

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	
LISTE DES ABREVIATIONS, DES SIGLES ET ACRONYMES	
GLOSSAIRE	
INTRODUCTION.....	-8-
première partie : IDENTIFICATION DU PROJET	Erreur ! Signet non défini.
Chapitre I : PRESENTATION DU PROJET	- 13 -
Section I : Généralités du projet	- 13 -
Section II : Historique du projet	- 15 -
Section III : Importance du projet	- 17 -
Chapitre II : ETUDE DU MARCHÉ.....	- 22 -
Section I : La zone d'étude.....	- 23 -
Section II : La description du marché	- 26 -
Section III : Analyse du marché.....	- 28 -
Section IV : La politique Marketing envisagée.....	- 31 -
Chapitre III : CONDUITE DU PROJET.....	- 34 -
Section I : Identification des moyens	- 34 -
Section II : Organisation et description des principales fonctions	- 35 -
Section III : Fonctionnement de ce centre d'exposition.....	- 41 -
deuxième partie : ANALYSE FINANCIERE DU PROJET	Erreur ! Signet non défini.
Chapitre I : INVESTISSEMENT ET COMPTE DE GESTION	- 47 -
Section I Investissements et leurs amortissements.....	- 47 -
Section II : Financement du projet et le fond de roulement	- 55 -
Section III : Compte de gestion.....	- 62 -
Chapitre II : ANALYSE DE LA FAISABILITE	- 68 -
Section I : Analyse de rentabilité	- 68 -
Section II : Le seuil de rentabilité	- 71 -
Section III : Le plan de financement	- 74 -
Section IV : Le bilan prévisionnel.....	- 77 -
Chapitre III : EVALUATION DE LA RENTABILITE DU PROJET	- 80 -
Section I : Evaluation du point de vue "commerciale"	- 80 -
Section II : Evaluation du point de vue "économique"	- 80 -
Section III : Evaluation d'ordre" financière"	- 83 -
Section IV : Evaluation d'ordre social	- 89 -
Section V : Impact du projet	- 90 -
CONCLUSION.....	- 92 -
BIBLIOGRAPHIE.....	- 94 -
ANNEXES	- 95 -
LISTE DES GRAPHIQUES ET SCHEMAS	- 100 -
LISTE DES TABLEAUX.....	- 101 -
TABLE DES MATIERES.....	- 102-

LISTE DES ABREVIATIONS, DES SIGLES ET ACRONYMES

AI	: Agencement Installation
Amts	: amortissements
Ar	: Ariary
ATI	: Aménagement, Travaux et installation
CAF	: Capacité d'Autofinancement
CNDT	: Création de Comité National pour le Développement du Tourisme
CT	: Court Terme
DRCI	: Durée de Récupération des Capitaux Investis
DTS	: Droit de Tirage Spéciaux
Ext	: Extérieur
FR	: Fond de Roulement
GAST	: Création du Groupement des Associations et Syndicats du Tourisme
IBS	: Impôt sur les Bénéfices de la Société
Immo. Corpo.	: Immobilisation Corporelle
Immo. Incorpo.	: Immobilisation Incorporelle
LMT	: Long et Moyen Terme
Mat inf	: Matériel informatique
Mat. et Outi	: Matériel et Outillage
MMB	: Matériel Mobilier de Bureau
Pers	: personnel
PIC	: Pôle Intégré de Croissance
PME	: Petite et Moyenne Entreprise
SARL	: Société A Responsabilité Limité
TGCG	: Tableau de Grandeur Caractéristique de Gestion
VA	: Valeur Ajoutée
VNC	: Valeur Nette Comptable

GLOSSAIRE

Agence de voyage : Ce sont les entreprises intermédiaires entre la clientèle et les Tour- opérateurs. Elles assurent la vente des produits des Tour- opérateurs

Arrivée : C'est le recensement de tout visiteur qui effectue un séjour d'au moins 24 heures ou une nuitée.

Consommation touristique : Dépense totale de consommation effectuée par un visiteur pour le compte d'un visiteur pendant son voyage et son séjour dans leur destination.

Demande touristique : Somme de la consommation touristique collective et de la formation brute de capital touristique fixe.

Ecotourisme : C'est le voyage effectué dans le but de découvrir, apprécier et respecter les attraits des sites naturels tout en favorisant leur conservation et l'épanouissement des communautés humaines.

Entreprise : c'est la transformation des moyens (matériel, humain, financier) pour obtenir des profits

Etude : -Application de l'esprit pour apprendre ou comprendre
- travail préparatoire

Location : Action de donner ou de prendre à loyer

Mise en place : Action d'instaurer, d'instituer, de créer, quelque chose de nouveau, un nouveau projet

Pickering : Action de vendre les billets des compagnies aériennes (Air Madagascar, Corsair,...)

Produit caractéristique du tourisme : Produit qui, dans la plupart des pays, cesserait d'exister en quantité significative la consommation serait considérablement réduite en l'absence du tourisme et pour lesquelles il semble possible d'obtenir des données statistiques.

Produits artisanaux : ce son des produits manuellement conçue par des artisans

Secteur touristique : Ensemble des unités institutionnelles dont la principale activité est la caractéristique du tourisme.

Stands d'exposition : Espace réservé à chacun des participants d'une exposition

Tourisme émetteur : Tourisme des résidents d'un pays donné qui voyage dans un autre pays.

Tourisme international : Comprend le tourisme émetteur et le tourisme récepteur.

Tourisme interne : Tourisme des résidents d'un pays donné qui voyage uniquement à l'intérieur de ce pays.

Tourisme récepteur : Tourisme des non résidents qui voyage dans un pays donné.

Tour-opérateurs : ce sont des personnes ou entreprises proposant des voyages à forfait, soit directement, soit par l'intermédiaire des revendeurs et détaillants. Ils sont donc à la fois réceptif et agence de voyages locaux ou étrangers, des compagnies aériennes et/ou maritimes procèdent à toutes réservations.

INTRODUCTION

L'artisanat est un des moteurs de développement d'un pays. Le développement du secteur artisanal est corrélativement lié à la venue croissante des touristes dans un pays donné. Le secteur tourisme joue un rôle très important pour relancer l'économie de Madagascar. Ce secteur est une source de devises sûre pour le pays. Il contribue de manière significative à la balance commerciale du pays, avec une recette de 104.3 million de DTS au titre de l'année 2004.

On sait que, le potentiel touristique de l'île reste très largement sous-exploité. Les richesses de la faune et de la flore malgache, la diversité biologique caractérisée par des milliers d'espèces endémiques et l'abondance des produits artisanaux font de Madagascar une destination attrayante pour les touristes.

Malgré l'énorme potentialité touristique dont le pays dispose, le flux d'arrivées touristiques n'a évolué que de l'ordre de 10% par an au cours de la dernière décennie. La crise de 2009 a par ailleurs beaucoup affecté le secteur du tourisme et les opérateurs touristiques se trouvent à l'heure actuelle dans une situation critique. Parmi les obstacles pour le développement de ce secteur, l'insuffisance ou l'inexistence même des infrastructures d'accueils et d'exposition des produits artisanaux. La chute des activités dans le secteur était estimée à 80% et les impacts se manifestent entre autres, par la fermeture d'agences respectives, l'annulation en masse des réservations, le licenciement de personnel, le non-versement des vignettes touristiques, la destination touristique non recommandée par l'extérieur.

Pour pallier à ce problème, la politique sectorielle du gouvernement malagasy est clairement définie dans la reformulation de la déclaration de stratégie sectorielle touristique ; son lien avec la réduction de la pauvreté est clairement affiché dans la politique gouvernementale de la transition actuelle, en particulier à travers le programme de relance immédiate des activités touristiques dans cette perspective, les objectifs seront :

- promouvoir le développement touristique et éco-touristique qui protège et sauvegarde l'identité socioculturelle du citoyen malagasy ;

- faire du tourisme un levier du développement durable au bénéfice direct des communautés villageoises ;
- assainir et augmenter les recettes du tourisme auprès de tous les acteurs concernés.

La question ici c'est de savoir pourquoi avons nous décidé de créer "**UNE ENTREPRISE DE LOCATION DES STANDS D'EXPOSITIONS DES PRODUITS ARTISANAUX DANS LA VILLE DE NOSY-BE**" ?

Comme nous savons tous, Nosy-Be est la première destination touristique de Madagascar. Si l'activité touristique de cette île aux parfums va mal, alors l'économie de notre pays sera affectée aussi. C'est pour cela que l'île de Nosy-Be figure parmi les sites prioritaires choisis par le gouvernement pour en faire un pôle de développement. L'objectif du ministère du tourisme comme on a déjà dit ci-dessus est de faire du tourisme un levier de développement durable aux bénéfices directs pour les communautés villageoises.

Ensemble avec les opérateurs touristiques, nous devons donc mener un défi de promouvoir un tourisme vrai et authentique à Nosy-be.

Notre projet consiste à implanter un centre d'exposition et de vente des produits artisanaux. Les principaux objectifs sont :

- réunir d'abord tous les opérateurs des produits artisanaux dans un même endroit.
- rendre attrayant Nosy-Be et organiser les activités artisanales.
- éliminer les mauvaises actions des malfaiteurs qui se cachent derrière les marchands ambulants des produits artisanaux (vendeurs des drogues)

Voilà en bref les motifs principaux qui nous ont entraînés à réfléchir à la faisabilité de ce projet dans le cadre de l'élaboration de notre mémoire de fin d'étude de second cycle.

Pour parvenir à surmonter cette lourde tâche, une méthodologie de recherche scientifique nous a été indispensable : la recherche mettant l'accent sur la documentation et la recherche orientée vers des travaux purement empiriques. D'ailleurs, certains problèmes peuvent difficilement être abordés sans la présence des données secondaires et primaires dont la recherche scientifique. De toutes le

façons les informations nécessaires prennent sources à partir des exploitations de ces deux types de recherches qui font émerger deux genres de données

Première partie :

IDENTIFICATION DU PROJET

Cette première partie est divisée en trois grands chapitres :

- ▶ La présentation du projet
- ▶ L'étude de marché
- ▶ La conduite du projet

A notre époque, le mot projet se manifeste sous différentes formes suivant le domaine d'intervention.

En général le projet c'est la mise en œuvre d'un plan d'activité qui intéresse l'opération obligeant l'obtention des ressources telles que : les capitaux, main d'œuvre et les investissements en matériels.

Ces ressources sont indispensables à sa réalisation pendant une durée déterminée.

