fournisseurs	95 ou 3,78 %	55 ou 2,99 %	150
Opérateurs économiques	86 ou 3,42 %	44 ou 2,38 %	130
Agents de services publics et privés	980 ou 39,03 %	158 ou 8,55 %	1 138
Population locale	1 350 ou 53,77 %	1 590 ou 86,08 %	2 940
<b>TOTAL</b>	<b>2 511</b>	<b>1 847</b>	<b>4 358</b>

A l'égard de ce tableau, nous avons constaté que le nombre des clients prévisionnels s'élève à 4 358. Pour cela, les clients douteux sont de 42,38 % par rapport aux clients fidèles de notre agence de voyage.

**Section 3 : Analyse de la demande :**

Pour maîtriser le marché, il est nécessaire d'analyser la situation actuelle de la demande. Cette analyse nous permet de connaître le volume de la demande, le besoin des clients cibles. Pour ce faire, nous évaluerons ci-après la quantité en nombre de la demande puis le besoin des clients cibles dans la région.

Voyons tout d'abord l'évaluation de la demande dans la région.

*Rapport-gratuit.com*   
**3.1- Evaluation de la demande dans la région :**

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Dans la région SAVA, la plupart de la population a l'habitude de faire un voyage par avion car les routes sont non seulement en mauvaise état mais aussi lamentable. Dans ce cas, les peuples rencontrent de problème sur la réservation de place car seul l'Air Madagascar assure en même temps la réservation et l'établissement des billets. Cette situation favorise le retard de départ à chaque vol. Et selon des entretiens effectués auprès le responsable de l'Air Madagascar dans la ville d'Antalaha, nous avons constaté que les demandeurs ne cessent d'augmenter au cours des trois dernières années. Nous allons donc présenter dans le tableau ci-après les situations globales de la demande au cours des 2003, 2004, et 2005.

**Tableau N°05 : Evaluation prévisionnelle de la demande dans la région :**

Rubriques	Par Avion			Par terre		
	03	04	05	03	04	05
Sambava	3 252	3 260	3 250	2 450	2 540	2 810
Antalaha	3 380	3 802	3 372	2 370	2 386	2 560
Vohémar	3 259	3 540	3 354	3 102	3 240	3 462
Andapa	1 902	1 964	3 605	3 410	3 205	3 760
<b>TOTAL</b>	<b>11 793</b>	<b>12 566</b>	<b>13 581</b>	<b>11 332</b>	<b>11 370</b>	<b>12 592</b>

*Rapport-gratuit.com*  
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MEMOIRE 

D'après ce tableau, nous avons constaté que la demande ne cessait d'augmenter soit par avion et soit par terre au cours des trois années dernières. Cette augmentation est de 1 222 personnes par rapport à l'année 2004 pour le voyage par terre. Et nous avons aussi remarqué que l'augmentation de la demande est très faible de l'année 2003 par rapport à l'année 2004. En revanche, cette augmentation est très remarquable pour le voyage avion (2004-2005).

Abordons maintenant le besoin des clients cibles.

### **3.2- Le besoin des clients cibles :**

Le besoin des clients cibles varie selon leurs catégories. Dans notre cas, il existe deux types des clients, à savoir de :

- clients fidèles : ayant l'habitude de faire un voyage par avion,

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

- et clients douteux : ayant de doute à cause de fais.

En principe, ces deux catégories de clients cherchent parmi les services offerts donnant de satisfaction. Lorsque le service offert délivre effectivement leur besoin qu'il attendait, la satisfaction naîtra automatiquement et motivera de consulter une agence. Donc, il est nécessaire de chercher le niveau de satisfaction élevé car même les clients satisfaits peuvent se révéler infidèles si la performance des services est diminuée. En revanche, les clients très satisfaits sont moins enclin au changement si leur besoin demandé est effective. Alors, la manière la plus sûre de mesurer le réel impact de la satisfaction de la clientèle est de mesurer sa satisfaction vis-à-vis des services offerts par les concurrents sur le marché.

***Section 4 : Analyse de la concurrence :***

Analyser la concurrence présuppose l'étude successive de concurrent dans la région d'exploitation et ceux en dehors de cette la région.

Voyons tout d'abord le concurrent dans la région d'exploitation.

***4.1-Le concurrent dans la région d'exploitation:***

Dans la région d'exploitation, comme nous avons déjà expliqué ci-dessus, il n'y a qu'un seul concurrent qui assure le service d'une agence de voyage, à savoir de l'Air Madagascar. Cela explique que l'Air Madagascar assume en même temps la réservation et l'établissement des billets des passagers. Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-après le frais pratiqué par le concurrent dans la région d'exploitation.

**Tableau N°06 : Le frais pratiqué par concurrent :**

<b>Rubrique</b>	<b>Trajet</b>	<b>Frais</b>	<b>% des commerciaux</b>
Air Madagascar	Antalaha- Antananarivo	279.500,00	3 %
	Antalaha- Toamasina	203.000,00	2,5 %
	Antalaha- Maroantsetra	70.000,00	2 %

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Ce tableau nous présente les trajets existants, les tarifs et la part des commerciaux sur le service effectué. Et nous avons remarqué que le trajet Antalaha- Antananarivo est plus cher par rapport aux autres trajets.

Abordons maintenant les concurrents en dehors de la région.

***4.2-Les concurrents en dehors de la région :***

En dehors de la région SAVA, il existe beaucoup des concurrents, voire même dans la ville d'Antsiranana et au chef lieu de région Analanjirofo. Dans cette ville, deux agences de voyages assurent la réservation et l'établissement des billets des passagers. Par contre, le problème persiste dans la ville de Fenerivi-est, c'est-à-dire que l'Air Madagascar seulement assume la réservation et l'établissement des billets des clients. Donc, pour avoir plus de renseignement, nous présenterons dans le tableau ci-après le frais pratiqué par les concurrents en dehors de la région d'exploitation du projet.

**Tableau N° 07 : Le frais des concurrents en dehors de la région :**

<b>Rubriques</b>	<b>Trajet</b>	<b>Frais</b>	<b>Commission de l'agence</b>
Nord Agence	Antsiranana- Antananarivo	300.000,00	10 %
	Antsiranana- Sambava	278.000,00	10 %
Malaky Voyage	Antsiranana- Antananarivo	300.000,00	8 %
Air Madagascar	Antsiranana- Antananarivo	270.000,00	-
	Antsiranana- Sambava	250.000,00	-

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

D'après ce tableau, nous avons constaté que la commission pratiquée par Nord voyage est plus chère que Malaky voyage. Pour cela, cette commission s'élève respectivement de 10 % et de 8 %. Et si les clients contactent directement l'Air Madagascar, ils obtiennent une réduction jusqu'à 10 %. Donc, au lieu de payer Ar 300.000,00, les clients paient Ar 270.000,00.

***Section 5 : Stratégie et Politique marketing envisagée :***

L'analyse de stratégie et politique marketing améliore la position de l'entreprise sur le marché. Donc, nous devons étudier successivement ci-après la stratégie à adopter et le marketing-mix.

***5.1-Stratégie marketing à suivre :***

Comme stratégie, nous allons adopter deux types de stratégie ; à savoir :

- la stratégie push
- la stratégie pull

Voyons tout d'abord la stratégie push.

***5.1.1-La stratégie push :***

La stratégie push consiste à faire pousser les produits ou les services vers les clients, c'est-à-dire que le projet assure la présentation des produits ou des services auprès des clients. Elle s'appuie essentiellement sur les avantages offerts aux clients.

Abordons maintenant la stratégie pull.

***5.1.2-La stratégie pull :***

La stratégie pull en contraire consiste à faire demander les services par les clients. Les éléments moteurs principaux sont la politique de communication notamment la promotion.

En principe, les stratégies pull sont plus avantageuses pour la publicité de service dans la région d'exploitation, dans la mesure où elles donnent une plus grande indépendance vis-à-vis des clients mais elles ne sont pas toujours applicables soit parce qu'elles exigent des gros moyens financiers soit parce qu'elles poussent certaine qualité des services. Pour cela les clients font une grande confiance à l'agence pour guider son choix.

***5.2-Le marketing-mix :***

Dans notre cas, nous envisageons déjà comment améliorer la qualité et la quantité des services. Nous déterminerons aussi la meilleure qualité de service, son prix, sa distribution, sa communication et sa promotion pour atteindre les objectifs visés sur le marché.

***5.2.1-Politique de service :***

Elle a pour objectif d'améliorer la position de l'entreprise et de la relation privilégié envers les clients en vue d'obtenir un maximum de chiffre d'affaires. En tant qu'une entreprise de prestation de service, il est indispensable de mettre en place une marque commerciale pour le

projet en vue de faciliter le service de publicité. Donc, la marque commerciale joue un rôle très important car elle permet d'identifier le service et sert de base aux actions publicitaires du projet.

En plus de cela, le projet doit tenir compte de l'image de marque de ses services. Si l'image de marque est prestigieuse, ce projet ne pourra pas commercialiser leurs services à bas prix pour ne pas risquer de ternir son image. Ce qui explique l'utilisation de sous marque pour élargir la vente à des nouvelles couches de clientèle.

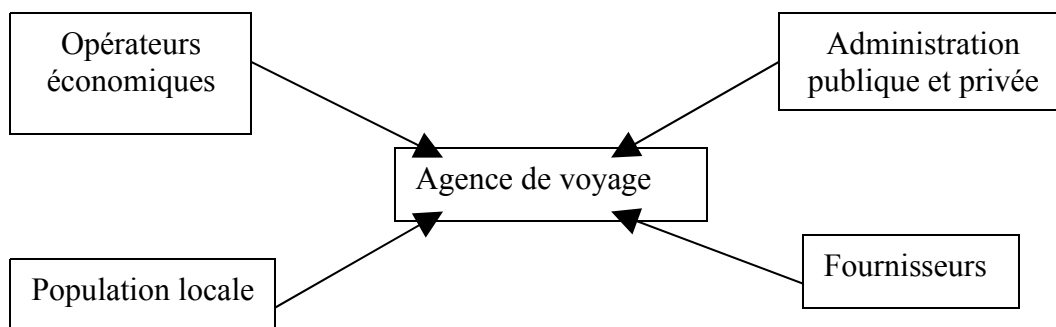


**5.2.2-Politiques de prix :**

La politique de prix est en fonction de pourcentage pratiqué par le concurrent. Mais, dans la ville d'Antalaha, il n'y a pas encore d'une agence de voyage. Cela veut dire que le concurrent du présent projet est l'Air Madagascar. Dans ce cas, la commission des commerciaux est en fonction de la convention de la société.

**5.2.3-Politique de distribution :**

Nous utiliserons la stratégie intensive pour toucher le maximum de clients. C'est un circuit de distribution directe.



**Figure n° 1 : Politique de distribution**

Ce schéma nous présente la politique de distribution appliquée par l'agence vis-à-vis des clients. Cela explique que les clients attirent par les services de l'agence.

**5.2.4-Politique de communication et de promotion :**

La communication concerne l'ensemble des actions permettant de faire connaître le service au public. Pour cela, l'objectif général de la communication est de créer les conditions favorables entre l'agence et les clients. D'une manière générale, l'agence peut vendre un service

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

sans publicité mais jamais sans communication. Alors, il existe d'autre moyen de communication que la publicité proprement dite. C'est la satisfaction des clients qui ont déjà visité le service forme une autre communication.

Et la promotion, c'est l'ensemble des efforts déployés d'une part pour organiser et pour conduire les campagnes de vente, d'autre part pour stimuler les clients vers l'agence. Donc, la promotion a pour rôle de mettre en contact permanent, par le biais d'un canal, l'entreprise et sa clientèle en communiquant un message ; c'est l'information. Alors, nous utiliserons comme moyens de la promotion, c'est la réduction de commission à 5 % si les clients sont plus de deux personnes.

En outre, nous utiliserons aussi le système de cadeaux, c'est-à-dire qu'une fois un client fait de réservation auprès de l'agence, elle donne en même temps un produit qui porte l'emblème de l'entreprise. Ce produit doit être un stylo, le briqué, et le porte-clé. Ces cadeaux forment aussi une communication entre les clients et l'agence.

### **CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS, LES CRITERES D'EVALUATIONS ET DES STRUCTURES FINANCIERES :**

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

##### ***1.1- Valeur actuelle nette :***

### **1.1.1- Définition :**

La valeur actualisée nette (VAN) est représentée par la différence entre la somme des marges brutes d'autofinancement actualisé et la somme des capitaux investis actualisés.

### **1.1.2- Formule :**

$$VAN = \sum MBA (1 + i)^j - C$$

### **1.1.3- Interprétation :**

La valeur actualisée nette peut être positive, nulle ou négative

Si  $VAN = 0$ , cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé « t ».