Ainsi les individus qui bénéficient du travail, attendent des rétributions, tous projet financés devraient apporter de gain interne et contribue au développement économique du pays en rénovant la vie de la population.

Notre projet consiste à étudié la mise en place d'une entreprise de location des stands d'expositions des produits artisanaux.

Pour mieux connaitre ce projet, nous nous avançons dans la première partie son identification et subséquemment l'étude du marché, enfin pour terminer cette partie, nous discernons l'étude organisationnelle.

Chapitre I : PRESENTATION DU PROJET

Un Projet, globalement , peut se définir comme un processus unique de transformation de ressources ayant pour but de réaliser d'une façon ponctuelle un extrant spécifique répondant à un ou plusieurs objectifs précis à l'intérieur des contraintes budgétaires, humaines et temporelles¹.

Dans ce chapitre, nous évoquerons les généralités, l'historique du projet et enfin l'importance du projet.

Section I : Généralités du projet

Si créer une entreprise demeure toujours une aventure, les chemins empruntés sont plus ou moins risqués. Il est plus intéressant d'avoir une idée originale. Il suffit parfois d'avoir une clientèle potentielle et mettre un nouveau produit ou prestation de service sur le marché dont le produit en question est humblement demandé sur le marché.

Le meilleur moyen de réussir ses premiers pas d'entrepreneur est souvent de partir d'une idée que l'on maîtrise bien parce que l'activité en est connue. Le créateur qui choisit un marché nouveau ou un secteur d'activité qui ne lui est pas familier, doit avoir les compétences à mettre en œuvre. En un mot, le créateur qui se sent bien dans l'activité qu'il entreprend, réunit déjà des atouts essentiels pour créer une entreprise. L'entreprise que nous allons implanter est un centre de location de stands d'expositions des produits artisanaux.

§1 - Notion du projet

La recherche de genèse d'un projet lorsqu'elle est possible ne relève pas de la simple curiosité, elle représente au contraire un élément important de l'évaluation à posteriori en permettant de construire les objectifs initiaux du projet. A l'origine d'un projet, on peut tracer la politique de développement définie par le plan national dont il constitue localement l'expression.

On peut aussi trouver les aspirations locales de la population représentée au niveau national par l'administration où elle se traduit en action spécifique.

¹ Fara RAVALITERA, Cours d'Entreprenariat et Gestion de projet, 4^{ème} Année Economie, Université de Toamasina

D'une manière générale, un projet est un mode de développement des entreprises. Désormais, ce modèle de développement est mise en cause : la diversification et l'instabilité des marchés ; l'apparition de nouveaux acteurs industriels et financiers, la concurrence accrue entre les constructeurs font que les projets soient certainement, très suggestifs aussi très ambigus. Le projet n'apparaît pour certains acteurs de l'entreprise comme l'expression à un moment donné d'une stratégie générale, l'affirmation de la volonté de se diversifier, aussi claire et déterminée.

Dans cette logique, un projet s'aperçoit comme une conception, une idée et aucune idée n'a jamais prouvé sa supériorité sur une autre dans le domaine de la création d'entreprise. Une innovation technologique révolutionnaire n'a plus d'atouts au départ que la saisie d'une simple opportunité commerciale sur un marché banal. Créer une entreprise est donc, en quelque sorte, une opération qui met les « compteurs à zéro ».

Ici, notre projet concerne le centre de location des stands, d'où l'importance de voir son volet historique.

§2 –objectif du projet

Pour le développement de la région, on a pensé implanter ce centre pour avoir une bonne organisation sur le plan social, c'est – à – dire éviter que les opérateurs des produits artisanaux s'éparpillent dans toute la ville. De plus ce centre évite aux visiteurs de l'île comme les touristes, les vacanciers qui s'intéressent aux arts malagasy de se déplacer pour leurs achats. Grâce à ce centre, ces opérateurs seront centralisés dans un même endroit. Enfin, comme tout projet, il réduira le nombre de chômeurs dans la région car il crée des emplois.

§3- Les différents aspects que doit avoir un projet

A-La pertinence

Pour mettre en place un tel projet, il faudra viser le moment opportun. On dit pertinent seulement lorsque le choix du temps d'implantation du projet est favorable à la demande du consommateur.

B- L'efficacité

L'efficacité c'est un degré de conformité de résultat par rapport aux objectifs. Elle est atteinte lorsque l'entreprise dégage le maximum de bénéfice, c'est à dire le résultat attendu et les objectifs visés sont atteints.

C- L'efficience

A la différence de l'efficacité, l'efficience est encore meilleure car il s'agit non seulement d'atteindre l'objectif mais à moindre coût.

D- La pérennité

Il s'agit de la durabilité du projet. Comme toute création, la durée de vie du projet est parmi les éléments essentiels pour obtenir une meilleure rentabilité.

Section II : Historique du projet

§1- Aperçu général du projet

A- Dans le contexte général

Depuis la première découverte, l'artisanat a toujours conjugué progrès et développement, témoigne l'évolution et la créativité de l'homme. Tout leur produit dévoile un système de rapport entre action économique et utilité sociale, dans la fusion persistante entre l'artisanat et sa ville, dans l'échange continu d'expérience culturelle, sociale et économique.

L'incidence de l'artisanat sur l'économie malgache est encore moins de 25% environ du point vue du nombre d'entreprise et seulement 5% de la population active représente l'artisan professionnel.

Les cinq dernières années, Nosy-be a connu l'importance de cette activité. Sur le lieu maintenant, les opérateurs s'intéressent évidemment à la vente des produits artisanaux.

Grâce à l'évolution sans cesse du nombre de visiteurs par an dans l'île, tous les opérateurs cherchent à satisfaire au mieux les touristes.

B- Origine des produits artisanaux

Traditionnellement, les produits artisanaux jouent un rôle majeur dans la vie des malgaches et depuis près de deux siècles, ils se sont faits connaître dans le monde. Produit simple à la qualité diverse et spécifique, l'art malagasy a gardé aujourd'hui la place qu'aucun produit de synthèse n'a pu lui ravir. Dans la rue, sur les marchés, partout où le regard se porte, l'art malagasy est bien présent.

A Madagascar, la variété des matières naturelles de différentes origines (animale, végétale, minérale) est omniprésente dans le paysage quotidien. Transformé et fabriqué manuellement à l'aide des produits 100% naturels, il est la source d'innombrables objets d'originalité très marqués : objets en bois (marqueterie, sculptures,...), objets en corne et maroquinerie, fibres végétales (tissage raphia, tissage bambou...), textile et habillement, etc.

§2 - Historique des produits artisanaux

La première fabrication avait été faite dans la province de Fianarantsoa. Grâce à l'influence européenne sur place, les Betsiléon arrivaient à construire les anciens arts comme les arts domestiques et les instruments de musique traditionnelle (tambour, lokanga, amponga, valiha...).

Vers la fin du XIX^e siècle, on a commencé à établir des statistiques officielles concernant les principaux produits exportés de Madagascar. Ainsi la période 1896 - 1899 marque la première donnée statistique de quelques produits exportés. Mais la commercialisation semble bien existée avant cette date. Les auteurs qui se sont penchés sur l'histoire de Madagascar témoignent que l'utilisation de raphia, par exemple, remonte dès le XVI^e siècles. A Madagascar, une entreprise de tissage exerce son métier depuis 66 ans¹ et un ferblantier a commencé à travailler depuis 62 ans

Les années soixante et le début de l'année soixante dix marquent un tournant ; l'artisanat retrouve sa popularité et redeviennent même un métier. D'où l'ouverture des boutiques d'art. D'après RALAIMIHOATRA, historien malgache en 1966 ; « les rabanes faisaient l'objet de troc »

¹ Travaux de mémoire sur la monographie des Betsiléon page 25

De nos jours, un grand nombre d'entreprise et de boutiques artisanales sont domiciliés à Nosy-Be. Parmi elles, les plus anciennes sont créées en 1999- 2000. C'est la raison pour laquelle on a choisi d'implanter notre projet à Nosy-Be.

Artisanaux malgaches ne L'objet d'art tient une place importante dans l'économie de Madagascar. On trouve actuellement dans tous les coins, les ventes des arts malagasy surtout dans les endroits fréquentés par les touristes, les visiteurs ainsi que les missionnaires. Malgré notre effort dans ce domaine d'activité, les demandes des produits cessent d'augmenter. Ce qui fait que les ventes d'art constitue la troisième source de devises.

Section III : Importance du projet

§1- Stratégie du projet

Pour la relance du tourisme et le développement économique de la région et même du pays, des stratégies doivent être mises en œuvre. Un auteur a défini la stratégie comme « la détermination des buts et objectifs à long terme et les choix des actions et d'allocations des ressources nécessaires pour les atteindre»¹ Il est indispensable d'énoncer une vision de l'avenir sur le projet et la direction qu'on doit suivre.

Il s'agit donc de :

- Expliquer les avantages et les points positifs de l'existence de ce centre sur ce lieu.
- Accroître les bénéfices des communautés locales et des habitants de la région de DIANA et ses alentours ;
- Donner aux populations locales de nombreuses possibilités de tirer un enseignement du tourisme et d'y participer surtout à la protection de la nature et de l'environnement ;
- Sensibiliser les populations au tourisme élargi, au domaine de l'artisanat et des richesses naturelles.

Pour mettre en œuvre ces stratégies globales, il est indispensable de viser à l'intégration du projet. Cette stratégie comportera les éléments suivants :

¹ Chandler 1962 pages 107

- enquêtes et délibérations à propos du terrain à acquérir ;
- contrat de bon voisinage avec la population ;
- contrat d'ouverture du capital de l'entreprise aux villageois intéressés (artisans, particuliers).

§2- Importance du domaine du projet

Sur le plan artisanal, Madagascar est considéré comme l'un des pays les plus riches en patrimoine de diversité naturelle. Grâce à cela, nous avons eu une croissance particulièrement élevée, donc l'artisanat tient une place importante dans trois domaines ci- après.

A- Dans le domaine régional

L'île de Nosy-be a reconnue une forte expansion dans le commerce des produits touristiques, d'origine artisanale

Attirer par une augmentation des demandes et le rendement sur le marché, beaucoup des familles orientent leurs enfants dans la fabrication des arts. Plus l'art malagasy est devenu une mode, plus l'appréciation des visiteurs sur ces produits s'accroissent.

Bien que les avantages de la région soient connus, l'île aux parfums ne cesse de voir sa population augmenter de manière exponentielle car certains visiteurs trouvent un endroit intéressant pour faire des affaires florissantes et par conséquent s'installent définitivement

Tableau n°1 : progression des indicateurs touristiques de Nosy-be
(Janvier 2010).

Indicateur touristique	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Visiteurs	36605	41065	43198	50080	59094	35456
Observation	Bonne	Evolué	Evolué	Très bonne	Très bonne	Crise

Source: Air Madagascar Nosy-be

L'année 2004, indique une bonne santé du secteur « tourisme » à Nosy-be, mais avec le déclenchement de la crise de 2009 à Madagascar où tous les secteurs

de l'économie ont été paralysés, Nosy-be a enregistré une baisse très significative de la fréquentation des touristes.

B- Dans le domaine national

Le tourisme est actuellement classé au deuxième secteur de développement économique du pays, précédé de la pêche et de l'exportation des crevettes.

Les autorités malgaches décident de renforcer les stratégies de réforme vers une grande mobilisation de l'épargne et de l'investissement pour redynamiser les associations, les opérateurs dans les régions touristiques dont Nosy-be est considérée comme région pilote.

De ce fait, les institutions actuelles des tourisms ont été passées en revue dans le diagnostic, les quinze dernières années marquées par l'importance de l'innovation institutionnelle :

- ✓ création du comité national pour le développement du tourisme (CNDT) en 1991, la cellule de coordination du développement touristique en 1993, et la création de la maison du tourisme malgache qui devient office du tourisme actuellement.
- ✓ création du groupement des associations et syndicat du tourisme (GAST), qui regroupe les hôteliers et restaurateurs, les agences de voyages, les loueurs des voitures, les tours opérateurs réceptifs de Madagascar.

Parallèlement à cette stratégie, des actions de promotion, de réhabilitation des infrastructures, des aménagements (Aéroport, route, télécommunication) et des structures d'accueil (parc, sites) ont été réalisés.

On peut dire par le résultat obtenu que le tourisme compte parmi les branches motrices de la croissance économique de la région et du pays.

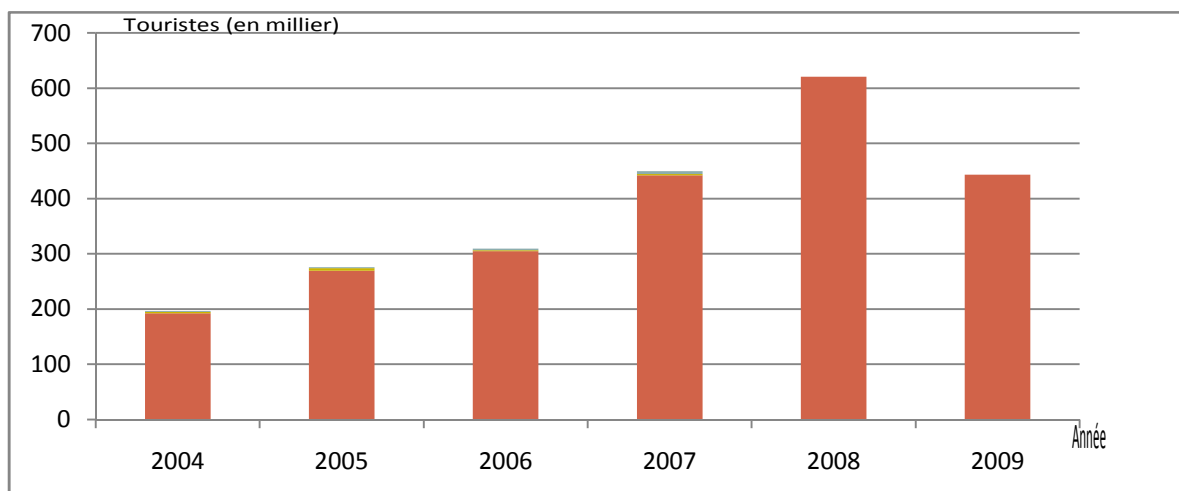
Tableau n°II : progression des indicateurs touristiques du pays :

Indicateur Touristique	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Nombre de touristes venus	228 784	256 660	269 988	313 000	369 340	221 604
Recette en devise (Million de DTS)	192.1	269.4	304.6	441.9	620.8	443.2
Observation	Bonne	Evolué	Evolué	Très bonne	Très bonne	Crise

Source : Ministère du tourisme 2010

Malgré la crise économique qui frappé le pays en 2009, le nombre des visiteurs ne cesse pas d'évoluer chaque année

Graphique n°1 : l'évolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières



Source : Ministère du tourisme 2010

C - Dans le domaine international

Sur le plan international, le tourisme est reconnu comme une industrie importante et un secteur de poids économique. Il s'avère que les touristes sont essentiellement attirés par la beauté naturelle qu'offre notre pays.

Madagascar connaît un développement spectaculaire des touristes dont la majorité d'entre eux viennent de la France, la Réunion, l'Italie l'Allemagne et les

autres pays développés. Grâce à leur niveau de revenu élevé, les ressortissants de pays cités ci-dessus trouvent, dans le tourisme un moyen de s'épanouir en dehors de leur pays.

Conscient des avantages financiers, les jeunes opérateurs économiques s'investissent de plus en plus dans le domaine du tourisme. De même, beaucoup des projets touristiques sont financés par les bailleurs de fonds comme le projet PIC (Pôle Intégré de Croissance), signé récemment par le gouvernement malgache.

L'allègement des restrictions aux déplacements internationaux est dû en partie à la prise de conscience de cette réalité.

En outre, le marché du tourisme au niveau international est à la recherche de nouveau produit à offrir afin de diversifier le secteur.

- Après avoir évoqué le premier chapitre, nous allons voir le second chapitre intitulé l'étude de marché.

Chapitre II : ETUDE DU MARCHE

Définition¹: c'est une étude Marketing- commerciale conduite de façon scientifique, stratégique destinée à rassembler des données qualitatives et quantitatives sur le marché.

L'étude commerciale tient une place importante dans l'élaboration du projet. Toute la construction de notre future entreprise sera conditionnée par les conclusions de cette étape. En effet, la création d'une entreprise dépend des conditions de réalisation commerciale de notre idée de projet.

Donc, il ne suffit pas de mettre directement sur le marché un produit, si bon soit-il, encore faut-il que ce produit réponde aux besoins des clients. Il faut adapter le produit aux besoins :

- ❖ Il faut conquérir le marché (action)
- ❖ Il faut connaître le marché (analyse)
- ❖ Il faut adopter un système de pensée pour y parvenir (état d'esprit).

Ces trois (3) dimensions caractérisent le concept de MARKETING.

Notre marché est composé de clients et ceux-ci ne sont pas homogènes. Leur taille, leur origine géographique, leur attente vis à vis du produit varient tout autant que leur mode d'achat. Il est donc intéressant voire même obligatoire d'étudier les variantes si l'on veut sérieusement créer un projet. C'est ce que nous allons faire dans le cadre de l'étude de marché de produit de ce centre de location.

Avant de faire l'étude de marché, il nous paraît nécessaire de définir le marketing.

Dans sa quasi-totalité ? Ce centre d'exposition possède une fonction de marketing. Le terme marketing est très utile et recouvre souvent des significations différentes.

D'une façon générale, on définit le marketing comme l'ensemble des actions visant à adapter l'offre d'une entreprise aux besoins des demandeurs.

¹ :Roger MARTIAL Cours Marketing II, 3^èm année Gestion, Université de Toamasina2007

Section I : La zone d'étude

§1-Situation géographique du marché

A- Délimitation de la région

Le fivondronana de Nosy- Be est situé dans l'extrême Nord- ouest de la grande terre, à l'entrée de la baie d'Ampasindava.

- ✚ L'île de Nosy-Be se trouve à 900 km d'Antananarivo, la capitale de Madagascar et à 20 km de côte Nord ouest de Madagascar qui est la région de Sambirano
- ✚ Elle s'étend sur une superficie de 312 km², elle mesure 75 km de circonférence, pour 24 km de sa plus grande longueur et 18 km de sa plus grande largeur.
- ✚ Le point culminant de Nosy-Be est le Mont- passot qui est de 329 m.

Deux villes importantes se trouvent sur l'île : l'Hell- ville qui est au centre de la ville et le Dzamandzar où se trouve la sucrerie il se situe sur la périphérie de la ville.

B- Le relief climat hydrographique

Le relief de la ville de Nosy- Be est en générale montagneux, Nosy- Be à un climat tropical chaud et humide. Il fait chaud presque toute l'année dans cette région sauf pendant les saisons de pluies, de décembre à février. En moyenne, la température de l'île varie de 20°C à 30°C. Le soleil brille presque toute l'année plus de 300 jours par an.

C. Le choix et la localisation du site

La concession où sera implanté le centre est la propriété du promoteur. Elle mesure 2 ha et se situe au centre de la ville. Les bâtiments occuperont un terrain mesurant 1000 m²

Notre choix est ainsi basé sur le climat et de nombreuses merveilles sous marines qui sont propices pour l'attraction des touristes. L'augmentation progressive du nombre de touristes qui visitent Nosy-Be nous a incités à implanter ce centre d'exposition. Vu que les touristes sont les principaux clients des opérateurs des

produits artisanaux, nous espérons qu'avec la création de centre attirer les deux principaux groupes.

Nosy-Be est une île volcanique, elle détient un atout avec sa végétation luxuriante, ses réserves naturelles et la découverte de la faune et de la flore locales comme les caméléons, les lémuriers qui attirent les clients

Enfin Nosy- Be est considéré comme l'un des bijoux de l'Océan indien grâce à la beauté de sa nature, de plus, elle bénéficie de la culture d'ylang- ylang, de poivre vert, de café, c'est pour cela qu'on la surnomme « île aux parfums ».

Bref, les plages de sables blancs, les montagnes, les lacs, les forêts primaires, les vastes plantations de canne à sucre et d'ylang-ylang font de Nosy- Be l'endroit le plus visité de Madagascar par les touristes. Tout cela justifie notre optimisme quant à la rentabilité et à la faisabilité de ce projet.

§2- Analyse de l'environnement économique

A- définition¹

L'environnement est un système complexe ayant une influence indirecte ou directe sur le marché.

Pour son bon fonctionnement, le projet ne peut pas se passer de son propre environnement. Aussi, l'analyse de son fonctionnement interne et externe s'avère-t-elle nécessaire dans le but de mieux s'adapter à la réalité du marché et au secteur d'activités.

B- L'environnement socio- culturel

L'analyse de cet environnement va nous permettre d'appréhender le comportement d'achat des clients ainsi que leurs influences sur le marché.