Si  $VAN > 0$ , cela veut dire que la rentabilité est supérieure aux taux exigé « t ».

Si  $VAN < 0$ , cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé « t ».

Le critère de la valeur actualisée nette comme critère de choix ne peut être reconnu que si les capitaux investis dans plusieurs projets sont identiques ou si les capitaux mis à la disposition de l'entreprise sont illimités, dans le cas contraire il faut utiliser un critère relatif comme la taux de rentabilité interne (TRI), ou l'indice de profitabilité (IP), ou le délai de récupération des capitaux investis (DRCI).

## **1.2- Taux de rentabilité interne :**

### **1.2.1- Définition :**

C'est le taux d'actualisation qui donne une valeur nette actualisée VAN égale à zéro ou IP égale à 1.

### **1.2.2- Formule :**

$$\sum MBA (1 + i)^j - C = 0$$

**1.2.3- Interprétation :**

Le taux de rentabilité interne peut être supérieur à  $t$ , égale à  $t$  ou inférieur à  $t$ .

Si  $i > t$ , cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé «  $t$  »

Si  $i = t$ , cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé «  $t$  »

Si  $i < t$ , cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé «  $t$  »

**1.3- Indice de profitabilité :**

**1.3.1- Définition :**

L'indice de profitabilité est représenté par le rapport entre la somme des marges brutes d'autofinancement actualisé et la somme des capitaux investis actualisés.

**1.3.2- Formule :**

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

**1.3.3- Interprétation :**

L'indice de profitabilité peut être supérieur à 1 ou égale à 1 ou inférieur à 1.

Si  $IP > 1$ , cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé «  $t$  »

Si  $IP = 1$ , cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé «  $t$  »

Si  $IP < 1$ , cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé «  $t$  »

**1.4- Le délai de récupération des capitaux investis :**

**1.4.1- Définition :**

Le délai de récupération des capitaux investis est représenté par le temps au bout duquel le cumul des marges brutes d'autofinancement est égal au montant du capital investi.

**1.4.2- Formule :**

$$\sum \text{MBA} (1 + i) = C$$

**1.4.3- Interprétation :**

Les deux investissements celui qui est le moins risqué et celui qui présente le délai plus court.

**Section 2 : Les critères d'évaluation du projet :**

**2.1-La pertinence :**

Ce projet se rapporte exactement une évolution pour la population de la région d'exploitation non seulement sur le plan social et les agents économiques mais aussi sur le plan de l'économie de la région, et de même de notre pays en général.

**2.2-L'efficacité du projet :**

Notre projet est efficace si on atteint les objectifs sans réduire les moyens utilisés. Donc, l'efficacité, c'est qui produit l'effet attendu de la population dans la région d'exploitation du projet. La cause de l'efficacité est la cause véritable et unique d'un phénomène, sa valeur est une grandeur périodique et se calcule comme la racine carrée de la moyenne des carrés des valeurs instantanées de cette grandeur durant une période prévue du projet.

**2.3-L'efficience :**

Notre projet est efficient si on atteint les objectifs avec la réduction des moyens utilisés c'est à dire qu'on minimise les matériels à utiliser mais la capacité de production ou rendement est performante. Donc, l'efficience, ce qui aboutit à de bons résultats en réduisant les moyens ou les matériels utilisés.

**2.4-La durée de vie du projet :**

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Si le projet est rentable, nous pouvons élargir la durée d'exploitation et de créer un autre investissement à d'autres choses. Mais, pour le moment, la durée prévue est de cinq ans à condition que ce projet soit rentable de façon efficace et efficiente au cours de l'exploitation.

***2.5-L'impact du projet :***

Si le projet est rentable, il y a des impacts non seulement au point de vue de la population mais aussi sur le plan économique et social de la région d'exploitation, et aussi dans notre pays en général.

***Section 3 : Les structures financières :***

***3.1-Les ratios :***

La lecture des ratios permet d'analyser d'une façon expressive la situation financière de l'entreprise, des activités de rendement de la société considérée, la choix à opérer du point de vue auquel on se place chez l'entreprise, le banquier, créancier.

***3.1.1-Définition :***

Sur le plan économique, le ratio est le rapport entre deux phénomènes financiers économiques liés par une relation caractéristique.

Sur le plan entrepris, le ratio est le rapport expressif entre des données caractéristiques de la situation du potentiel de l'activité ou de rendement de la société.

***3.1.2-Formules :***

○ ***Ratio de financement permanent :***

$$\text{RFP} = \frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Actifs nets}}$$

- **Ration d'autonomie financière :**

$$\text{RAF} = \frac{\text{Capitaux propres}}{\text{Capitaux permanents}}$$

- **Ratio de financement des immobilisations :**

$$\text{FFI} = \frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Immobilisations nettes}}$$

- **Ratio d'endettement à long terme :**

$$\text{RELT} = \frac{\text{Dettes à LMT}}{\text{Capitaux permanents}}$$

### **3.1.3- Interprétation :**

Ce ratio de financement permanent doit être supérieur à 1, ce qui traduit l'existence de fonds de rotation. Donc, le ratio est satisfaisant.

Ce ratio d'autonomie financière indique dans quelle mesure l'entreprise travaille avec son fond propres et exprime le degré d'indépendance vis à vis des créanciers permanents, les banquiers.

Donc, si le ratio est supérieur à 0,50 cela veut dire que l'entreprise est indépendante financièrement de ce créancier et dispose d'une possibilité complémentaire de fonctionnement par emprunt.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Si le ratio de financement des immobilisations est supérieur à 1, cela veut dire que l'entreprise peut financer les immobilisations.

Pour le ratio d'endettement à long terme normalement ; si l'entreprise fonctionne de façon rentable, il n'y a plus de dettes à partir de la troisième année d'exploitation.

**3.2- La rentabilité :**

Pour avoir une rentabilité de projet, la rentabilité commerciale doit être supérieure à 10 % et le rendement de l'activité doit être aussi supérieur à 50 %.

***Formules et interprétations :***

***a) Rentabilité commerciale***

$$\text{RC} = \frac{\text{Résultat net}}{\text{Capitaux permanents}}$$

***Interprétation :***

Si ce rapport est supérieur à 10 %, l'activité est rentable.

***b) Rentabilité des capitaux investis :***

$$\text{RCI} = \frac{\text{Bénéfice net}}{\text{Capitaux permanents}}$$

***Interprétation :***

Si le rapport est supérieur à 10 %, les capitaux investis sont récupérés à la 2<sup>ème</sup> année ou à la 3<sup>ème</sup> année d'exploitation.

***c) Rentabilité de rendement propre :***

$$\text{RDRP} = \frac{\text{Capacité d'autofinancement}}{\text{Capitaux permanents}} \quad 34$$



*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

***Interprétation :***

Si ce rapport est supérieur à 20 %, l'activité est rentable et peut augmenter les capitaux investis à d'autres choses.

# **DEUXIEME PARTIE**

## **CONDUITE DU PROJET**

## CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION

Dans ce chapitre, nous parlerons des ressources nécessaires à mettre en place telles que les ressources humaines, financières et matérielles au sein du projet. Ensuite, nous allons étudier la caractéristique de l'approvisionnement telle que la méthode d'achat de matières à adopter et le critère d'évaluation de stocks à appliquer

Voyons tout d'abord les ressources à mettre en place.



### *Section 1 : Les ressources à mettre en place :*

Avant de démarrer les activités, nous avons besoin de mettre en place les moyens nécessaires notamment sur le plan humain, financier et matériel. Pour ce faire, le responsable est obligé de faire un recrutement au sein de l'agence puis on investira sur les matériels.

#### *1.1-Ressources humaines :*

Tout d'abord, nous allons mettre en place en priorité les ressources humaines, c'est-à-dire que le responsable recrutera les personnels nécessaires à chaque poste de travail au sein de l'entreprise. Ce recrutement est deux phases pour les postes de responsabilité (entretien par voie orale et par écrit) comme le responsable administratif et financier et le responsable commercial. Au niveau de chaque poste de travail, il est nécessaire de placer les personnels dans les conditions favorables à un travail efficiente, efficace et fiable, de concevoir le poste de travail de manière à éviter tout gaspillage de temps. Pour cela, les personnels se composent d'un gérant propriétaire, d'un responsable administratif et financier, d'un responsable commercial, d'un ou une secrétaire, deux commerciaux, d'un gardien. Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous les profils exigés pour le recrutement au sein du projet sauf le gérant propriétaire.

#### *Gérant :*

- Avoir le diplôme de maîtrise en gestion : option marketing,
- Maîtrise de l'outil informatique,
- 2ans d'expérience dans un poste similaire,
- Sens de l'organisation et de leadership,
- Méthodique.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Tableau N°08 : Profils exigés pour le recrutement du personnel**

<b>Poste</b>	<b>Profil</b>
Responsable administratif et financier	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Avoir le diplôme de bacc+ 3 en gestion (option : finances et comptabilité),</li> <li>-3ans d'expérience au minimum,</li> <li>-Maîtrise parfaite de l'outil informatique,</li> <li>-Maîtrise des logiciels sages SAARI, ou ciel compta,</li> <li>-Avoir un sens de l'organisation, dynamique.</li> </ul>
Responsable Commercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Avoir le diplôme de Bacc + 3 au minimum, section commerciale,</li> <li>-2ans d'expérience dans un poste similaire,</li> <li>-Capable de diriger les commerciaux,</li> <li>-Avoir le sens de négociation, un sens de responsabilité et d'organisation.</li> </ul>
Commerciaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Avoir le diplôme de bacc+2, section commerciale,</li> <li>-2 ans d'expérience dans un poste similaire,</li> <li>-Avoir la capacité de négociation,</li> <li>-Maîtrise de l'outil informatique notamment logiciels Gescom, dynamique.</li> </ul>
Secrétaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Avoir le diplôme de Bacc au minimum,</li> <li>-2 ans d'expériences dans un poste similaire,</li> <li>-Maîtrise parfaite de Français, l'anglais sera un atout,</li> <li>-Maîtrise de l'outil informatique surtout Word et Excel, dynamique.</li> </ul>
Gardien	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Avoir le diplôme de CEPE au minimum,</li> <li>-4ans d'expérience dans un poste similaire,</li> <li>-Connaissance en arts martiaux sera un atout,</li> <li>-Dynamique, Honnête.</li> </ul>

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Ce tableau nous présente les profils exigés à chaque poste de travail au cours de recrutement du personnel du projet.

**1.2-Ressources financières :**

Ce chapitre traite la capacité en ressources financières pour le financement du projet. Ces ressources sont constituées en partie par les apports mis à la disposition du gérant propriétaire. Une autre partie sera constituée par un emprunt contracté auprès d'un organisme financier comme la banque ou autre institution financière. Cette partie relative aux ressources financières sera analysée de façon approfondie dans la troisième partie de notre recherche.

**1.3-Ressources matérielles :**

Après le recrutement et la recherche de financement auprès de la banque, nous avons besoin aussi des matériels nécessaires pour avoir le bon fonctionnement du projet. Nous donnerons dans le tableau ci-après la liste des matériels essentiels du projet.

**Tableau N°09 : Liste des matériels**

<b>Rubriques</b>	<b>Nombre</b>
<b><i>Matériels et mobiliers de bureau :</i></b>	
-Table de bureau	04
-Table ordinateur	03
- Armoire	01
- Chaises	08
- Chaises de visiteurs	02
- Machine à calculer	01
<b><i>Matériels informatiques :</i></b>	
- Ordinateur	02
- Imprimante	01
- Onduleur	01

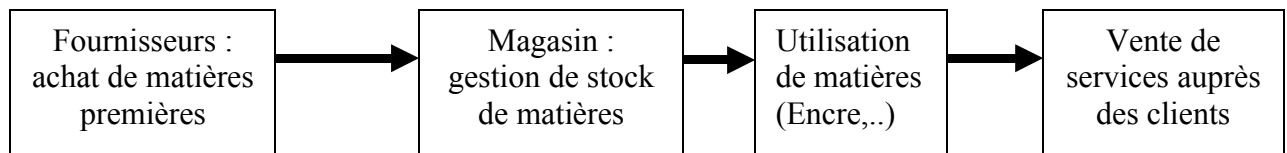
Ce tableau nous présente la liste de matériels nécessaires pour le projet. Pour cela, les matériels informatiques sont en état neuf. Et le quart de matériel et mobilier de bureau est apporté du promoteur.

**Section 2 : La caractéristique de l'approvisionnement :**

La fonction de l'approvisionnement comporte deux activités, à savoir :

- l'achat de matières premières,
- et la gestion de stock en magasin.