En effet, la vente des produits artisanaux ne date pas d'hier, elle a existé depuis fort longtemps à Madagascar surtout dans les îles touristiques. Il faut dire que la saisonnalité des arrivées des touristes influe sur la vente des produits.

¹ :Henri ANDRIAMARO, Cours technique commerciale II, 2^{ème} année Gestion, Université de Toamasina2006

C- L'environnement économique

L'environnement économique de Madagascar se manifeste par une dépréciation du pouvoir d'achat de la population et une hausse catastrophique du prix des produits de première nécessité. Par mesure, il faut une stratégie, une gestion adéquate et fiable pour le bon fonctionnement du projet. Il faut jongler avec le coût et le prix de vente en échelonnant la perception de revenu dans le temps (vente échelonnée) et ajuster le volume global de la vente en fonction des besoins afin de se prémunir contre tout risque de déficit budgétaire.

Enfin, les possibilités de trouver des débouchés s'accroissent grâce à l'évolution des touristes qui s'intéressent aux produits artisanaux.

D- L'environnement juridique

Le droit commun des entreprises résidentes à Madagascar régira la vie de la société créée par ce projet. Exerçant une activité à but lucratif, la société paiera des impôts professionnels liés à son existence. Aux termes de la loi de finances et en particulier, du code général des impôts, les entreprises nouvellement créées, ayant obtenues de l'agrément, sont dispensées du paiement d'impôts annuels sur les bénéfices (IBS), depuis leur création jusqu'à la 5^{ème} année d'exploitation.

§3- La structure démographique

A- La population de la Commune Urbaine de Nosy- Be

La population de la commune urbaine de Nosy- Be compte 69 445¹ habitants dont la majorité est des jeunes. Ils tiennent 60% de la population active. La commune est cosmopolite, où coexiste plusieurs ethnies dont la grande partie est composée essentiellement de « Sakalava ».

B- L'évolution démographique

L'obtention des données concernant l'évolution démographique de la ville de Nosy- Be n'était pas possible du fait que les données récentes ne sont pas encore

¹ : Source : service statistique de Nosy- Be

disponibles auprès du service statistique de la ville. C'est pourquoi le calcul exact de l'évolution démographique est impossible. Mais grâce à l'application du taux de croissance moyenne à Madagascar¹ qui est de 3,3%, le calcul se fera comme suit

➤ **Application numérique :**

En 2004, la population de l'île compte 69 445 habitants

$(69\,445 \times 3,3\%) + 69\,445 = 71\,737$

$(71\,737 \times 3,3\%) + 71\,737 = 74\,104$

Tableau n° III : Evolution démographique

Année	2004	2005	2006	2007	2008	2009
population	69 445	71 737	74 104	76 549	79 075	81 684

Source : calcul à base du taux de croissance moyenne à Madagascar

Section II : La description du marché

Par définition², le marché est le lieu ou le moyen de rencontre entre l'offre et la demande d'un bien (ou d'un ensemble de biens) et où se détermine le prix de cession et les quantités échangées. L'expression « passer un marché » indique que le marché est aussi un contrat comportant vente et achat des biens ou services.

Le marché peut être localisé avec présentation effective des marchandises et présence physique des acteurs. Il peut consister un réseau d'information sur lequel ils se branchent, et porter sur des biens à livrer immédiatement.

§1- Les structures du marché

Une classification possible des marchés consiste à partir du nombre de vendeurs et d'acheteurs. Il est alors possible de donner des noms particuliers à certaines situations que l'on peut facilement observer dans la vie économique :

A- La concurrence

¹ Source : Ministère de la population, le taux de croissance moyenne à Madagascar, 2009

² Henri ANDRIAMARO, Cours technique commercial 1^{ère} année Gestion, Université de Toamasina 2005

La notion de concurrence possède un sens courant et une signification économique :

- Au sens courant, la compétition correspond à une compétition, une confrontation entre plusieurs vendeurs (ou acheteurs) d'un même produit.
- Dans le sens économique, la concurrence désigne une structure de marché où les vendeurs et les acheteurs sont suffisamment nombreux pour qu'aucun ne puisse exercer une influence sur le prix.

Il existe toutefois des degrés de différents de la concurrence : la concurrence pure et parfaite et la concurrence monopolistique.

B - Le monopole et l'oligopole

La notion du monopole se traduit lorsqu'un seul vendeur propose un certain produit sur le marché. Une entreprise qui est seule sur le marché peut donc fixer elle-même son prix. Le monopole peut être bilatéral s'il fait face à un seul acheteur.

On se trouve en situation de l'oligopole lorsque quelques vendeurs se partagent un marché. Chaque vendeur peut influencer le prix et chacun décide en tenant compte de ce que font les autres.

C- Les typologies du marché

Schéma n°1 : Types de marché

Offre Demande → ↓	Une seule entreprise	Quelques entreprises	Nombreuse entreprises
Un seul acheteur	Monopole bilatéral		Monopsone
Nombreux acheteurs	Monopole	Oligopole	Concurrence

Source : cours théoriques Technique commercial

§2-Présentation de marché cible

Une cible veut dire le segment du marché auprès de qui l'entreprise veut vendre son produit. Choisir une cible, c'est déterminer quel segment ou quel type de

Clientèle l'entreprise veut atteindre et quel public est susceptible d'être touché par ses actions commerciales de manière efficace

Etudier un marché consiste à identifier les agents et les produits de ce marché ; et connaître les relations entre les différents acteurs.

Pour notre projet, le marché ciblé : ce sont les opérateurs des produits artisanaux dans la District de Nosy-be, Il et ses environs c'est – à – dire la région de DIANA.

A- Les opportunités du marché

Le centre d'exposition des produits artisanaux que nous allons implanter à Nosy-be est un produit nouveau ; Pour cela, on peut dire que ce produit a une opportunité spécifique sur le marché car ce dernier est encore ouvert et il ne va pas avoir aucune concurrence sur le marché visé, du moins pour un début.

B- La situation actuelle du marché

Actuellement, notre projet est en situation de monopole¹, c'est- à –dire il est seul sur le marché, il peut fixer lui même son prix, il est libre sur le marché. En effet, il existe une limite au pouvoir du monopole c'est- à – dire au fur et à mesure le prix augmente, la demande des consommateurs diminue.

Section III : Analyse du marché

§1 Analyse de l'offre

Nous savons que l'analyse de l'offre dépend de la situation de la demande, c'est à dire qu'il faut voir tout d'abord le mouvement de la demande sur le marché avant de choisir les produits.

A- Produits à offrir

Pour faire plaisir à tous les opérateurs formels, les autorités locales, les clientèles, ainsi que les habitants de la grande île, nous avons décidé de créer un centre de location des stands dans la ville de Nosy-be. Ces stands sont réservés

¹ Dictionnaire d'économie, Jean –Yves Capul et Olivier Garnier

uniquement aux vendeurs des produits artisanaux et quelles que soient leurs origines.

B- La clientèle cible

Les vendeurs des produits artisanaux comptent actuellement 500¹ environs à Nosy-Be ainsi qu'aux alentours. Plus de 80% d'entre eux sont encore informels et cherchent à trouver un endroit où ils peuvent se placer.

Le résultat de notre enquête effectuée au cours de multiples visites et séjours passés à Nosy-Be justifie l'importance de la clientèle dans ce domaine d'activité.

C- L'appréciation de l'offre dans la région

L'inexistence de ce centre de location dans cette région actuellement nous a permis de saisir une grande opportunité de marché. L'implantation de ce centre s'avère être bénéfique pour la région du point de vue économique et sociale.

§2- Analyse de la demande

Avant d'analyser la demande de la population, il faut tout d'abord voir le mouvement de la demande sur le goût des produits, sur le prix et sur les revenus des clientèles. Cette analyse permet à l'entreprise de connaître les caractéristiques de stands demandés par les clients, le nombre de stands réservés et les types de clientèles ciblées sur le marché.

A- Besoins des clients potentiels

D'une façon globale, les clients potentiels cherchent toujours les produits et les services de bonne qualité qui procurent le maximum de satisfaction et de valeur. Cette satisfaction est le sentiment d'un client résultant d'un nouveau client pour la société.

D'où, la plus sûre manière de connaître le réel impact de satisfaction de la clientèle est de mesurer sa satisfaction vis à vis des concurrents. Car quand elle manifeste une excellente satisfaction, cela n'implique pas forcément qu'elle est plus satisfaite.

¹ Enquête auprès des opérateurs de Nosy-be

En outre, les clients ont besoin de fixer le prix habituel d'un produit sauf pour les produits nouveaux sur le marché. Le non-respect de la fixation des prix entraîne l'infidélité des clients provoquant des impacts directs sur le chiffre d'affaire de la société.

§3 – Analyse de la concurrence

Après avoir analysé l'offre et la demande, il est nécessaire d'étudier les concurrents pour évaluer la forme ou la structure de marché, leur nombre, leur importance, leur stratégie, leur situation financière.

En outre, nous allons aussi connaître les points forts et les points faibles des concurrents. Mais pour cibler les concurrents potentiels, il faudra tout d'abord analyser le type de marché existant.

A- Les concurrents dans la région

Comme nous avons cité ci-dessus que ce produit est un produit nouveau sur le marché, cela signifie qu'il n'y a encore aucune entreprise qui occupe le marché à savoir :

- Marché de concurrence parfaite : nul
- Marché de concurrence imparfaite : nul
- Concurrent potentiel : nul.

Par contre, les 5%¹ des clients cibles ne pourront pas intéresser notre projet ; qu'ils préfèrent vendre leurs produits sur place.

B- Les concurrents hors de la région

Dans toutes les villes de destination touristique de Madagascar, les ventes des produits artisanaux occupent toujours une place importante. La ville de Tananarive est très remarquable avec ses variétés des produits artisanaux et leur prix moins chers. Or, la plupart des touristes qui voyagent par avion devront passer par la capitale avant de rejoindre Nosy-be. Ce qui handicape un peu les ventes dans la région.

¹ Enquête auprès des opérateurs locaux (échantillons)

Section IV : La politique Marketing envisagée

§1- Choix de Produit

- On admet généralement que la politique de produit a pour objectif, l'amélioration de la position de la société sur le marché. Les éléments de cette politique ont les caractéristiques techniques suivantes :
- Elles doivent être bien adaptées aux fonctions que doit remplir le produit. En outre, elles doivent entraîner des coûts de production minimum. Par ailleurs, les améliorations apportées aux caractéristiques techniques peuvent renforcer la compétitivité de l'entreprise.
- En effet, si l'on admet que la société possède une certaine avance sur les concurrents, elle peut en transformant les caractéristiques du produit, accroître cette avance et mettre ses concurrents en difficulté.

La politique de prix est étroitement liée à trois éléments à savoir :

- la qualité du produit,
- la qualité du service,
- la clientèle finale.

Nous savons que les réactions des clientèles devant les prix sont variées. Ainsi, il faut tenir compte de la relation prix- qualité ; à un prix élevé est associée une qualité supérieure. Mais il ne suffit pas d'avoir le produit le plus cher pour espérer obtenir forcément le meilleur nuage de qualité. Car même si l'effet de qualité joue très fortement, il existe un point variable selon les individus au delà duquel la clientèle n'ira pas parce qu'elle est limitée par son revenu.

§2- Mode de distribution

Elle consiste à faire augmenter les ventes faites aux distributeurs, à les inciter à mettre en avant les produits, à les assister dans leurs propres opérations de promotion.

Donc la politique de distribution est étroitement liée aux éléments ci-dessous :

- d'assurer la présence permanente du produit aux points de vente,
- réduire au maximum les frais qui grèvent le prix de revient.

§3-La Politique de communication et de promotion

A- La politique de communication

La réussite de notre entreprise dépendra de la force et de l'efficacité de notre plan de communication. Elle concerne l'ensemble des actions permettant de faire connaître le produit nouveau, c'est – à – dire le choix de support pour des actions publicitaires visant à :

- Faire connaître les produits et les services offerts à la clientèle ;
- faire ressortir les besoins qu'on peut satisfaire pour agir la consommation ;
- créer puis entretenir la bonne image des produits, des services et surtout de l'entreprise.

Donc la communication est utilisée comme moyen de publicité pour apparaître les produits nouveaux de la société. Pour cela, il y a deux catégories de publicité en l'occurrence¹ :

- la publicité d'information : on informe de l'existence d'un produit nouveau,
- la publicité suggestive : on informe et on convaincra la clientèle

Les moyens utilisés par l'entreprise pour le plan de communication :

1) Premier moyen : communication personnelle

Pour pénétrer dans les marchés, nous avons utilisé des différentes méthodes. La base de communication que nous comptons employer, c'est le contact direct avec les clients sur terrain, un dialogue face à face. Nous allons procéder de la manière suivante :

- nous devons d'abord descendre sur terrain pour contacter les clients
- pour chaque contact, le but est de convaincre nos interlocuteurs avec nos argumentations et ensuite d'obtenir de leur part, une commande pour nos produits

Chacun des associés, en plus de ses attributions personnelles doivent fournir l'effort d'aller discuter avec les éventuels clients. Il s'agira d'une action ou plutôt

¹ Roger MARTIAL, cours de Marketing II , 4^{ème} année Gestion, Université de Toamasina 2008

d'une culture de bonnes relations mais surtout d'une réception d'informations sur l'image et la réputation de l'entreprise en retour.

2) Deuxième moyen : communication directe de masse : publicité média

Cette communication est unilatérale et impersonnelle. Nous pouvons imaginer l'envoi d'annonces par radio et à la télévision.

3) Troisième moyen : communication directe spécialisée : publicité hors -média

Elle regroupe :

- La publicité sur le lieu de vente : enseignes lumineuses ou panneaux indiquant le nom de l'entreprise et ses activités
- La distribution des tracts informant sur l'existence de l'entreprise, des produits et le service offert et y mentionnant aussi les avantages qu'on peut avoir sur l'entreprise.

La politique d'action commerciale devra tenir compte de ces trois moyens, mais nous axons surtout sur le premier et le deuxième moyen

On peut dire que la communication est un phénomène :

- économique car elle favorise et accélère l'expansion de la société
- sociale car elle procure des informations à la suite d'un contrat avec la population
- politique car elle constitue un art de convaincre les clientèles.

B- La politique de promotion

L'objet de la promotion est de faire essayer par le client un produit, de réduire son prix, voire même d'annuler un certain prix au marché. Et le but de la promotion, c'est d'inciter à pousser le produit vers la clientèle. Et aussi d'offrir à celle-ci gratuitement des produits tels que portes clés, calendriers portant le logo de l'entreprise. C'est une publicité pour la société c'est ce que fait l'objet d'une promotion.

Chapitre III : CONDUITE DU PROJET

Le bon fonctionnement d'une entreprise dépend en grande partie de son organisation. Elle s'applique à différencier logiquement les fonctions à répartir entre les services, les tâches et les responsabilités, à assurer les liaisons indispensables au fonctionnement harmonieux de l'ensemble. Aussi, est –il indispensable que l'organisation soit bien définie et que les tâches se répartissent selon l'objectif de l'entreprise

Ce chapitre se subdivisera en trois (3) sections. La première nous décrit l'identification des moyens. La seconde se penchera sur l'organisation et description des principales fonctions. Et la troisième sur le fonctionnement de ce centre d'exposition

Section I : Identification des moyens

Il faut mobiliser des moyens pour exercer une activité. Nous allons identifier ci-après les moyens nécessaires pour la réalisation du projet.

§1- Moyens Matériels

Ils sont constitués par les éléments suivants :

- Terrain 1.000m²
- Construction
- Matériel de transport : une voiture pour le gérant
- Matériel et mobilier de bureau
- Matériel informatique (Quatre ordinateurs + accessoires)
- Aménagement des travaux et installation
- Matériel et outillage

§2- Moyens financiers

Les moyens financiers se constituent par les apports des associés et un financement extérieur de la banque ou par une institution financière.

§3- Moyens humains

Ce projet dispose de Sept (7) personnes pour assurer son fonctionnement pendant les 5 premiers exercices.

Elles se répartissent comme suit selon leur catégorie professionnelle :

Tableau n°IV : Catégorie professionnelle

GERANT	1
ADMINISTRATION	
Responsable Administratif et Financier	1
Secrétaire	1
Chauffeur	1
COMMERCIALE	
Responsable commercial	1
Sécurités	2
TOTAL	7

Source : réflexion personnel, année 2010

L'existence des différents moyens utilisés à la réalisation dans ce projet permettra de nous conduire à la bonne marche de notre entreprise nouvellement créée et contribuera à la production envisagée.

Section II : Organisation et description des principales fonctions

§1- Organigramme

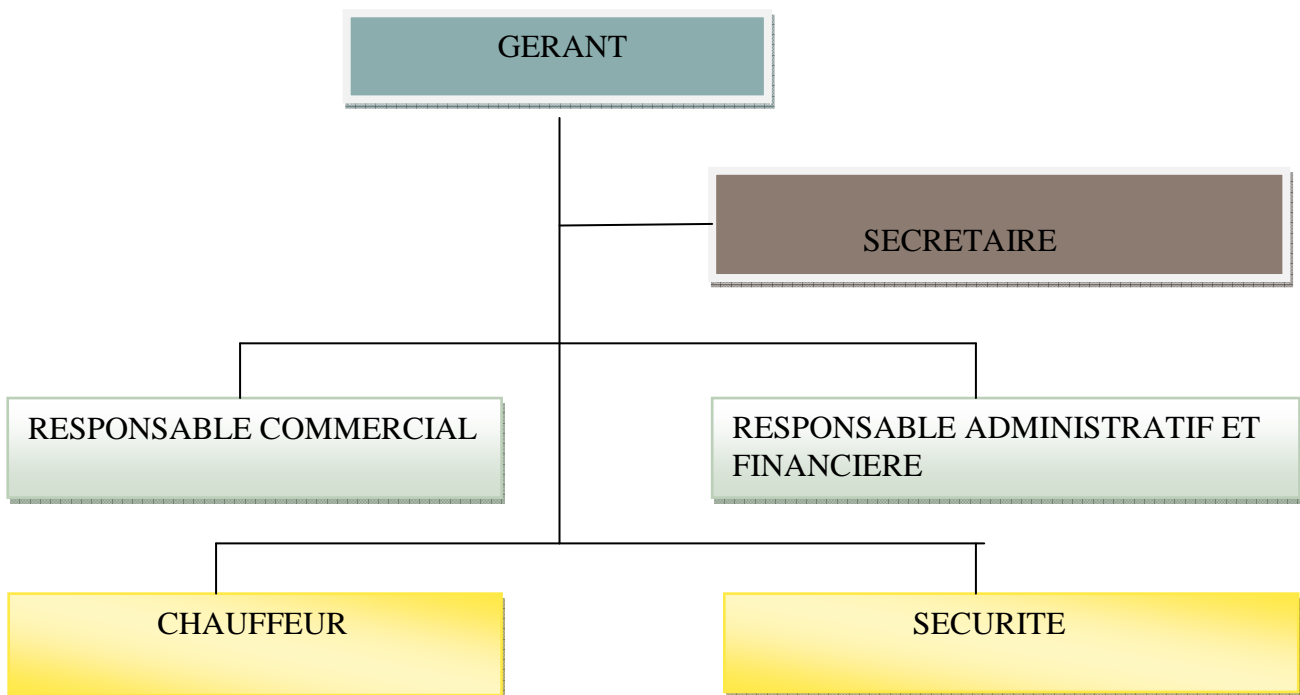
L'organigramme est la représentation graphique d'une structure. La structure adoptée et la gestion de ressources y sont étudiées. La structure sera légère dans un premier temps et déterminée par un besoin de réponse rapide à la demande de la clientèle. Pour assurer la bonne marche de l'Entreprise, nous envisagerons d'employer Neuf personnes permanentes.

Pour cela, toute entreprise ou société a un organigramme spécifique et a pour but de réaliser son objectif :

- augmenter son chiffre d'affaires
- avoir une forte notoriété envers les clients
- avoir la légitimité et l'acceptabilité

Afin d'atteindre ce but, la société doit s'organiser pour mieux accomplir et satisfaire ses clients. L'organigramme se présente selon les services existants dans ce centre d'exposition, Il est nécessaire de noter, que ce centre d'exposition ait structuré ou reparti selon les tâches ou spécialités de son personnel dans chaque service.

Schéma n°2 : organigramme envisagé



Source: Réflexion personnelle, Année 2009

§2 – Description des principales fonctions du personnel

Au sein d'une entreprise, la fonction peut se distinguer par la responsabilité du personnel et de séparer l'autorité de chacun.

Nous allons présenter ci- dessous le titre et la fonction du personnel au sein de ce centre d'exposition.