Nous allons donc présenter ci-dessous sous forme de schéma la fonction de l'approvisionnement de l'agence.



**Figure n° 2 : Caractéristique d'approvisionnement**

**2.1-La méthode d'achat de matières premières à adopter :**

L'achat de matières premières est effectué par mois dans capitale d'Antananarivo ou bien dans la capitale de Betsimisaraka pour éviter les dépenses. Dans ce cas, la stratégie est de choisir un fournisseur des fournitures et mobilier de bureau pour avoir une relation privilégiée, et aussi des meilleurs prix grâce à la fidélité. En plus, nous choisissons un fournisseur en fonction de la place d'exploitation pour éviter trop de frais de déplacement.

**2.3-Le critère d'évaluation de stock à choisir :**

Parmi les critères d'évaluation des stocks, nous choisissons le FIFO, même les produits ou matières premières utilisées sont de matières non périssables. Donc, il vaut mieux appliquer le FIFO, c'est-à-dire que l'encre aux premières entrées part en premières sorties où nous utiliserons en priorité les stocks anciens pour que l'agence puisse avoir une meilleure qualité pour leurs services.

## CHAPITRE II : LA CAPACITE DE REALISATION ENVISAGE :

Dans ce chapitre, il est nécessaire de mettre en place les différents facteurs de réalisation au sein de l'agence, les dépenses sur achat de matières premières, c'est-à-dire les prévisions d'achats au cours des cinq années d'activités du projet. Et enfin, nous essayerons de présenter les prévisions en nombre des clients et le chiffre d'affaires correspondant pendant cinq années d'exploitation.

Voyons tout d'abord les différents facteurs de réalisation.

### *Section 1 : Les différents facteurs de réalisation :*

Dans notre cas, il existe trois facteurs de réalisation pour réaliser et satisfaire le besoin des clients de l'agence et aussi pour avoir une activité rentable et efficace, et puis nous citerons les services envisagés.

#### *1.1-Les différents facteurs de réalisation à mettre en place:*

Comme nous avons dit ci-dessus, les différents facteurs de réalisation sont le facteur humain, financier, et matériel. Pour cela, il faut mettre en place tout d'abord les ressources humaines, c'est-à-dire, le responsable recrute le personnel à chaque poste de travail. Ces ressources sont composées d'un gérant, d'un ou d'une secrétaire, d'un comptable, d'un commercial, d'un chauffeur, d'un gardien. Ensuite, les ressources financières sont l'ensemble des apports par le gérant et l'emprunt effectué auprès les institutions financières comme la banque. Enfin, les ressources matérielles comprendront de matériels et mobiliers de bureau, les matériels informatiques et les matériels de communication comme les téléphones fixes et portables pour le commercial en vue de réaliser de façon rapide et rentable leur tâche.

#### *1.2-Les services envisagés :*

Les services envisagés sont de réaliser et de satisfaire les besoins des clients pour les services demandés comme la réservation et l'établissement des billets des passagers dans la région SAVA, notamment dans la ville d'Antalaha

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Abordons maintenant les dépenses en matières premières.

***Section 2 : Les dépenses en matières premières :***

***2.1-Les dépenses sur chaque unité de réalisation :***

Ces dépenses varient selon la qualité et le type des matières à utiliser. Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous les dépenses sur chaque matière première utilisée.

**Tableau N°10 : Dépense sur chaque unité de réalisation : (En Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Quantité</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Encre	01	66.000,00	66.000,00
Rame	01	8.000,00	8.000,00
Carnet (billet)	01	1.000,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>75.000,00</b>

Ce tableau nous présente la dépense sur chaque une unité de réalisation dans la ville d'Antalaha. Pour cela, l'encre coûte à Ar 66.000,00 et la rame de papier achetée à Ar 7.000,00. Cela veut dire que le coût total des dépenses sur achat de matières premières s'élève à Ar 75.000,00.

***2.2- Prévision d'achat :***

***2.2.1- Achat prévisionnel pour l'année 1 :***

Dans notre cas, l'agence consomme une encre et de deux rames par mois en moyenne. Cela veut dire qu'elle dépense de 12 boîtes d'encre, de 14 rames de papiers et 100 carnets (billets). Nous allons présenter dans le tableau ci-après les dépenses en matières premières au cours de la première année d'exploitation du projet.



*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Tableau N°11 : Achat prévisionnel pour l'année 1 : (en millier d'Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Unité</b>	<b>Quantité</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Encre	Nombre	12	66.000,00	792.000,00
Rame	Nombre	14	8.000,00	112.000,00
Carnet	Nombre	1.200	1.000,00	1.200.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.104.000,00</b>

D'après ce tableau, nous avons constaté que les dépenses sur achat prévisionnel s'élèvent à Ar 2.104.000,00 pour la première année d'exploitation.

**2.2.2-Achat prévisionnel sur cinq ans :**

Nous allons présenter dans le tableau ci-après les achats prévisionnels au cours des cinq années d'exploitation du projet.

**Tableau N°12 : Achat prévisionnel sur 5 ans : (en millier d'Ariary)**

<b>Année 2</b>	<b>Unité</b>	<b>Quantité</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
----------------	--------------	-----------------	------------	----------------

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Encre	Nombre	14	66.000,00	924.000,00
Rame	Nombre	18	8.000,00	144.000,00
Carnet	Nombre	1.300	1.000,00	1.300.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.368.000,00</b>
<b>Année 3</b>	<b>Unité</b>	<b>Quantité</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Encre	Nombre	16	66.000,00	1.056.000,00
Rame	Nombre	20	8.000,00	160.000,00
Carnet	Nombre	1.400	1.000,00	1.400.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.616.000,00</b>
<b>Année 4</b>	<b>Unité</b>	<b>Quantité</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Encre	Nombre	20	66.000,00	1.320.000,00
Rame	Nombre	24	8.000,00	192.000,00
Carnet	Nombre	1.500	1.000,00	1.500.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>3.012.000,00</b>
<b>Année 5</b>	<b>Unité</b>	<b>Quantité</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Encre	Nombre	22	66.000,00	1.452.000,00
Rame	Nombre	28	8.000,00	224.400,00
Carnet	Nombre	1.600	1.000,00	1.600.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>3.276.000,00</b>

A l'égard de ce tableau, nous avons constaté que les dépenses sur achat prévisionnel en matières premières ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation. Cela explique que le besoin des clients n'arrête pas de croître aussi.

***Section 3 : Prévision sur le service envisagé : (en nombre)***

Dans notre cas, le chiffre d'affaires dépend de nombre des clients de notre agence. Cela veut dire qu'il y a une dépendance entre le chiffre d'affaires et le nombre des clients. Nous allons voir successivement ci-après le nombre des clients cibles en prévisions et le chiffre d'affaires correspondant.

***3.1-Prestation de service prévisionnel :***

Pour connaître le chiffre d'affaires du projet, il est indispensable d'estimer ci-dessous la prestation de service prévisionnel au cours de la première année jusqu'à la cinquième d'exploitation.

***3.1.1-Prestation de service prévisionnel réalisé pour l'année 1 :***

**Tableau N°13 : Prestation de service réalisé pour la première année : (en nombre)**

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

<b>Rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>TOTAL</b>
Billet vendu	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	<b>1.200</b>

Ce tableau nous présente le nombre de prestation de service effectué au cours de la première année d'exploitation du projet. Dans ce cas, nous estimons à 100 par mois la vente réalisée.

**3.1.2-Prestation de service prévisionnel sur cinq ans :**

**Tableau N°14 : Les prévisions des services sur 5ans :**

<b>Année 2</b>	<b>Nombre</b>	<b>Année 3</b>	<b>Nombre</b>	<b>Année 4</b>	<b>Nombre</b>	<b>Année 5</b>	<b>Nombre</b>
Billet vendu	1.300	Billet vendu	1.400	Billet vendu	1.500	Billet vendu	1.600

D'après ce tableau, nous avons constaté que le billet vendu ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation du projet. Cela explique que le nombre des clients croît aussi vu la qualité de service offert par l'agence.

Abordons maintenant le chiffre d'affaires prévisionnels.

**3.2- Le chiffre d'affaires prévisionnels :**

**3.2.1-Le chiffre d'affaires prévisionnels pour la première année :**

Le tableau ci-après nous présente le calcul des chiffres d'affaires du projet au cours de la première année d'activité. Et pour faciliter le calcul, on prend en moyenne le frais pour les trajets existants :  $70.000 + 203.000 + 279.500 / 3 = 184.166,7 \approx 180.000$  Ar

**Tableau N°15 : Chiffre d'affaires prévisionnels pour l'année 1 :**

<b>Rubrique</b>	<b>Unité</b>	<b>Q</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Billets vendus	Nombre	1.200	180.000	216.000.000,00
Marge 10 %				21.600.000,00

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

<b>TOTAL</b>				<b>21.600.000,00</b>
--------------	--	--	--	----------------------

Ce tableau nous présente le chiffre d'affaires prévisionnel pour la première année. Il s'élève à Ar 21.600.000,00.

**3.2.2-Le chiffre d'affaires prévisionnels sur cinq ans :**

**Tableau N°16 : Chiffre d'affaires prévisionnels sur années 2 et 3 :**

<b>Année 2</b>	<b>Unité</b>	<b>Q</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Billets vendus	Nombre	1.300	180.000	234.000.000,00
Marge 10 %				23.400.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>23.400.000,00</b>
<b>Année 3</b>	<b>Unité</b>	<b>Q</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Billets vendus	Nombre	1.400	180.000	252.000.000,00
Marge 10 %				25.200.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>25.200.000,00</b>

D'après ce tableau, nous avons constaté que les chiffres d'affaires prévisionnels pour les années 2 et 3 s'élèvent respectivement à Ar 23.400.000,00 et Ar 25.200.000,00.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Tableau N°17 : Chiffre d'affaires prévisionnels sur années 4 et 5 :**

<b>Année 4</b>	<b>U ni té</b>	<b>Q</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Billets vendus	N o m br e	1. 5 0 0	180. 000, 00	270.000. 000,00
Marge 10 %				27.000.0 00,00
<b>TOTA L</b>				<b>27.000.0 00,00</b>
<b>Année 3</b>	<b>U ni té</b>	<b>Q</b>	<b>P.U</b>	<b>Montant</b>
Billets vendus	N o m br e	1. 6 0 0	180. 000, 00	288.000. 000,00
Marge 10 %				28.800.0 00,00
<b>TOTA L</b>				<b>28.800.0 00,00</b>

Ce tableau nous présente les chiffres d'affaires prévisionnels pour les années 4 et 5. Et nous avons constaté que ces chiffres d'affaires ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation.

## **CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE**

Dans ce chapitre, nous allons étudier ci-dessous la structure organisationnelle envisagée et la description des tâches principales de chaque poste de travail du projet.

Voyons tout d'abord la structure organisationnelle.

### ***Section 1 : Structure organisationnelle :***

Dans notre cas, nous allons voir successivement le rôle et l'organigramme choisi du projet. Nous choisissons comme organigramme celui d'une entreprise individuelle pour faciliter le contrôle et le suivi du personnel. Alors, nous allons donner ci-dessous le rôle de cette organisation et l'organigramme choisi.

#### ***1.1-Rôle :***

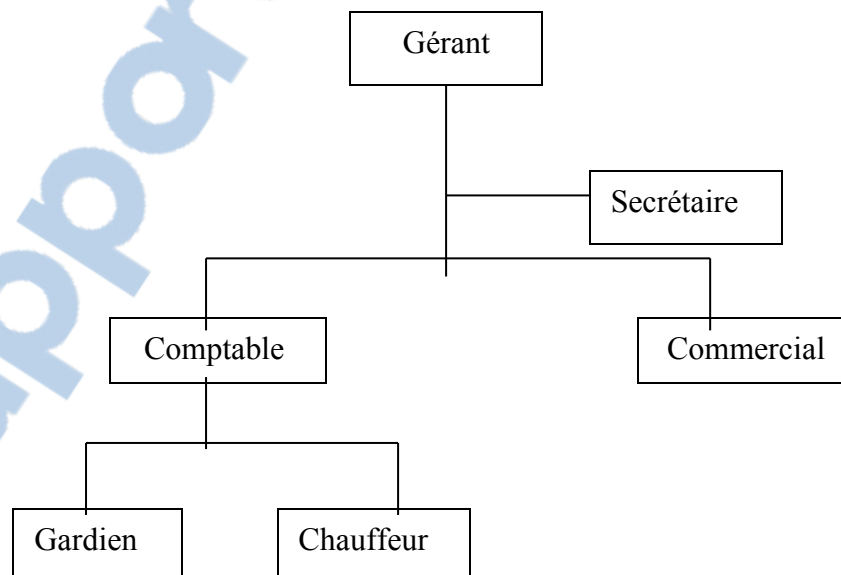
L'organigramme permet au responsable de connaître exactement la structure de l'entreprise et s'il a été élaboré avec soin, nous avons effectivement une image précise des

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

différents services du projet et des liens organiques afin d'éviter les conflits d'autorité entre les personnels, d'identifier les responsabilités des personnels, et de constater les anomalies de l'organisation.