A – Gérant

C'est une personne désignée par l'assemblée des associés à qui l'on attribue la tâche de décider et de coordonner toutes les activités de l'entreprise. Elle a également comme attribution de suivre et de contrôler la mise en application de la politique et de la stratégie de l'entreprise dans le but d'atteindre les objectifs généraux. . Donc, elle est chargée d'assurer le fonctionnement de ce centre d'exposition.

B – Secrétaire

Le secrétaire est chargé d'aider le Gérant, d'assurer le classement des dossiers, de faire la saisie, bref de réceptionner les lettres. Il joue aussi un rôle d'un réceptionniste c'est –à – dire accueillir, informer et guider les visiteurs

C-Responsable Administratif et Financier

Il est chargé de :

- Assurer la gestion administrative et du personnel.
- Assurer la comptabilité et la finance de la société.
- Assurer la gestion comptable et financière de l'entreprise afin de formaliser tous les mouvements des flux monétaires, et des flux réels (flux des biens)
- à savoir l'exercice des relations avec les clients, l'Etat et les autres institutions qui entretiennent des opérations avec l'entreprise. Plus, précisément, il a pour mission de constituer les états financiers tout en respectant les normes et les évolutions comptables ainsi que les procédures en vigueur.

D - Responsable Commercial

En tant que Responsable Commercial :

la commercialisation est l'un des éléments qui jouent un rôle très important. Ce service a des tâches importantes notamment :

- ❖ La prospection des affaires nouvelles ;
- ❖ La gestion de portefeuille ;
- ❖ Le suivi d'encaissement.

Elle consiste à proposer les produits aux clients. A cet égard, les représentants commerciaux sont considérés comme des commerçants dont la principale activité est d'écouler ou de vendre leurs produits qui ne sont autres que les produits de locations de stand.

E - Chauffeur

Ils assurent la conduite, la maintenance et la bonne marche des véhicules.

F – Sécurité

Ce sont des personnes qui assurent la sécurité du centre.

§3 - Profil exigé pour les employés de ce centre d'exposition

A- Le Gérant

Il doit avoir :

- ❖ un diplôme d'étude supérieure en administration de l'entreprise, niveau Bac + 4.
- ❖ une aptitude à élaborer et à mettre à jours les indicateurs de performances et de résultats, et à effectuer le suivi de fonctionnement des sociétés,
- ❖ une maîtrise parfaite de l'outil informatique,
- ❖ une réelle disposition en matière d'organisation, de planification et de mise en œuvre de programme de travail,
- ❖ une maîtrise parfaite de l'anglais et du français.

Toutes ces capacités et ces connaissances s'avèrent être nécessaires et utiles pour résoudre les problèmes qui peuvent surgir au sein d'une entreprise



B- Responsable Administratif et Financier

Il doit :

- être Titulaire au minimum de diplôme Bac plus 3 en gestion et option Finances et Comptabilité.
- avoir au moins deux années d'expériences professionnelles probantes dans le domaine d'administration et de la comptabilité,
- maîtrise de l'outil informatique et pratique avérée de logiciel de la comptabilité comme ciel compta, Sage 100, etc.,
- maîtrise parfaite de la langue française et la compréhension de la langue anglaise,
- avoir la capacité d'analyser et de restituer des questions financières à l'écrit comme à l'oral.

C- Responsable Commercial

Il doit :

- être Titulaire au minimum de diplôme Bac plus 3 en gestion et option Commerce.
- avoir au moins deux années d'expériences professionnelles probantes dans le domaine commercial,
- maîtrise de l'outil informatique et pratique,
- maîtrise parfaite de la langue française et de la langue anglaise,
- avoir la capacité d'analyse à l'écrit comme à l'oral.

D- Secrétaire

Il doit remplir les critères suivants :

- Une formation BTS en secrétariat.
- Une maîtrise de l'outil informatique et de logiciel bureautique.
- Ayant un sens de communication.
- Une maîtrise parfaite de l'anglais et du français.

- Avoir une bonne présentation.

§4- Calendrier de réalisation

Pour la réalisation du projet, il faut passer par deux grandes étapes :

- Première étape : de l'étude de marché jusqu'à l'obtention du financement.
- Deuxième étape : de l'obtention du financement jusqu'à l'arrivée du premier client.

A- Première étape

Cette première étape est constituée par les phases ci-après :

- Etude de marché : 2 semaines
- Elaboration du plan d'affaire : 2 mois
- Recherche et obtention de financement : 5 mois
- Constitution de la société : 2 semaines (demande d'agrément, statistique, logistique, registre de commerce)

Nous tenons à vous signaler que l'élaboration du plan d'affaire et l'obtention du financement sont les piliers de cette première étape. Alors si ces deux phases ne sont pas assurées, les opérations suivantes ne peuvent pas se réaliser.

Afin d'illustrer ces différentes phases voyons ci-après le diagramme de GANTT

Tableau n°V : Diagramme de GANTT de la première étape

Période	1 ^{er} mois	2 ^e mois	3 ^e mois	4 ^e mois	5 ^e mois	6 ^e mois	7 ^e mois	8 ^e mois
Etude de marché	■							
Elaboration de plan d'affaire	■	■	■					
Recherche et obtention de financement			■	■	■	■	■	■
Constitution de la société								■

Source : réflexion personnel, année 2010

B- Deuxième étape

Après la première étape, on procède à la deuxième étape qui est composée :

- Suivi de procédure et construction de bâtiment : 12 mois
- Commande et réception des outils : 1 mois
- Recrutement du personnel : 2 mois
- Installation des outils et équipements : 1 mois
- Arrivée du premier client : 2 semaines

Section III : Fonctionnement de ce centre d'exposition

Comme nous avons déjà dit auparavant, ce centre est implanté dans le but de faire réunir dans un endroit spécifique toutes les opérateurs des produits artisanaux afin qu'il y ait un paysage très attrayant des touristes et avoir une organisation très merveilleuse de la ville.

§ 1- Système de fonctionnement

A- Le Fonctionnement à l'intérieur de ce centre d'exposition

L'entreprise travaille six jours sur sept à raison de 8 heures par jour. Elle se charge de fabriquer les stands, de les réhabiliter en cas de destruction. Et au cas où les exposants les abîmeraient volontairement, ils seront sanctionnés c'est – à – dire, ils devront réparer les stands avec leur propres moyens.

Les exposants sont responsables d'achat ou de fabrication des produits qu'ils vont vendre au sein de ce centre mais par contre, l'entreprise est entièrement responsable de la sécurité des produits une fois qu'ils arrivent dans leur enceinte.

Pour qu'il ait un bon fonctionnement de ce centre, une fois que les visiteurs arrivent, ils doivent d'abord passer au secrétariat qui se charge de les guider dans tels ou tels stands où ils verront les produits qui leur conviendront au mieux.

La direction de ce centre a décidé de faire ce genre d'organisation afin de bien contrôler les visiteurs et d'éviter les mauvaises intentions des autres.

B- Le Fonctionnement à l'extérieur du centre

La société est tout à fait responsable de régler toutes les procédures administratives au niveau de la collectivité locale et ainsi qu'au niveau du ministère de tutelle.

Elle est chargée aussi de s'occuper des publications du centre dans des différents pays.

Pour une bonne organisation, le centre offre un « parking » pour garder les voitures des visiteurs

§2 - La capacité d'accueil

A- Les Différents facteurs de production

1-Le facteur de production : Ressources humaines

L'homme est par excellence l'un des facteurs principaux de la production quelle que soit la nature de l'entreprise. Pour cette raison, nous embaucherons des administrateurs financiers, commerciaux, bref tout le personnel indispensable à l'entreprise.

2- Le facteur de production : équipement

Le fonctionnement d'un centre d'exposition comme celui-ci nécessite des équipements. On en détaillera dans l'étude financière.

3- Le facteur de production : ressources financières

Pour faire fonctionner les activités de ce centre d'exposition, on a besoin tout un ensemble d'équipements qui demande bien entendu de fonds d'investissements.

On a bien marqué dans l'étude des ressources financières que le problème majeur de l'industrie malgache se trouve au niveau de financement des investissements.

C- La Production envisagée

Nous disposons des données estimatives obtenues auprès des opérateurs des produits artisanaux de Nosy-be. A partir de ces données, nous avons estimé la base minimale de notre infrastructure d'accueil.

Tableau n°VI: Production mensuelle (en moyenne)

Type de produit	Nombre
Location de stands	136

Source : nos propres calculs

Comme nos produits sont des prestations de service, la quantité de produits n'évolue pas annuellement c'est – à –dire, ils sont constants mais par contre les clients qui louent les services évoluent au fur et à mesure que le service intéresse les consommateurs.

D - Prix envisagés

Tableau n°VII: Prix mensuelle

Type de produit	Montant Unitaire
Location de stands	70 000 Ar

Source : nos propres calculs

L'étude financière permet d'analyser la faisabilité de ce projet en évaluant les besoins financiers correspondants en fonction de toutes les données et des informations concernant la structure du marché ainsi que pour prévoir les données prévisionnelles du projet par sa rentabilité et la vitesse de récupération du capital investi.

Aussi c'est un moyen pour démontrer aux partenaires (banque, fournisseurs, Etat) le sérieux et l'importance de notre projet. Donc il est l'élément nécessaire à toute négociation.

Dans cette partie, nous allons voir en premier lieu le montant des investissements. En second lieu, nous analysons la rentabilité de notre projet et enfin nous allons proposer l'évaluation de notre projet.

Deuxième partie :
**ANALYSE FINANCIERE
DU PROJET**

Après avoir pratiqué des études sur la monographie, le marché et l'organisation de la première partie de notre ouvrage se terminent.

Nous passons maintenant à la deuxième partie. Celle-ci commence par l'investissement et leurs amortissements et ensuite l'analyse de la faisabilité et enfin l'évaluation de la rentabilité du projet.

En effet la deuxième partie de notre travail demande plus de temps de réalisation que la première car elle permet de dire si le projet est rentable ou pas. Mais c'est seulement à la fin de cette partie que nous pouvons tirer une conclusion.

Chapitre I : INVESTISSEMENT ET COMPTE DE GESTION

Dans ce chapitre, les éléments ci-après seront évoqués :

- Investissement et leurs amortissements ;
- Financement : remboursement des dettes et fonds de roulement ;
- compte de gestion.

Section I Investissements et leurs amortissements

§1. Le montant de l'investissement

A- Définition¹

L'investissement est la constitution du capital de production dont on attend le revenu sur plusieurs périodes futures. Le capital de production comprend l'ensemble des actifs physiques qui permettent de faire fonctionner l'unité de production au sein du cycle d'exploitation. Le cycle d'investissement met en relief la transformation de la monnaie en immobilisations.