***1.2-Organigramme choisi :***

Pour notre projet, nous choisissons un organigramme d'une entreprise individuelle pour faciliter la gestion des ressources humaines et le contrôle à chaque poste de travail. Donc, nous allons présenter ci-dessous la structure organisationnelle du projet.



**Figure n° 3 : Organigramme choisi**

***Section 2 : Organisation du travail :***

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Le personnel est composé de :

- un Gérant propriétaire,
- un comptable,
- un commercial,
- un chauffeur,
- un secrétaire,
- un Gardien.



**2.1-La direction**

- **Le Gérant** : se trouve à la tête de l'organisation de l'entreprise, c'est-à-dire, il dirige l'ensemble du projet. Ses fonctions principales consistent à assurer la bonne marche du projet, à prendre des décisions en cas de difficulté ou en cas de besoin de l'entreprise.
- **Le secrétaire** : il assure le classement des dossiers et la bonne circulation des informations.

**2.2-Service administratif et financier :**

- **Comptable** :

Il assure :

- la gestion administrative et financière du projet,
  - la relation avec l'administration,
  - les opérations comptables,
  - la déclaration fiscale,
- **Gardien** : garantit la sécurité des matériels et de l'établissement. Il assure aussi le nettoyage de l'entourage de l'entreprise et sera en charge du service de jardinage c'est-à-dire assurer la beauté du jardin pour pouvoir attirer les clients.
  - **Chauffeur** : Il assure le service de direction.

**2.3-Service commercial :**

- **Commercial** :



*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Il est aussi le premier responsable pour la stratégie à suivre qui est l'art de coordonner des sections et de manœuvre pour atteindre un but. Par exemple, le positionnement de l'agence, l'innovation, la segmentation. Il assure la commercialisation de service et cherche des clients. Il prospecte aussi les clients.

***Section 3 : Chronogramme :***

Le chronogramme nous montre la durée de la réalisation du projet qui débute de la période du montage du projet jusqu'à la date d'arrêt d'activité. Donc, nous allons présenter ci-après le calendrier d'activité du projet.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Tableau N°18 : Calendrier d'activité :**

Rubriques	2006												07	12
	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
1-Montage du projet	■													
2-Constitution des dossiers		■												
3-Recherche de financement			■											
4-Achat des matériels						■								
5-Installation								■						
6-Recrutement										■				
7-Début d'activité													■	
8-Fin prévue d'activité														■

D'après ce tableau, nous constatons que le montage est de deux mois, de même pour l'achat des matériaux. Les constitutions des dossiers, installation, sont respectivement d'un mois chacune. Enfin, la durée prévue de l'utilisation des capitaux investis dans la région d'exploitation est de 5ans soit 2007 à 2012.

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

## CHAPITRE I : COUT D'INVESTISSEMENT ET COMPTE DE GESTION :

Dans notre cas, nous avons besoin de financement d'argent pour ce projet dans la ville d'Antalaha, région SAVA en vue de réaliser d'une façon rapide les activités préférées. Donc, il est indispensable de présenter le coût d'investissements, le tableau d'amortissement, le tableau de remboursement des dettes, le plan de financement, et les comptes de gestion du projet. Pour ce faire, nous allons voir tout d'abord le coût des investissements.

### *Section 1 : Le coût des investissements :*

#### *1.1-Immobilisations :*

Les immobilisations comprendront les matériels et mobiliers de bureau, les matériels informatiques, le matériel de transport, l'agencement et l'installation.

#### *1.1.1-Matériels et mobiliers du bureau :*

Ils comprendront une table de bureau, deux tables pour ordinateurs, les chaises de bureau, une machine à calculer et l'armoire. Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous les coûts de ces matériels.

**Tableau N°19 : Matériels et mobiliers de bureau : (en Ariary)**

Rubriques	Déjà acquis			A acquérir		
	Quantité	P.U	Montant	Quantité	P.U	Montant
Table de bureau	02	15.000,00	30.000,00	02	30.000,00	60.000,00
Table des Ordinateurs	-	-	-	02	70.000,00	140.000,00
Chaises de bureau	02	10.000,00	20.000,00	04	15.000,00	60.000,00
Chaises des visiteurs	01	11.000,00	11.000,00	01	20.000,00	20.000,00
Machine à calculer	-	-	-	01	8.000,00	8.000,00
Téléphone / Armoire	01	49.000,00	49.000,00	01	140.000,00	140.000,00
<b>TOTAL</b>	-	-	<b>110.000,00</b>	-	-	<b>500.000,00</b>

Ce tableau nous présente que les matériels déjà acquis s'élève à Ar 110.000,00 et à acquérir est de Ar 500.000,00. Cela explique que le coût total des matériels et mobiliers de

bureau est de Ar 610.000,00. Donc, nous avons besoin de financement pour acheter ces matériels manquants.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

***1.1.2-Matériels informatiques :***

Ils sont composés d'ordinateurs, d'imprimante, et d'onduleurs.

**Tableau N°20 : Coût des matériels informatiques : (en Ariary)**

Rubriques	Déjà acquis			A acquérir		
	Quantité	P.U	Montant	Quantité	P.U	Montant
Ordinateurs	-	-	-	02	700.000,00	1.400.000,00
Imprimante	-	-	-	01	200.000,00	200.000,00
Onduleur	-	-	-	01	100.000,00	100.000,00
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	<b>1.700.000,00</b>

D'après ce tableau, nous avons constaté qu'il n'y a pas des matériels déjà acquis et les matériels à acquérir coûtent à Ar 1.700.000,00. Donc, nous avons encore besoin de ce montant pour acheter ces matériels.

***1.1.3-Matériel de transport :***

Dans notre cas, nous avons besoin d'un scooter pour faire la course dans la ville d'exploitation surtout pour la prospection des clients et l'achat des fournitures de bureau. Ce matériel coûte à Ar 800.000,00.

***1.1.4-Agencement et installation :***

Ce sont les travaux complémentaires afférents à l'installation des matériels de bureau, informatiques et outillages. Le coût total de l'installation s'élève à Ar 300.000,00.

***1.1.5-Récapitulation des immobilisations et investissement :***

**Tableau N°21 : Récapitulation des immobilisations et investissement : (en Ariary)**

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

<b>Rubriques</b>	<b>Déjà acquis</b>	<b>A acquérir</b>	<b>TOTAL</b>
Matériels et mobiliers de bureau	110.000,00	500.000,00	610.000,00
Matériels informatiques	-	1.700.000,00	1.700.000,00
Matériel de transport	-	800.000,00	800.000,00
Agencement et installation	300.000,00	-	300.000,00
Fonds de roulement	500.000,00	-	500.000,00
Imprévus	-	300.000,00	300.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>910.000,00</b>	<b>3.300.000,00</b>	<b>4.210.000,00</b>

Ce tableau nous montre le total des matériels déjà acquis et les matériels à acquérir. Pour cela, nous avons remarqué que le coût des matériels déjà acquis est estimé à Ar 910.000,00 et les matériels à acquérir s'élevant à Ar 3.300.000,00.

***1.2-Les charges :***

Pour notre projet, les charges comprendront les charges sur salaire et les autres charges. Le premier, sont les salaires mensuels attribués à chaque personnel.

Voyons tout d'abord les charges sur salaire.

***1.2.1-Salaire prévisionnel pour l'année 1 :***

Ce sont les charges du personnel qui participe directement aux services y compris l'IRSA, CNaPS, et OSTIE. Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-dessous la répartition des charges sur salaire du personnel du projet.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Tableau N°22 : Salaire avec les charges y afférant : (en Ariary)**

Fonctions	Eff	Salaire mensuel	Charges salariales		Charges patronales		IRSA	N.A.P
			Cnaps	Osie	Cnaps	Osie		
Gérant	01	160.000	-	-	12.800	8.000	9.420	129.780
Secrétaire	01	80.000	800	800	-	-	4.014	74.386
Comptable	01	120.000	1.200	1.200	-	-	8.280	109.320
Commercial	01	120.000	1.200	1.200	-	-	8.280	109.320
Gardien	01	50.000	500	500	-	-	2.420	46.580
<b>TOTAL</b>	<b>05</b>	<b>530.000</b>	<b>3.700</b>	<b>3.700</b>	<b>12.800</b>	<b>8.000</b>	<b>32.414</b>	<b>469.386</b>

A l'égard de ce tableau, nous constatons que les charges patronales s'élèvent à Ar 20.800,00 par mois. Ces charges sont déclarées bimestrielle auprès du centre fiscal dans la ville d'Antalaha. Les charges sur salaires du personnel (Cnaps et osie) sont déclarées trimestriellement dans les services concernés. Et le salaire du personnel s'élève à Ar 469.386,00 par mois.

***1.2.2-Salaire prévisionnel sur 5 ans :***

**Tableau N°23 : Prévision de salaire du personnel sur 5ans : (en Ariary)**

Titres	Eff	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	1	1 557 360	1 560 000	1 580 000	1 600 000	1 620 000
Secrétaire	1	892 632	900 000	920 000	930 000	940 000
Comptable	1	1 311 840	1 340 000	1 350 000	1 360 000	1 365 000
Commercial	1	1 311 840	1 340 000	1 350 000	1 360 000	1 365 000
Gardien	1	558 960	600 000	620 000	640 000	660 000
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>5 632 632</b>	<b>5 740 000</b>	<b>5 820 000</b>	<b>5 890 000</b>	<b>5 950 000</b>

Ce tableau nous présente que le salaire du personnel ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation. Cela explique qu'il y a aussi une augmentation sur le chiffre d'affaires du projet.

Abordons maintenant les autres charges,

***1.2.3-Les autres charges pour l'année 1:***

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Ce sont les charges indirectes qui ne peuvent affecter directement le coût d'un service comme l'électricité, publicité, réparation des matériels, l'impôt. Le tableau ci-après nous montre les dépenses mensuelles de ces charges.

**Tableau N°24 : Les autres charges prévisionnelles pour l'année 1 :**

<b>Rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>TOTAL</b>
Electricité	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Loyer	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Fournitures	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Carburant	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
Publicité	25	25	25	25	25	25							150
Réparation			40			40			40			40	160
Taxes	160												160
<b>TOTAL</b>	<b>345</b>	<b>185</b>	<b>225</b>	<b>185</b>	<b>185</b>	<b>225</b>	<b>160</b>	<b>160</b>	<b>200</b>	<b>160</b>	<b>160</b>	<b>200</b>	<b>2 390</b>

Ce tableau nous présente les autres charges prévisionnelles pour la première année d'exploitation du projet. Elles varient entre Ar 160.000 à Ar 345.000,00.

***1.2.4-Les autres charges sur cinq ans :***

**Tableau N°25 : Les autres charges prévisionnelles sur cinq ans :**

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Electricité	1 200 000	1 220 000	1 230 000	1 240 000	1 242 000
Loyer	1 200 000	1 220 000	1 230 000	1 240 000	1 242 000
Fournitures	240 000	250 000	260 000	270 000	280 000
Publicité	150 000	152 000	154 000	155 000	156 000
Carburant	480 000	482 000	484 000	486 000	488 000
Réparations	160 000	162 000	164 000	166 000	170 000
Taxes	160 000	170 000	180 000	190 000	198 000
<b>TOTAL</b>	<b>2 390 000</b>	<b>2 436 000</b>	<b>2 472 000</b>	<b>2 507 000</b>	<b>2 534 000</b>

D'après ce tableau, nous avons constaté que les autres charges ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'activités.

***Section 2 : Tableau d'amortissement :***



*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Le principe de la constitution des amortissements est la récupération de fonds investis lors de l'acquisition des immobilisations. Il est un moyen qui permet d'acquérir des nouveaux matériels. Pour cela, nous avons donc besoin une politique qui constitue un instrument privilégié de la défense du capital et de sa croissance. Elle consiste à assurer le renouvellement ou bien l'augmentation de capital. Alors, nous utilisons la méthode d'amortissement linéaire dans tous les matériels et nous présentons dans un tableau ci-après la constitution des amortissements du projet au cours de cinq années des activités. D'où, pour la détermination de la durée d'utilisation de ces matériels, nous appliquons la formule suivante :

$$\text{Taux} = \frac{100}{\text{Durée}}$$

Pour les matériels et mobiliers du bureau, le taux d'amortissement est de 25 %. Donc, la durée de vie de ces matériels est de 5 ans, de même pour le matériel de transport. Par contre, les matériels informatiques durent 4 ans. Alors, le tableau ci-après nous présente le processus de calcul des amortissements des matériels de l'entreprise.

**Tableau N°26 : Tableau des amortissements : (en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Durée</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
M. M de bureau	5	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000
M. informatiques	4	425.000	425.000	425.000	425.000	-
Matériel transport	5	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
A. et installation	10	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
<b>TOTAL</b>		<b>737.000</b>	<b>737.000</b>	<b>737.000</b>	<b>737.000</b>	<b>312.000</b>

D'après ce tableau, nous avons constaté que les amortissements ne changent pas au cours des quatre premières années d'activités s'élevant à Ar 737.000. Et nous avons remarqué aussi que le matériel informatique sera amorti à la quatrième année d'activités. Cela explique que le

total des amortissements devient à Ar 312.000. Donc, il est indispensable d'acheter des nouveaux matériels informatiques pour avoir des activités rentables.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Section 3 : Tableau de remboursement des dettes :**

Dans notre cas, le coût total des investissements est de Ar 4.210.000 qui se répartit d'apport en capital de Ar 910.000 (réserver pour les immobilisations déjà acquis) et à financer de Ar 3.300.000. Cela veut dire que nous avons encore besoin de ce montant auprès des institutions financières. Pour cela, nous choisissons la banque BOA avec un taux d'emprunt de 19 % remboursables au cours de 5ans et le remboursement devrait se faire chaque année c'est-à-dire que l'entreprise paye annuellement Ar 660.000 avec les intérêts n'y a pas encore afférent pour ce montant.

Pour calculer l'annuité, nous utiliserons la formule suivante :

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

On donne : a : annuité

C : montant de l'emprunt Ar 3.300.000

i : taux de capitalisation 19 %

n : la durée de récupération des capitaux investis 5ans

**Tableau N°27 : Tableau de remboursement des dettes : (en Ariary)**

Années	Capital début	Intérêts	Amortissements	Annuité	Capital fin
Formules	(1)	C x i (2)	C/n (3)	C/n + Ci (4)	(1)-(3)
1	3 300 000	627 000	660 000	1 287 000	2 640 000
2	2 640 000	580 800	660 000	1 240 800	1 980 000
3	1 980 000	435 600	660 000	1 095 600	1 320 000
4	1 320 000	290 400	660 000	950 400	660 000
5	660 000	145 200	660 000	805 200	0
<b>TOTAL</b>		<b>2 079 000</b>	<b>3 300 000</b>	<b>5 379 000</b>	

D'après ce tableau, nous constatons que le montant à payer chaque année s'élève à Ar 660.000. Pour l'année 1, Ce montant s'élève à Ar 1.287.000, y compris les intérêts, pour la

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

première année. Les intérêts varient au cours des cinq années d'exploitation. Nous avons remarqué aussi que les emprunts sont payés totalement dans le 5 ans.

**Section 4 : Plan de financement :**

Le plan de financement a pour but de faire apparaître les variations des ressources financières de l'entreprise au cours d'un exercice ou des exercices et les emplois qui en ont été fait. Donc, pour avoir plus de détails, nous présentons dans un tableau ci-après les variations de fonds de roulement à partir des variations des ressources et des emplois de l'entreprise. Comme ressources, ce sont l'apport en capital, l'autofinancement, les amortissements, l'emprunt à long et à moyen terme à la Banque BOA. Et, les emplois sont des immobilisations sauf le fonds de roulement et les imprévus et le remboursement de capital investi. Alors, le tableau ci-dessous nous montre les variations des ressources et des emplois du projet.

**Tableau N°28 : Tableau de financement (en Ariary)**

Rubriques	Montant	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Apport en capital	910 000					
Résultat		1 204 500	1 350 100	2 702 500	2 840 200	3 240 100
Amortissements		737 000	737 000	737 000	737 000	312 000
Emprunt à long et à moyen terme BOA	3 300 000					
<b>A- TOTAL RESSOURCES</b>	<b>4 210 000</b>	<b>1 941 500</b>	<b>2 087 100</b>	<b>3 439 500</b>	<b>3 577 200</b>	<b>3 552 100</b>
Immobilisations corporelles	3 410 000					
Distributions (remboursement)		1 287 000	1 240 000	1 095 600	950 400	805 200
<b>B- TOTAL EMPLOIES</b>	<b>3 410 000</b>	<b>1 287 000</b>	<b>1 240 000</b>	<b>1 095 600</b>	<b>950 400</b>	<b>805 200</b>
C- Variations de fonds de roulement (A-B)	800 000	654 500	847 100	2 343 900	2 626 800	2 746 900
D- Variations de BFR						
E- Variations de trésorerie (C-D)	800 000	654 500	847 100	2 343 900	2 626 800	2 746 900
<b>F- Cumul de trésorerie (E+F...)</b>	<b>800 000</b>	<b>1 454 500</b>	<b>2 301 600</b>	<b>4 645 500</b>	<b>7 272 300</b>	<b>10 019 200</b>

Ce tableau de financement nous présente la situation financière prévisionnelle de l'entreprise au cours des cinq années d'exploitation. Et nous avons constaté que le cumul de

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

trésorerie est de Ar 800.000 au début de l'exploitation. Cette somme ne cesse d'augmenter au cours de cinq années d'activités de l'entreprise. Cela veut dire que nous pourrions renouveler les matériels amortis à la cinquième année d'exploitation.

***Section 5 : Les comptes de gestion :***

Les comptes de gestions sont composés de la classe 6 et de 7. Pour cela, la classe 6 regroupe toutes les charges liées à l'exploitation du projet et la classe 7 rassemble toutes les ventes effectuées au cours de cinq années d'activités. Donc, les comptes de gestion appartiennent au compte de résultat d'une entreprise. Alors, les charges sont constituées par des opérations commerciales dont le but est de faire augmenter la perte de la Société et de faire aussi apparaître les différentes charges dans la classe 6, comme les charges sur achat, sur exploitation, financières et exceptionnelles. En revanche, les produits sont constitués par des opérations commerciales aussi. Toutefois le but est de faire accroître le résultat de la Société c'est-à-dire que le bénéfice de l'entreprise. D'où, les objectifs principaux de notre projet, sont d'accroître le crédit de gestion et de diminuer le débit de ce compte. Et entre la colonne des produits et la colonne des charges dégage le résultat net après impôts sur le bénéfice de la Société.

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

Dans ce chapitre, nous allons analyser et étudier successivement le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité, le plan de la trésorerie annuelle, le compte de résultat par nature, et enfin le bilan prévisionnel du projet.

### *Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité :*

Le compte de résultat permet de connaître la performance de la Société. Donc, à partir de ce compte, le responsable peut faire des prévisions ou budget pour les exercices suivants notamment sur l'établissement de budget et le diagnostic financier au sein de la Société. Pour ce faire, nous allons voir en premier lieu le compte prévisionnelle de trésorerie mensuelle du projet puis les structures financières et enfin, la rentabilité des activités envisagées.

#### *1.1- Compte prévisionnel de trésorerie mensuelle:*

Ce compte nous permet de savoir la situation de la tenue de compte banque du projet et de gérer la tenue de la caisse de la Société. Donc, le tableau ci-dessous nous présente la situation de la trésorerie au cours de la première année d'exploitation du projet. Alors, nous allons présenter dans les tableaux ci-après le total des encaissements et les décaissements par le projet au cours de la première année d'activité.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA*  
*DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

<b>Rubriques</b>	<b>TOTAL</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
------------------	--------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Vente	21 600	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800
Apport	910	910											
Emprunt	3 300	3 300											
<b>T. E</b>	<b>25 810</b>	<b>6 010</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>	<b>1 800</b>
Achat. MP	2 104	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175	175
Electricité	1 200	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Loyer	1 200	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Fournitures	240	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Publicité	150	25	25	25	25	25	25						
Carburant	480	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Réparation	160			40			40			40			40
Taxes F	160												160
Salaire pers	5632,632	469,386	469,386	469,386	469,386	469,386	469,386	469,386	469,386	469,386	469,386	469,386	469,386
CH. P	249,6			62,4			62,4			62,4			62,4
Investissement	3410	3410											
CH. F	627												627
Remboursement	1 287												1 287
CH. Except°	7 094												7 095
Impôts	361												361
<b>T. DEC</b>	<b>24 355</b>	<b>4 340</b>	<b>930</b>	<b>1 032</b>	<b>930</b>	<b>930</b>	<b>1 032</b>	<b>904</b>	<b>904</b>	<b>1 007</b>	<b>904</b>	<b>904</b>	<b>10 537</b>
<b>Solde</b>	<b>1 455</b>	<b>1 670</b>	<b>870</b>	<b>768</b>	<b>870</b>	<b>870</b>	<b>768</b>	<b>896</b>	<b>896</b>	<b>793</b>	<b>896</b>	<b>896</b>	<b>-8 737</b>
<b>Cumul</b>		<b>1 670</b>	<b>2 540</b>	<b>3 308</b>	<b>4 178</b>	<b>5 049</b>	<b>5 817</b>	<b>6 712</b>	<b>7 608</b>	<b>8 401</b>	<b>9 297</b>	<b>10 192</b>	<b>1 455</b>

**Tableau n°29 : Compte prévisionnel de trésorerie mensuelle**

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

D'après ce tableau, nous constatons que le solde du mois au cours de la première année varie entre Ar (8.737.000) et Ar 1.670.000. Donc, le compte de la trésorerie annuelle s'élève à Ar 800.000.

***1.2-Les ratios***

Pour connaître l'autonomie financière du projet, nous allons calculer les différents ratios dont ci-après les formules correspondantes :

Indépendance financière = $\frac{\text{Capitaux propres}}{\text{Capitaux permanents}}$
--

$$\text{IF} = \frac{2.114.500}{6.701.500} = 0,32 \text{ pour l'année 1}$$

$$\text{IF} = \frac{3.464.600}{4.704.600} = 0,73 \text{ pour l'année 2}$$

$$\text{IF} = \frac{6.167.100}{7.262.700} = 0,85 \text{ pour l'année 3}$$

$$\text{IF} = \frac{7.852.700}{8.803.100} = 0,89 \text{ pour l'année 4}$$

$$\text{IF} = \frac{10.535.400}{11.340.600} = 0,93 \text{ pour l'année 5}$$



*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Financement des immobilisations =	$\frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Immobilisations nettes}}$
-----------------------------------	--

$$\text{FI} = \frac{6.701.500}{2.753.000} = 2,43 \text{ pour la première année}$$

$$\text{FI} = \frac{4.704.600}{2.237.650} = 2,10 \text{ pour l'année 2}$$

$$\text{FI} = \frac{7.262.700}{1.831.408} = 6,04 \text{ pour l'année 3}$$

$$\text{FI} = \frac{8.803.100}{1.507.457} = 7,24 \text{ pour l'année 4}$$

$$\text{FI} = \frac{11.340.600}{1.252.842} = 10,56 \text{ pour l'année 5}$$

Endettement =	$\frac{\text{Dettes à LMT}}{\text{Capitaux permanents}}$
---------------	--

$$\text{E} = \frac{4.587.000}{6.701.500} = 0,68 \text{ pour la première année}$$

$$\text{E} = \frac{1.240.000}{4.704.600} = 0,40 \text{ pour l'année 2}$$

$$\text{E} = \frac{1.059.400}{7.262.700} = 0,25 \text{ pour l'année 3}$$

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

950.400

E = ----- = 0,17 pour l'année 4

8.803.600

805.200

E = ----- = 0,12 pour l'année 5

11.340.600

Nous allons présenter dans un tableau ci-dessous les résultats de ces ratios selon les formules ci-dessus.

**Tableau N°30 : Calcul des ratios**

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Autonomie financière	0,32	0,73	0,85	0,89	0,93
Financement des immobilisations	2,43	2,10	6,04	7,24	10,56
Endettement	0,68	0,40	0,25	0,17	0,12

Vu ce tableau, nous constatons que le projet est indépendant, sur le plan financier, de ses créanciers et peut avoir la disponibilité de fonctionnement par emprunt car les ratios sont toujours supérieurs à 0,50 à partir de la deuxième année d'activités. Remarquons aussi que l'endettement est presque nul à l'année 5. Cela veut dire que notre projet est rentable et viable à long terme et possède une autonomie financière.