On distingue plusieurs types d'investissement :

- les investissements en immobilisation dont les résultats s'étalent sur plusieurs années ;
- la construction ;
- l'acquisition de nouvelles machines.....

Ces investissements visent à améliorer la situation économique de l'entreprise.

Du point de vue financier, c'est une sorte de fond initial qui doit avoir des effets sur plusieurs années d'exercice sous forme d'encaissements successifs.

Avant d'investir sur quelques choses, il est jugé important d'étudier sa rentabilité et sa faisabilité. Donc la première démarche à faire consiste à repérer les différentes formes d'investissements qui seront à définir et à évaluer en dépenses et en ressources financières. Une fois toutes ces démarches faites, on peut effectuer le choix de l'investissement le plus rentable et des critères des décisions à prendre

¹ :Hariniaina ANDRIANIRINASOA , Cours de gestion financière, 2^{ème} année Gestion, Université de Toamasina 2006

B- Les éléments constitutifs

1- *Immobilisations incorporelles*

Qu'il s'agit d'un centre d'exposition ou autre activité à entreprendre, on ne peut pas se passer des immobilisations incorporelles. Il s'agit en général :

- frais d'établissement entre autres frais de constitution, frais de pré exploitation ;
- frais de recherche et de développement ;
- fond de commerce et autres.

D'une manière plus précise, ce sont des frais engagés à l'occasion de l'opération qui conditionnent l'existence ou le développement de l'entreprise mais dont le montant ne peut être rapporté à des productions de biens et de services déterminés.

Nous estimons à 2 000 000 ariary l'ensemble de ces immobilisations incorporelles.

2- *Immobilisations corporelles et valeurs estimatives*

Bref, ce sont les immobilisations qui ont une existence matérielle à l'inverse des immobilisations incorporelles.

Dans ce centre d'exposition, on trouve en général les immobilisations corporelles suivantes :

a) Terrain

Dans l'exploitation de leurs activités, l'entreprise a besoin d'un terrain de 1 000 m² dont les valeurs estimatives seront fixées à 20 000 000 Ariary.

b) Construction

Les constructions sont constituées d'une part, par l'ensemble des coûts relatifs aux 6 bâtiments abritant 150 stands qui s'élèvent à 52 000 000 Ariary et d'autre part, par les coûts d'infrastructures

Ces derniers sont repartis comme suit :

- terrassement..... = 2 800 000 Ariary
- infrastructure..... = 28 000 000 Ariary
- charpente et couverture.... = 30 000 000 Ariary
- Menuiseries..... = 6 000 000 Ariary
- Peinture..... = 4 000 000 Ariary
-
- Total..... = 70 800 000 Ariary**

c) Coûts de matériel et équipement d'exploitation

- matériel et mobilier de bureau.....= 4 000 000 Ariary
- matériel informatique.....= 2 400 000 ariary
- aménagements, travaux, installations..... = 10 000 000 ariary
- matériel et outillage..... = 2 000 000 ariary

Pour résumer et illustrer tous ces éléments constitutifs, voici un tableau récapitulatif des investissements en immobilisation

Tableau n°VIII : Récapitulation des investissements

RUBRIQUES	MONTANT
<u>IMMOBILISATION INCORPORELLE</u>	2 000 000
<u>IMMOBILISATION CORPORELLE</u>	
✚ Terrain	20 000 000
✚ Construction	122 800 000
✚ Matériel et Outillage	2 000 000
✚ Matériel et Mobilier de Bureau	4 000 000
✚ Aménagement, Travaux et Installation	10 000 000
✚ Matériel Informatique	2 400 000
✚ Agencement et Installation	1 000 000
Total	164 200 000

Source : calcul personnelle, année 2010

Par l'usure du temps, les immobilisations citées ci-dessus subissent toutes des pertes des valeurs selon la fréquence et la durée d'utilisation

Cette perte des valeurs est à prendre en compte dans une partie de l'analyse financière

§2 –Amortissement

« L'amortissement est la constatation comptable de l'amoindrissement de la valeur d'un élément d'actif immobilisé résultant de l'usage, du temps, du changement technologique et de toutes autres causes, dont les effets sont irréversibles »¹. Il fait partie des charges d'entreprise mais qui n'entraîne pas de décaissement.

¹ :Gervais RAKOTOVAO Cours de compta II, 2^{ème} année Gestion, Université de Toamasina 2006

La durée d'amortissement est fonction de la durée d'utilisation prévisible du bien. Pour le calcul, nous utilisons la formule de base de l'amortissement constant ou linéaire :

$$a = V_0 \times t$$

Avec a : annuité d'amortissement

V_0 : Valeur d'origine

T : Taux d'amortissement où $t = 100/n$

N : durée de vie

On connaît également que la durée des amortissements des immobilisations est différente et on la présente dans le tableau ci-après :

A- Tableaux d'amortissement (pour les cinq années d'exploitation)

1- Construction

On a $V_0 = 122\,800\,000$

$n = 10$ ans

$t = 100/10 = 10\%$

$a = 122800000 \times 10\% = 12280000$

Tableau n°IX : amortissement de constructi

Année	Vo	Amortissement	Amortissement cumulé	VNC
Année 1	122 800000	12 280000	12 280000	110 520000
Année 2	122 800000	12 280000	24 560000	98 240000
Année 3	122 800000	12 280000	36 840000	85 960000
Année 4	122 800000	12 280000	49 120000	73 680000
Année 5	122 800000	12 280000	61 400000	61 400000

Source : notre propre calcul, année 2010

Avec **VNC = Vo – amortissement cumulé**

2- Matériel et outillage

$V_0 = 2\,000\,000$

$n = 5$ ans

$t = 100/5 = 20\%$

$a = 2\,000\,000 \times 20\% = 400\,000$

Tableau n°X: amortissement de matériel et outillage

Année	Vo	Amortissement	Amortissement cumulé	VNC
Année 1	2 000000	400000	400000	1 600000
Année 2	2000000	400000	800000	1 200000
Année 3	2000000	400000	1200000	800000
Année 4	2000000	400000	1600000	400000
Année 5	2000000	400000	2000000	0

Source : notre propre calcul, année 2010

3 -Agencement et installation 3

$$V_0 = 1\,000\,000$$

$$n = 10 \text{ ans}$$

$$a = 1\,000\,000 \times 10\% = 100\,000$$

$$t = 100/10 = 10\%$$

Tableau n° XI : amortissement d'agencement et installation

Année	V_0	Amortissement	Amortissement cumulé	VNC
Année 1	1 000 000	100 000	100 000	900 000
Année 2	1 000 000	100 000	200 000	800 000
Année 3	1 000 000	100 000	300 000	700 000
Année 4	1 000 000	100 000	400 000	600 000
Année 5	1 000 000	100 000	500 000	500 000

Source : notre propre calcul, année 2010

B - Matériel et Mobilier du Bureau

$$V_0 = 4\,000\,000$$

$$n = 5 \text{ ans}$$

$$t = 100/5 = 20\%$$

$$a = 4\,000\,000 \times 20\% = 800\,000$$

Tableau n° XII : amortissement de Matériel et Mobilier du Bureau

Année	V_0	Amortissement	Amortissement cumulé	VCN
Année 1	4 000000	800000	800000	3 200000
Année 2	4 000000	800000	1600000	2 400000
Année 3	4 000000	800000	2400000	1 600000
Année 4	4 000000	800000	3200000	800000
Année 5	4 000000	800000	4000000	0

Source : notre propre calcul, année 2010

C- Matériel Informatique

$$V_0 = 2\,400\,000$$

$$n = 5 \text{ ans}$$

$$t = 100/5 = 20\%$$

$$a = 2\,400\,000 \times 20\% = 480\,000$$

Tableau n° XIII: amortissement de Matériel informatique

Année	V_0	Amortissement	Amortissement cumulé	VCN
Année 1	2 400000	480000	480000	1 920000
Année 2	2 400000	480000	960000	1 440000
Année 3	2 400000	480000	1440000	960000
Année 4	2 400000	480000	1920000	480000
Année 5	2 400000	480000	2400000	0

Source : notre propre calcul, année 2010

D- Aménagement, travaux, et Installation

$$V_0 = 10\,000\,000$$

$$n = 10 \text{ ans}$$

$$t = 100/10 = 10\%$$

$$a = 10\,000\,000 \times 10\% = 1\,000\,000$$

Tableau n° XIV: amortissement d'aménagement, travaux t et installation

Année	V_0	Amortissement	Amortissement cumulé	VCN
Année 1	10 000 000	1 000000	1000000	9 000000
Année 2	10 000 000	1 000000	2000000	8 000000
Année 3	10 000 000	1 000000	3000000	7 000000
Année 4	10 000000	1 000000	4000000	6 000000
Année 5	10 000000	1 000000	5000000	5 000000

Source : notre propre calcul, année 2010

L'amortissement est donc en quelque sorte une source de financement interne du fait qu'il correspond à une mise en réserves des disponibilités dégagées chaque

année et qui contribueront au renouvellement des immobilisations anciennes (usées, vétustes...etc.). Il vient en déduction du bénéfice comme toutes charges.

Après calcul des amortissements, il s'avère nécessaire pour l'analyse du compte de gestion visant à la détermination des résultats, de voir d'abord le financement possible pour le projet, ensuite le fond de roulement.

Section II : Financement du projet et le fond de roulement

Cette section va nous éclaircir le démarrage de ce projet. L'importance du fond de financement n'est plus à démontrer. S'il n'en existe pas, le projet ne verra pas le jour.

Aussi, nous allons voir point par point, d'abord la forme juridique choisie pour le projet, le financement proprement dit et finalement le fond de roulement.

§1.financement du projet

A- Choix de la forme juridique

Le choix est vaste, mais il faut quand même tenir compte des différents facteurs, clé de réussite pour la réalisation de ce projet. Ces facteurs sont les moyens matériels, le financement et surtout le savoir-faire technique.

Notre choix s'est orienté vers la forme : « société à responsabilité limitée » ou S.A.R.L pour les multiples raisons qui suivent :

- ❖ l'impôt à payer est faible ;
- ❖ la responsabilité de chacun des associés est limitée au montant de leurs apports respectifs ;
- ❖ les associés doivent être en contact permanent et se connaître ;
- ❖ qu'on ne peut pas les libérer immédiatement.

les apports sont intégralement libérés une fois la société formée, puisqu'ils sont le seul gage de créancier, sauf les apports en industrie du fait

En outre, la SARL ne demande pas de capital considérable au démarrage de l'activité. Néanmoins, il serait important d'envisager l'augmentation du capital ou de s'autofinancer pour l'extension des activités.