***1.3-La rentabilité :***

Avant de calculer la rentabilité du projet, nous donnons tout d'abord les formules suivantes :

$\text{Rentabilité commerciale} = \frac{\text{Résultat net}}{\text{Chiffre d'affaires}}$
--

$$\text{RC} = \frac{1.204.500}{21.600.000} \times 100 \% = 5,57 \% \text{ pour l'année 1}$$

$$\text{RC} = \frac{1.350.100}{23.400.000} \times 100 \% = 5,76 \% \text{ pour l'année 2}$$

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

$$RC = \frac{2.702.500}{25.200.000} \times 100 \% = 10,72 \% \text{ pour l'année 3}$$

$$RC = \frac{2.840.200}{27.000.000} \times 100 \% = 10,52 \% \text{ pour l'année 4}$$

$$RC = \frac{3.240.100}{28.800.000} \times 100 \% = 11,25 \% \text{ pour l'année 5}$$

Rendement des capitaux investis =	$\frac{\text{Résultat net}}{\text{Capitaux permanents}}$
-----------------------------------	--

$$RCI = \frac{1.204.500}{6.701.500} \times 100 \% = 17,97 \% \text{ pour l'année 1}$$

$$RCI = \frac{1.350.100}{4.704.600} \times 100 \% = 28,69 \% \text{ pour l'année 2}$$

$$RCI = \frac{2.702.500}{7.262.700} \times 100 \% = 37,21 \% \text{ pour l'année 3}$$

$$RCI = \frac{2.840.200}{8.803.100} \times 100 \% = 32,26 \% \text{ pour l'année 4}$$

$$RCI = \frac{3.240.100}{11.340.600} \times 100 \% = 28,57 \% \text{ pour l'année 5}$$

Taux de rendement propre =	$\frac{\text{Capacité d'autofinancement}}{\text{Capitaux permanents}}$
----------------------------	--

$$TRP = \frac{1.941.500}{6.701.500} \times 100 \% = 28,97 \% \text{ pour l'année 1}$$

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

$$\text{TRP} = \frac{2.087.100}{4.704.600} \times 100 \% = 44,36 \% \text{ pour l'année 2}$$

Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-après les résultats de la rentabilité du projet :

**Tableau N°31 : Résultats de la rentabilité : (en %)**

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Rentabilité commerciale	5,57 %	5,76 %	10,72 %	10,52 %	11,25 %
Rendement des capitaux investis	17,97 %	28,69 %	37,21 %	32,26 %	28,57 %
Taux de rendement propre	28,97 %	44,36 %	35,67 %	32,23 %	28,71 %

Ce tableau nous présente que le projet est rentable sur le plan commercial à partir de la troisième année car le rapport entre le résultat net et le chiffre d'affaires est toujours supérieur à 10 %. En revanche, le projet est rentable sur le rendement des capitaux investis à partir de la deuxième année car les résultats sont toujours supérieurs à 20 % à partir de la première année jusqu'à la cinquième année d'exploitation. De même pour le taux de rendement propre parce que ces taux sont toujours largement supérieur à 20 % au cours de cinq années d'exploitation.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Section 2 : Plan de trésorerie :**

Ce plan regroupe les entrées et les sorties de la trésorerie dues à l'exploitation, et aussi les entrées et les sorties dues à l'opération du bilan. Donc, le tableau ci-dessous nous présente la tenue de la trésorerie au cours de cinq années d'activités du projet.

**Tableau N°32 : Plan de trésorerie sur 5ans : (en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
<b>Solde début</b>		<b>1 454 500</b>	<b>2 301 600</b>	<b>4 645 500</b>	<b>7 272 300</b>
Vente	21 600 000	23 400 000	25 200 000	27 000 000	28 800 000
Apport	910 000				
Emprunt	3 300 000				
<b>T. E</b>	<b>25 810 000</b>	<b>24 854 500</b>	<b>27 501 600</b>	<b>31 645 500</b>	<b>36 072 300</b>
Achat. MP	2 104 000	2 368 000	2 616 000	3 012 000	3 276 000
Electricité	1 200 000	1 220 000	1 230 000	1 240 000	1 242 000
Loyer	1 200 000	1 220 000	1 230 000	1 240 000	1 242 000
Fournitures	240 000	250 000	260 000	270 000	280 000
Publicité	150 000	152 000	154 000	155 000	156 000
Carburant	480 000	482 000	484 000	486 000	488 000
Réparation	160 000	162 000	164 000	166 000	170 000
Taxes	160 000	170 000	180 000	190 000	198 000
Salaire pers	5 632 632	5 740 000	5 820 000	5 890 000	5 950 000
CH. patronales	249 600	250 000	254 000	260 000	265 000
Investissements	3 410 000				
CH. Financières	627 000	580 800	435 600	290 400	145 200
Remboursement	1 287 000	1 240 000	1 095 600	950 400	805 200
CH. Except°	7 093 918	6 981 250	6 757 840	7 762 170	8 661 670
Impôts	361 350	405 030	810 750	852 060	972 030
<b>T. DEC</b>	<b>24 355 500</b>	<b>15 571 650</b>	<b>21 491 790</b>	<b>22 764 030</b>	<b>23 851 100</b>
<b>Solde fin</b>	<b>1 454 500</b>	<b>2 301 600</b>	<b>4 645 500</b>	<b>7 272 300</b>	<b>10 019 200</b>

D'après ce tableau, nous constatons que la tenue de la trésorerie annuelle ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation. Cette augmentation est très remarquable pour l'année 5 qui s'élève à Ar 3.000.000 environ.



*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

***Section 3 : Marge brute d'autofinancement :***

Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous le compte de résultat par nature du présent projet.

**Tableau N°33 : Calcul de MBA : (en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
<b>Résultat</b>	1 204 500	1 350 100	2 702 500	2 840 200	3 240 100
D.A.A sur immobilisations	737 000	737 000	737 000	737 000	312 000
<b>MBA</b>	<b>1 941 500</b>	<b>2 087 100</b>	<b>3 439 500</b>	<b>3 577 200</b>	<b>3 552 100</b>

Ce tableau nous présente le calcul de marge brute d'autofinancement. Et nous avons constaté que la MBA ne cesse d'augmenter pendant cinq années d'exploitation. Cela explique qu'elle augmente en fonction de résultat.

***Section 4 : Bilan prévisionnel :***

Ce bilan nous permet de connaître la situation globale sur la situation financière de l'entreprise notamment les patrimoines du projet. Donc, pour avoir plus d'explication, nous présentons dans le tableau ci-après la situation de l'actif et de passif du projet.

**Tableau N°34 : Bilan prévisionnel année 1: (en Ariary)**

<b>Actif du bilan</b>	<b>Valeur brute</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Valeur nette</b>	<b>Passif du bilan</b>	<b>Montant</b>
<b>Actif non courant</b>				<b>Capitaux pro</b>	
MMB	610 000	122 000	488 000	capital	910 000
Matériels infos	1 700 000	425 000	1 275 000	Report à nouveau	0
Matériels et outillages	0	0	0	Résultat net	1 204 500
Matériel de transport	800 000	80 000	720 000		
Agencement	300 000	30 000	270 000		
<b>Total</b>	<b>3 410 000</b>	<b>657 000</b>	<b>2 753 000</b>	<b>Total</b>	<b>2 114 500</b>
<b>Actif courant</b>				<b>Passif non courant</b>	
Clients			2 494 000	Emprunt	3 300 000
Disponibilité	1 454 500		1 454 500	Fournisseurs	1 287 000
<b>Total</b>			<b>3 948 500</b>	<b>Total</b>	<b>4 587 000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>6 701 500</b>	<b>TOTAL</b>	<b>6 701 500</b>

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

**Tableau N°35 : Bilan prévisionnel année 2 : (en Ariary)**

<b>Actif du bilan</b>	<b>Valeur brute</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Valeur nette</b>	<b>Passif du bilan</b>	<b>Montant</b>
<b>Actif non courant</b>				<b>Capitaux pro</b>	
MMB	488 000	97 600	390 400	capital	910 000
Matériels infos	1 275 000	318 750	956 250	Report à nouveau	1 204 500
Matériels et outillages	0	0	0	Résultat net	1 350 100
Matériel de transport	720 000	72 000	648 000		
Agencement	270 000	27 000	243 000		
<b>Total</b>	<b>2 753 000</b>	<b>515 350</b>	<b>2 237 650</b>	<b>Total</b>	<b>3 464 600</b>
<b>Actif courant</b>				<b>Passif non courant</b>	
Clients			165 350	Emprunt	0
Disponibilité	2 301 600		2 301 600	Fournisseurs	1 240 000
<b>Total</b>			<b>2 466 950</b>	<b>Total</b>	<b>1 240 000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>4 704 600</b>	<b>TOTAL</b>	<b>4 704 600</b>

**Tableau N°36 : Bilan prévisionnel année 3 : (en Ariary)**

<b>Actif du bilan</b>	<b>Valeur brute</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Valeur nette</b>	<b>Passif du bilan</b>	<b>Montant</b>
<b>Actif non courant</b>				<b>Capitaux pro</b>	
MMB	390 400	78 080	312 320	capital	910 000
Matériels infos	956 250	239 063	717 188	Report à nouveau	2 554 600
Matériels et outillages	0	0	0	Résultat net	2 702 500
Matériel de transport	648 000	64 800	583 200		
Agencement	243 000	24 300	218 700		
<b>Total</b>	<b>2 237 650</b>	<b>406 243</b>	<b>1 831 408</b>	<b>Total</b>	<b>6 167 100</b>
<b>Actif courant</b>				<b>Passif non courant</b>	
Clients			785 793	Emprunt	0
Disponibilité	4 645 500		4 645 500	Fournisseurs	1 095 600
<b>Total</b>			<b>5 431 293</b>	<b>Total</b>	<b>1 095 600</b>
<b>TOTAL</b>			<b>7 262 700</b>	<b>TOTAL</b>	<b>7 262 700</b>

**Tableau N°37 : Bilan prévisionnel année 4 : (en Ariary)**

<b>Actif du bilan</b>	<b>Valeur brute</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Valeur nette</b>	<b>Passif du bilan</b>	<b>Montant</b>
<b>Actif non courant</b>				<b>Capitaux pro</b>	

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

MMB	312 320	62 464	249 856	capital	2 310 000
Matériels infos	717 188	179 297	537 891	Report à nouveau	2 702 500
Matériels et outillages	0	0	0	Résultat net	2 840 200
Matériel de transport	583 200	58 320	524 880		
Agencement	218 700	21 870	196 830		
<b>Total</b>	<b>1 831 408</b>	<b>321 951</b>	<b>1 509 457</b>	<b>Total</b>	<b>7 852 700</b>
<b>Actif courant</b>				<b>Passif non courant</b>	
Clients			21 343	Emprunt	0
Disponibilité	7 272 300		7 272 300	Fournisseurs	950 400
<b>Total</b>			<b>7 293 643</b>	<b>Total</b>	<b>950 400</b>
<b>TOTAL</b>			<b>8 803 100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>8 803 100</b>

**Tableau N°38 : Bilan prévisionnel année 5 : (en Ariary)**

<b>Actif du bilan</b>	<b>Valeur brute</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Valeur nette</b>	<b>Passif du bilan</b>	<b>Montant</b>
<b>Actif non courant</b>				<b>Capitaux pro</b>	
MMB	249 856	49 971	199 885	capital	2 310 000
Matériels infos	537 891	134 473	403 418	Report à nouveau	2 840 200
Matériels et outillages	0	0	0	Résultat net	3 240 100
Matériel de transport	524 880	52 488	472 392	Réserves	2 145 100
Agencement	196 830	19 683	177 147		
<b>Total</b>	<b>1 509 457</b>	<b>256 615</b>	<b>1 252 842</b>	<b>Total</b>	<b>10 535 400</b>
<b>Actif courant</b>				<b>Passif non courant</b>	
Clients			68 558	Emprunt	0
Disponibilité	10 019 200		10 019 200	Fournisseurs	805 200
<b>Total</b>			<b>10 087 758</b>	<b>Total</b>	<b>805 200</b>
<b>TOTAL</b>			<b>11 340 600</b>	<b>TOTAL</b>	<b>11 340 600</b>

D'après ces deux tableaux nous avons constaté que l'entreprise a des créances vis-à-vis de ses clients au cours des cinq années d'exploitation du projet. Cela veut dire que l'entreprise n'a pas de problème pour le paiement de leurs dettes envers la banque. Et la disponibilité, c'est-à-dire la situation financière à la banque ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation. Cela explique que la situation financière du projet est saine, donc, le Promoteur peut élargir aussi ses activités dans la région d'exploitation.



### **CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET :**

Dans ce chapitre, nous évaluerons successivement ce projet sur le plan économique, financier à l'aide des outils et critères d'évaluation du projet, et social.

Voyons tout d'abord l'évaluation économique du projet.

#### ***Section 1 : Evaluation économique :***

La création du projet dans la ville d'Antalaha, région SAVA nous permet de contribuer sur l'accroissement du produit intérieur brut de la région et d'apprécier aussi en valeur la croissance et la richesse du pays en général. Et sur la satisfaction de la demande globale et la contribution à l'amélioration de la compétitivité de l'agence, le projet met sur le marché régional un service répondant à un besoin particulier des clients. Elle participe ainsi à la satisfaction de la demande globale de la population locale de la région en générale. Donc, la solution apportée par l'agence pour les clients permet aux agents économiques locaux de faire face à l'ouverture économique et à la mondialisation de l'économie et d'engendrer ainsi un plus grand horizon de marché national et international du pays. Par ailleurs, la satisfaction de la demande sur l'ensemble de la région SAVA bénéficierait de la présence d'une agence qui assure le service des passagers.

En plus de cela, la création des petites et moyennes entreprises de notre genre constitue des moyens de lutte contre la pauvreté de la population locale. Elle entraîne une évolution sur le plan économique comme la contribution à la monétarisation de l'économie de la région et l'augmentation de la richesse aussi, particulièrement sur le plan social car elle crée aussi des emplois pour les jeunes de la région qui peut diminuer le taux de chômage et les actes de banditismes dans cette ville. Nous avons remarqué aussi que le chiffre d'affaires ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation. Cette augmentation permet de stimuler la valeur ajoutée de l'entreprise. Cette croissance est due à l'excédent de la production de l'exercice et la consommation intermédiaire. Et cette dernière est la somme des achats et charges externes de l'entreprise. Cela procure une augmentation des produits intérieurs bruts de notre pays en général. Alors, l'évolution du chiffre d'affaires provoque l'augmentation du taux de croissance économique de la région SAVA ainsi que du pays à l'aide des taxes et impôts à payer par l'entreprise.

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Abordons maintenant l'évaluation financière du projet à l'aide des outils et critères énoncés dans la première partie des présentes recherches.

**Section 2 : Evaluation financière :**

Dans cette section, nous évaluerons ci-après ce projet à partir des outils et critères d'évaluation cités dans la première partie de ma recherche.

**2.1-Sur les outils d'évaluation du projet :**

Nous allons calculer successivement ci-après la valeur actuelle nette, le taux de rentabilité interne, l'indice de profitabilité et la durée de récupération des capitaux investis.

**2.1.1-La valeur actualisée nette (VAN)**

Nous allons calculer la VAN par la formule suivante :

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



Avec MBA : Marge Brute d'Autofinancement

i : Taux d'emprunt (19 % dans les banques primaires)

n : la durée de la récupération des capitaux investis

C : montant d'investissement s'élevant à Ar 4.210.000

**Tableau N°39 : Présentation de calcul de la VAN :**

Années	MBA	(1,19) <sup>-n</sup>	MBA (1,19) <sup>-n</sup>
1	1 941 500	0,84	1 630 860
2	2 087 100	0,7	1 460 970
3	3 439 500	0,59	2 029 305
4	3 577 200	0,49	1 752 828
5	3 552 100	0,4	1 420 840
<b>TOTAL</b>			<b>8 294 803</b>

Donc, VAN = 8.294.803 – 4.210.000 = 4.094.803 Ariary

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Dans notre cas, la valeur actuelle nette est largement positive qui s'élève à Ar 4.094.803. Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi. L'entreprise génère un bénéfice certain. Alors, ce résultat nous permet de dire que le projet est viable à long terme et rentable.

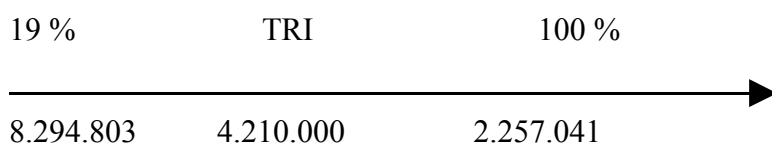
**2.1.2-Le taux de rentabilité interne :**

C'est le taux d'actualisation annulant le bénéfice net du projet.

**Tableau N°40 : Présentation de calcul de TRI :**

Années	MBA	19 %	100 %
1	1 941 500	1 630 860	970 750
2	2 087 100	1 460 970	521 775
3	3 439 500	2 029 305	429 938
4	3 577 200	1 752 828	223 575
5	3 552 100	1 420 840	111 003
<b>TOTAL</b>		<b>8 294 803</b>	<b>2 257 041</b>

Nous calculons donc le taux de rentabilité interne à partir de la méthode d'interpolation linéaire par la relation suivante :



$$\frac{4.210.000 - 8.294.803}{2.257.041 - 8.294.803} = \frac{\text{TRI} - 19\%}{100\% - 19\%}$$

$$\rightarrow 0,47 (81\%) = \text{TRI} - 18\%$$

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LAVILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

$$\text{TRI} - 18 \% = 38,07 \%$$

$$\text{TRI} = 57,07 \%$$

Le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'actualisation s'élevant à 19 %. Donc, le projet dispose d'une marge de sécurité de 38,07 % pour l'emprunteur. Alors, cette marge de sécurité permet à l'entreprise de s'endetter davantage.

**2.1.3-L'indice de profitabilité :**

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

$$\text{IP} = \frac{8.294.803}{4.210.000} = 1,97$$

$$\text{IP} = 1,97$$

D'après ce résultat, nous constatons que l'indice de profitabilité est supérieur à 1 qui s'élève à Ar 1,97. Donc, la rentabilité est supérieure au taux de capitalisation. Cela veut dire que Ar 1,00 investi rapporte Ar 0,97 environ.

**2.1.4-La durée de récupération des capitaux investis :**

Pour connaître la capacité de récupération des capitaux investis, nous le calculons à l'aide de la MBA.

**Tableau N°41 : Présentation de calcul de DRCI :**

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
MBA	1 941 500	2 087 100	3 439 500	3 577 200	3 552 100
MBA Cumulée	1 941 500	4 028 600	7 468 100	11 045 300	14 597 400

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Investissement		4.210.000		
----------------	--	-----------	--	--

D'après ce tableau, les capitaux investis seront récupérés entre la deuxième et la troisième année d'exploitation. Et pour calculer la durée de récupération des capitaux investis, nous utilisons une méthode d'interpolation linéaire. Donc, posons n la date à déterminer, alors nous avons la relation suivante :

2	4.028.600	MBA Cumulée année 2
n	4.210.000	Investissement
3	7.468.100	MBA Cumulée année 3

$$n = \frac{4.210.000 - 4.028.600}{7.468.100 - 4.028.600} + 2 = 2,05$$

$$n = 2,05 \text{ années}$$

$$0,05 \times 12 \text{ mois} = 0,6 \approx 1 \text{ mois}$$

$$0,6 \times 30 \text{ jours} = 18 \text{ jours}$$

Dans notre cas, les capitaux investis sont récupérés durant la troisième année d'exploitation ou plus exactement 1 mois et 18 jours de l'année 3. Cela veut dire que les capitaux investis seront récupérés au cours de mois de Février, c'est-à-dire que le 18 février de l'année 3.

**2.2-Sur les critères d'évaluation du projet :**

**2.2.1-La pertinence :**

L'analyse de la situation financière nous permet de connaître la durée de vie de l'entreprise. Pour cela, nous constatons que le projet est rentable et viable à long terme car la valeur actuelle nette est largement positive qui s'élève à Ar 4.094.803. Donc, ce projet rapporte des impacts directs pour la population de la région SAVA, notamment dans le district d'Antalaha non seulement sur le plan social mais aussi sur le plan d'économique de la région. Si

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

le projet fonctionne d'une façon rentable, il peut payer les impôts et taxes envers l'Etat. Ce dernier peut faire des investissements de développement dans la région d'exploitation

***2.2.2-L'efficacité du projet :***

Notre projet est efficace car les objectifs sont atteints sans réduire les moyens utilisés tels que matériels informatiques, matériels et mobiliers de bureau, pendant les cinq années d'exploitations. Cela veut dire que ce projet n'utilise que les matériels au début des activités. Donc, le projet est efficace et produit l'effet attendu de la population dans la région SAVA toute entière.

***2.2.3-L'efficience du projet :***

Au début de l'activité du projet, les matériels utilisés sont tous neufs. Après un an d'utilisation, ces matériels sont amortis environ à 20 % de la valeur d'origine. Donc, il y a une diminution de la valeur des matériels utilisés. Et si nous regardons le chiffre d'affaires au cours des cinq années d'activités, nous avons remarqué que le chiffre d'affaires ne cesse d'augmenter pendant la période prévue du projet. Alors, notre projet est efficient.

***2.2.4-La durée de vie du projet :***

Comme nous avons vu dans le calcul de la valeur actuelle nette du projet, nous avons constaté qu'elle est largement positive et s'élève à Ar 4.094.803. Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi et le projet génère un bénéfice certain. Alors, ce résultat nous permet de dire que le projet est viable à long terme et rentable.

***2.2.5-L'impact du projet :***

Après analyse à l'aide des outils d'évaluation du projet, nous constatons que le projet est rentable et viable à long terme. Donc, la rentabilité de ce projet entraîne une évolution dans la région d'exploitation principalement au point de vue économique et social car la création du projet engendre des emplois pour les jeunes dans la région SAVA. Et cette création d'emploi

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

peut diminuer le taux de chômage de la région. Alors, la création du projet dans la ville d'Antalaha entraîne des impacts positifs pour l'ensemble de la population de la région.

***Section 3 : Evaluation sociale :***

Pendant l'évaluation financière du projet, nous avons remarqué que ce projet est rentable. Donc, la situation financière de ce projet est viable à long terme et rentable. Alors, le projet pourra contribuer à une création d'emploi dans la région SAVA et le responsable du projet pourra aussi améliorer les conditions de travail ou augmenter les masses salariales de ses employés qui auront un impact favorable et fiable pour l'ensemble du personnel. D'où, le pouvoir d'achat de travailleur augmenté en fonction de la rentabilité du projet.

## **CONCLUSION GENERALE**

Sous l'effet de la libéralisation accrue du commerce et des marchés de capitaux, l'internationalisation croissante des stratégies de services et de distribution, les progrès technologiques qui suppriment les obstacles à la circulation des biens et des services, la mondialisation modifie fondamentalement l'économie nationale. Elle suscite une intégration de plus en plus poussée des marchés des biens et des services comme la création d'une agence dans la ville d'Antalaha. Pour cela, la recherche que nous avons effectuée dans la région SAVA et plus précisément dans la ville d'Antalaha nous permet de dégager les problèmes des agents économiques, les opérateurs économiques même les fonctionnaires sur le déplacement notamment dans la capitale d'Antananarivo, Toamasina et Maroantsetra aussi et d'évaluer la potentialité économique de la région en matière agricole et de tourisme. Cette recherche se déroule d'une façon fructueuse vis-à-vis des populations locales surtout les opérateurs et agents économiques de la région. Ces derniers sont les clients potentiels de l'agence. En plus, le Projet que nous voudrions bien réaliser dans la ville d'Antalaha répond objectivement aux attentes des clients et favorise le développement d'investissement des opérateurs qui existent déjà. Dans notre cas, le projet domine en accaparant jusqu'à 80 % du marché global dans la région Sava sur la réservation et établissement des billets. Cela explique que le concurrent occupe 20 % seulement. Donc, le marché est encore très vaste.

En ce qui concerne la structure organisationnelle, nous avons choisi comme celui d'une entreprise individuelle pour faciliter le contrôle et le suivi du personnel. Dans ce cas, le personnel est composé d'un gérant propriétaire, d'un responsable administratif et financier, d'un responsable de production, d'un commercial, des ouvriers, d'un chauffeur, d'un gardien. Alors, pour la réalisation du projet, nous avons besoin de faire un investissement sur la construction des bâtiments, les matériels et mobiliers de bureau, les matériels informatiques, les matériels et outillages puis on recrutera les personnels nécessaires à chaque poste de travail.

Dans la région, nous avons constaté aussi que l'offre est inférieure à la demande car l'Air Madagascar seulement assure le service des passagers. Il établit en même temps la réservation et le billet proprement dit qui entraîne un retard périodique sur le vol. Vu ces phénomènes, nous pourrions estimer les dépenses sur achat de matières premières utilisées et les chiffres d'affaires prévisionnels du projet.



*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

Dans ce cas, les dépenses sur achat s'élèvent à Ar 2.104.000 pour la première année et atteint de Ar 3.276.000 à la cinquième année d'activité. Et les chiffres d'affaires prévisionnels sont de Ar 21.600.000 en première année. Ces chiffres d'affaires ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation. Elles atteignent de Ar 28.800.000 en cinquième année d'exploitation.

Pour réaliser ce projet, nous avons besoin de financement vis-à-vis des institutions financières comme la banque en vue de réaliser d'une façon rentable ce projet. Pour cela, l'apport du gérant est de Ar 910.000,00 et à financier s'élève à Ar 3.300.000. Cela veut dire donc que le coût total des investissements est de Ar 4.210.000. Pour ce faire, nous avons donc choisi la banque BOA pour le financement de notre activité. Dans ce cas, le taux d'emprunt est de 19 % pendant cinq ans. Pour les états financiers, surtout le bilan prévisionnel, nous avons constaté que les créances permettent à l'entreprise de payer de façon rapide les dettes envers la banque. En plus, la tenue de la trésorerie démontre que la banque a de confiance envers l'entreprise vue la situation financière saine sur le plan de financement. Sur ce dernier, la disponibilité du projet ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation.

Toutefois comme nous venons de démontrer à travers les études de faisabilité contenues dans les parties réservées à cet effet, tous les indicateurs économiques permettent à la prise de décisions du Promoteur dans la gestion de ses affaires démontrent la rentabilité et en viabilité du projet. Pour cela, le projet est rentable et viable à long terme car la valeur actuelle nette est largement positive s'élevant à Ar 4.049.803. Pour le taux de rentabilité interne ou TRI, il est supérieur au taux d'actualisation s'élevant à 57,07 %. Donc, le projet dispose d'une marge de sécurité de 38,07 % pour l'emprunteur. Alors, cette marge de sécurité permet à l'entreprise de s'endetter davantage. En plus de cela, la durée de récupération des capitaux investis est inférieure de cinq ans. Alors, plus la durée est courte, plus le projet est rentable. Ainsi, à partir de la situation financière saine, le propriétaire peut augmenter les investissements dans la région d'exploitation.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **OUVRAGE ACADEMIQUE :**

- DE KERVILLER : Contrôle de Gestion à la portée de tous, Edition ECONOMICA, Paris, 1991, 153 pages
- DUNOD, STRATEGOR : Politique Générale d'Entreprise, 3è Edition, Paris, 1997, 551 pages
- DUNOD, MARKET : Etudes et Recherche en Marketing : Fondement, Méthode , Paris, 2000, 672 pages
- COHEN.E : Dictionnaire de Gestion, Edition LA DECOUVERTE, Paris, 2001, 415 pages

### **JOURNAUX ET REVUES**

- Centre de documentation, INSTAT, Anosy, 101 Antananarivo-Madagascar
- Centre d'information Technique et Economique (CITE), B.P : 74, Ambatonakanga, 101 Antananarivo-Madagascar
- DGI : Code Général des Impôts, Edition Permanente, Ministère du budget et de Développement des Provinces Autonomes Secrétariat Général, 30 août 1994, 291 pages
- Plan Comptable Général 2005, Decret n° 2004 ; 272 du 18 février 2004, Imprimerie Nationale

## TABLES DES MATIERES

REMERCIEMENT	1
SOMMAIRE	2
LISTES DES TABLEAUX	4
LISTES DES FIGURES	5
INTRODUCTION	6
<i>Partie 1 : Identification du projet</i>	9
<i>Chapitre I : Présentation du projet</i>	10
<i>Section 1 : Historique du projet</i>	10
<i>1.1- Généralité sur la situation géographique de la région</i>	10
<i>1.2-Environnement socio-économique</i>	14
<i>1.2.1-Environnement social</i>	14
<i>1.2.2-Environnement économique</i>	14
<i>1.3-Les principales activités</i>	15
<i>Section 2 : Caractéristique du projet</i>	15
<i>2.1-Nature du projet</i>	15
<i>2.2-But et objectif</i>	16
<i>2.3-Intérêt du projet</i>	16
<i>2.4-Fiche signalétique</i>	16
<i>Chapitre II – Etude de marché visé</i>	17
<i>Section 1 : La description du marché</i>	17
<i>1.1-Domaine d'exploitation du projet</i>	17
<i>1.2-La part du marché cible</i>	18
<i>Section 2 : Analyse de l'offre</i>	19
<i>2.1- Qualité et quantité de service à offrir</i>	19
<i>2.2-Clientèle cible</i>	20
<i>Section 3 : Analyse de la demande</i>	20
<i>3.1- Evaluation de la demande dans la région</i>	21
<i>3.2- Le besoin des clients cibles</i>	22
<i>Section 4 : Analyse de la concurrence</i>	22
<i>4.1-Le concurrent dans la région d'exploitation</i>	22
<i>4.2-Les concurrents en dehors de la région</i>	23

PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES

<b>Section 5 : Stratégie et Politique marketing envisagée</b>	<b>24</b>
<b>5.1-Stratégie marketing à suivre</b>	<b>24</b>
<b>5.1.1-La stratégie push</b>	<b>25</b>
<b>5.1.2-La stratégie pull</b>	<b>25</b>
<b>5.2-Le marketing-mix</b>	<b>25</b>
<b>5.2.1-Politique de service</b>	<b>25</b>
<b>5.2.2-Politiques de prix</b>	<b>25</b>
<b>5.2.3-Politique de distribution</b>	<b>26</b>
<b>5.3-Politique de communication et de promotion</b>	<b>26</b>
<b>Chapitre III : Théorie générale sur outils, les critères d'évaluation et des structures financières</b>	<b>27</b>
<b>Section 1 : Les outils d'évaluation du projet</b>	<b>27</b>
<b>1.1- Valeur actuelle nette</b>	<b>28</b>
<b>1.1.1- Définition</b>	<b>28</b>
<b>1.1.2- Formule</b>	<b>28</b>
<b>1.1.3- Interprétation</b>	<b>28</b>
<b>1.2- Taux de rentabilité interne</b>	<b>29</b>
<b>1.2.2- Formule</b>	<b>29</b>
<b>1.2.3- Interprétation</b>	<b>29</b>
<b>1.3- Indice de profitabilité</b>	<b>29</b>
<b>1.3.1- Définition</b>	<b>29</b>
<b>1.3.2- Formule</b>	<b>29</b>
<b>1.3.3- Interprétation</b>	<b>29</b>
<b>1.4- Le délai de récupération des capitaux investis</b>	<b>30</b>
<b>1.4.1- Définition</b>	<b>30</b>
<b>1.4.2- Formule</b>	<b>3</b>
<b>1.4.3- Interprétation</b>	<b>30</b>
<b>Section 2 : Les critères d'évaluation du projet</b>	<b>30</b>
<b>2.1-La pertinence</b>	<b>30</b>
<b>2.2-L'efficacité du projet</b>	<b>30</b>
<b>2.3-L'efficience</b>	<b>31</b>
<b>2.4-La durée de vie du projet</b>	<b>31</b>
<b>2.5-L'impact du projet</b>	<b>31</b>
<b>Section 3 : Les structures financières</b>	<b>31</b>
<b>3.1-Les ratios</b>	<b>31</b>

PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES

<b>3.1.1-Définition</b>	<b>31</b>
<b>3.1.2-Formules</b>	<b>32</b>
<b>3.1.3- Interprétation</b>	<b>32</b>
<b>3.2- La rentabilité</b>	<b>33</b>
<b>Partie 2 : Conduite du projet</b>	<b>35</b>
<b>Chapitre I : Technique de réalisation</b>	<b>36</b>
<b>Section 1 : Les ressources à mettre en place</b>	<b>36</b>
<b>1.1-Ressources humaines</b>	<b>36</b>
<b>1.2-Ressources financières</b>	<b>38</b>
<b>1.3-Ressources matérielles</b>	<b>38</b>
<b>Section 2 : La caractéristique de l'approvisionnement</b>	<b>39</b>
<b>2.1-La méthode d'achat de matières premières à adopter</b>	<b>39</b>
<b>2.2-Le critère d'évaluation de stock à choisir</b>	<b>39</b>
<b>Chapitre II : Capacité de réalisation envisagée</b>	<b>40</b>
<b>Section 1 : Les différents facteurs de réalisation</b>	<b>40</b>
<b>1.1-Les différents facteurs de réalisation à mettre en place</b>	<b>40</b>
<b>1.2-Les services envisagés</b>	<b>40</b>
<b>Section 2 : Les dépenses en matières premières</b>	<b>41</b>
<b>2.1-Les dépenses sur chaque unité de réalisation</b>	<b>41</b>
<b>2.2- Prévision d'achat</b>	<b>41</b>
<b>2.2.1- Achat prévisionnel pour l'année 1</b>	<b>41</b>
<b>2.2.2-Achat prévisionnel sur cinq ans</b>	<b>42</b>
<b>Section 3 : Prévision sur le service envisagé : (en nombre)</b>	<b>43</b>
<b>3.1-Prestation de service prévisionnel</b>	<b>43</b>
<b>3.1.1-Prestation de service prévisionnel réalisé pour l'année 1</b>	<b>43</b>
<b>3.1.2-Prestation de service prévisionnel sur cinq ans</b>	<b>43</b>
<b>3.2- Le chiffre d'affaires prévisionnel</b>	<b>44</b>
<b>3.2.1-Le chiffre d'affaires prévisionnel pour la première année</b>	<b>44</b>
<b>3.2.2-Le chiffre d'affaires prévisionnel sur cinq ans</b>	<b>44</b>
<b>Chapitre III : Etude organisationnelle</b>	<b>46</b>
<b>Section 1 : Structure organisationnelle</b>	<b>46</b>
<b>1.1-Rôle</b>	<b>46</b>
<b>1.2-Organigramme choisi</b>	<b>46</b>
<b>Section 2 : Organisation du travail</b>	<b>47</b>

PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES

<i>2.1-La direction</i>	47
<i>2.2-Service administratif et financier</i>	48
<i>2.3-Service commercial</i>	48
<i>Section 3 : Chronogramme</i>	48
<i>Partie 3 : Etude financière du projet</i>	50
<i>Chapitre I : Coût d'investissement et compte de gestion</i>	51
<i>Section 1 : Le coût des investissements</i>	51
<i>1.1-Immobilisations</i>	51
<i>1.1.1-Matériels et mobiliers du bureau</i>	51
<i>1.1.2-Matériels informatiques</i>	52
<i>1.1.3-Matériel de transport</i>	52
<i>1.1.4-Agencement et installation</i>	52
<i>1.1.5-Récapitulation des immobilisations et investissement</i>	53
<i>1.2-Les charges</i>	53
<i>1.2.1-Salaire prévisionnel pour l'année 1</i>	53
<i>1.2.2-Salaire prévisionnel sur 5 ans</i>	54
<i>1.2.3-Les autres charges pour l'année 1</i>	55
<i>1.2.4-Les autres charges sur cinq ans</i>	55
<i>Section 2 : Tableaux d'amortissement</i>	56
<i>Section 3 : Tableau de remboursement des dettes</i>	57
<i>Section 4 : Plan de financement</i>	58
<i>Section 5 : Les comptes de gestion</i>	59
<i>Chapitre II : Analyse de la rentabilité et étude de la faisabilité</i>	62
<i>Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité</i>	62
<i>1.1- Le compte prévisionnel de trésorerie mensuelle</i>	62
<i>1.2-Les ratios</i>	62
<i>1.3-La rentabilité</i>	63
<i>Section 2 : Plan de trésorerie</i>	66
<i>Section 3 : Marge brute d'autofinancement</i>	70
<i>Section 4 : Bilan prévisionnel</i>	70
<i>Chapitre III : Evaluation du projet</i>	73
<i>Section 1 : Evaluation économique</i>	73
<i>Section 2 : Evaluation financière</i>	75
<i>2.1-Sur les outils d'évaluation du projet</i>	75
<i>2.1.1-La valeur actualisée nette (VAN)</i>	75

*PROJET DE CREATION D'UNE AGENCE DE VOYAGES DANS LA VILLE D'ANTALAHA  
DENOMMEE : VANILLA VOYAGES*

<i>2.1.2-Le taux de rentabilité interne</i>	<b>76</b>
<i>2.1.3-L'indice de profitabilité</i>	<b>77</b>
<i>2.1.4-La durée de récupération des capitaux investis</i>	<b>77</b>
<i>2.2-Sur les critères d'évaluation du projet:</i>	<b>78</b>
<i>2.2.1-La pertinence</i>	<b>78</b>
<i>2.2.2-L'efficacité du projet</i>	<b>78</b>
<i>2.2.3-L'efficience du projet</i>	<b>79</b>
<i>2.2.4-La durée de vie du projet</i>	<b>79</b>
<i>2.2.5-L'impact du projet</i>	<b>79</b>
<i>Section 3 : Evaluation sociale</i>	<b>79</b>
<b>Conclusion générale</b>	<b>81</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>83</b>