B- Les modes de financement possible du projet

1- Financement interne

a) La création du capital

Le capital social est la valeur créée tenue à la disposition de la société, depuis sa création, grâce à l'apport et l'engagement de chaque associé. Il est constitué par l'apport en espèces qui doit être effectué au moment de la constitution.

b) L'autofinancement

L'autofinancement est un moyen par lequel l'entreprise se finance par elle-même sans recourir à des tiers. Aussi, n'entraîne-t-il aucune charge financière.

2 - Le financement externe

a) Financement par fonds propres :

Les financements par fond propre se caractérisent par une augmentation du capital souscrit par les associés. Cette augmentation de capital est soumise à des conditions juridiques et techniques.

Sur le plan juridique¹, l'augmentation du capital doit être décidée par une assemblée extraordinaire des associées. Les actions nouvellement souscrites doivent être libérées au moins pour le 1/4 de leur valeur et le reste dans une période de cinq (5) ans. La prime d'émission doit être également libérée immédiatement.

¹Henri ANDRIAMARO, Cours technique juridique II, 2^{ème} année Gestion, Université de Toamasina 2006

Les anciens actionnaires bénéficient de droits préférentiels de souscription représentant leurs droits sur les réserves anciennes.

Sur le plan technique, le prix d'émission est fixé en fonction de la valeur nominale de l'action et de la valeur intrinsèque de l'entreprise.

b) financement par capitaux propres

C'est un financement par lequel l'entreprise emprunte de l'argent auprès des organismes financiers ou bancaires. Cet emprunt produit des intérêts et peut être à court, moyen ou long terme.

C - Choix du mode de financement

Comme il est impossible pour le présent projet de s'autofinancer dans sa totalité, nous sommes obligés de recourir auprès des organismes financiers ou bancaires afin de compléter le fonds nécessaire.

Par contre, grâce aux bénéfices annuels qui seront obtenus chaque année d'exploitation, on pourra dégager une forte marge d'autofinancement. A ce moment là, il est possible d'assurer le financement par le moyen de financement interne.

D - Détermination du montant de l'emprunt

Notre choix s'est porté vers la banque BOA (Bank Of Africa) pour l'emprunt auprès des organismes bancaires.

1- Les conditions d'octroi de crédit de la banque¹

Il y a deux conditions pour l'octroi de crédit par la BOA :

¹ Source : Direction d'information BOA Nosy-Be

a) Critères subjectifs

La banque exige la moralité, le savoir-faire et l'expérience du promoteur en technique et en gestion. En plus, le prêt ne se fera que si l'entreprise participe elle-même au financement du projet. Et bien évidemment, il faut que l'emprunteur soit lui-même client de la banque.

b) Critères objectifs

La banque octroie son crédit que si elle est totalement assurée de la bonne marche du projet, outre sa rentabilité économique et financière.

2- Les différents types de crédits

a) Le crédit d'investissement

Le crédit d'investissement sert à financer les biens durables (supérieur à 2 ans)

b) Le crédit de fonctionnement

Il s'agit d'un crédit à court terme, inférieur à 1 an. Il sert à financer le cycle d'exploitation.

3- Durées et taux de crédit

Le taux varie suivant la nature et la durée du crédit demandé.

Tableau n°XV : durée et taux de crédit

Nature de crédit	A court terme	A moyen terme	A long terme
- Durée	0 à 1 an	2 à 5 ans	+5 ans
- taux	23%	19 à 20%	17à 19%

Source : BOA Nosy-Be



E- Remboursement de crédit à long et moyen terme

Pour la réalisation du projet, une somme de Ar 100 000 000 sera contractée auprès de la banque BOA. La durée du remboursement est de 5 ans avec un taux annuel de 20%. Ce remboursement aura lieu à la fin de la première année d'exercice et de périodicité annuelle. Les modalités sont détaillées ci- après :

- Durée de remboursement 5 ans
- Périodicité..... annuelle
- Annuité constant(a).....= $\frac{V_0 \times i}{1 - (1+i)^{-n}}$
- Intérêt (I)..... = $V_0 \times i$

Avec $i = t/100$
 $t=20\%$

Tableau n° XVI : Emprunt

Période (année)	Capital début du période	Intérêt (1)	amortissement (2)	Total à verser	Capital fin de période (4)
1	100 000 000	20 000 000	20 000 000	40 000 000	80 000 000
2	80 000 000	16 000 000	20 000 000	36 000 000	60 000 000
3	60 000 000	12 000 000	20 000 000	32 000 000	40 000 000
4	40 000 000	8 000 000	20 000 000	28 000 000	20 000 000
5	20 000 000	4 000 000	20 000 000	24 000 000	0

Source: notre propre calcul, année 2010

Avec V_0 est le capital au début de période

(2)= (3)-(1)

(4)= V_0 -(2)

§2- Le fonds de roulement (FR)

A- Approche par le haut du bilan

$$\text{FR} = \text{Ressources stables} - \text{Emplois stables}$$

Cette formule implique qu'il faut augmenter les ressources permanentes si la liquidité réelle des actifs à court terme est plus faible que les dettes. Alors la fraction des ressources permanentes qui est le FR finance une partie de l'actif à court terme.

B- Approche par le bas du bilan

$$\text{FR} = \text{Actifs circulants} - \text{Dettes à court terme}$$

Le FR est aussi l'excédent des actifs circulants sur les dettes à court terme. Par contre, les actifs circulants non financés par le FR constituent nos besoins en fonds de roulement (BFR) par lequel nous devons recourir à un autre financement pour le fonctionnement du projet durant une période de 12 mois. Pour obtenir le montant du FR et du BFR, on établit un bilan d'ouverture.

Tableau n° XVII : Bilan d'ouverture

ACTIF	MONTANT	PASSIF	MO NTANT
Immobilisation incorporelle	2 000 0000	capital	80 000 000
<u>Immobilisation corporelle</u>	2 000 000	<u>dettes</u>	
Terrain	122 800 000	Emprunt à LMT	100 000 000
Construction	1 000 000	Dettes à court terme	7 000 000
Agencement installation	10 000 000		
A.T.I	2 400 000		
Matériel informatique	2 000 000		
Matériel outillage	4 000 000		
M.M.B			
Trésorerie	22 800 000		
TOTAL	187 000 000		187 000 000

Source : notre propre calcul, année 2010

Nous savons que **FR = Ressources stables- Emplois stables**

Donc nous avons $FR = (100\,000\,000 + 80\,000\,000) - 164\,200\,000$

FR = 15 800 000

Le fonds de roulement nécessaire concernant le montant pour couvrir les charges au moment du démarrage de l'activité jusqu' à la première vente. Il est évalué à 8 482 600 ariary pour démarrer le projet pendant les 3 premiers mois de la première année. En d'autre terme, nous avons une somme disponible d'Ar 8 482 600 pour financer en partie l'actif circulant

Section III : Compte de gestion

D'autres opérations ne peuvent pas être enregistrées dans les comptes de bilan parce que ce sont des achats ou des ventes représentant les acquisitions ou cessions des services ou des matériels consommables, et qui ne correspondent pas aux achats ou ventes de la valeur du patrimoine de l'entreprise.

Elles sont enregistrées dans les comptes des charges ou produits d'exploitation et financiers.

§1. Les comptes des charges

Ils contiennent les emplois définitifs qui correspondent à l'approvisionnement de l'entreprise. Les charges d'exploitation correspondent à des dépenses ou à des dépréciations liées au fonctionnement du projet. Les charges sont présentées dans les tableaux ultérieurs

Les charges telles que les impôts et taxes, les charges de personnel, les autres services extérieurs et les amortissements sont des charges fixes.

Par contre, les charges sur les services extérieurs et sur les achats de fournitures consommables sont des charges variables :

A- Les achats

▪ Achats des fournitures de bureau.....	= 600 000
▪ Eau	= 222 000
▪ Electricité.....	= <u>540 000</u>
Total des achats	1 362 000

B- Le service extérieur

▪ Entretien.....	= 200 000
------------------	-----------

C- Les autres services extérieurs

▪ Téléphone.....	= 120 000
------------------	-----------

- Publicité.....= 200 000

- Total des autres services = 320 000
- Impôts et taxes.....= 100 000

D - Charge de personnel

Tableau n° XVIII: Rémunération du personnel (mensuelle)

Poste	Salaire de base	nombre	Montant brut	Charges sociales		Net à payer
				CNAPS 1%	OSTIE 1%	
Gérant	500 000	1	500 000	5 000	5 000	490 000
Secrétaire	120 000	1	120 000	1 200	1 200	117 600
Responsable financier	140 000	1	140 000	1 400	1 400	137 200
Responsable commercial	140 000	1	140 000	1 400	1 400	137 200
sécurité	100 000	2	200 000	2 000	2 000	196 000
Chauffeur	100 000	1	100 000	1000	1000	98 000
Total	1 100 000	7	1 200 000	12 000	12 000	1 176 000

Source : enquête personnel, année 2010

E- Les charges financières

Comme nous avons précisé auparavant que nous allons recourir à un emprunt relatif à la somme de Ar 7 000 000 auprès de la Banque au début de l'exercice pour le financement des activités, c'est -à- dire un crédit de fonctionnement.

Avec : Montant : = 7 000 000

Durée de remboursement : = 12 mois

Taux (t) : = 23%

Intérêt : = capital x t

= 7 000 000 x 23%

Intérêt = 161000

Tableau n° XIX: Charge financière

Année	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Charge financière	21610 000	16 000 000	12 000 000	8 000 000	4 000 000

Source : *notre propre calcul, année 2010*

A la fin de la première année nous avons commencé de rembourser le crédit contracté auprès de la banque, donc pour l'année 1 c'est le cumul de dette à LMT et la dette à CT

Tableau n° XX : Tableau des charges

CHARGES TTC	Année1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<u>Achats</u>					
Fourniture	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
eau	222 000	222 000	222 000	222 000	222 000
Electricité	540 000	594 000	653 400	718 740	790 614
Total achats	1 362 000	1 416 000	1 475 400	1 540 740	1 612 614
<u>Service extérieur</u>					
entretien	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Total services extérieur	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
<u>Autre service extérieur</u>					
• Téléphone	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
• publicité	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Total autres services extérieur	320 000	320 000	320 000	320 000	320 000
Impôts et taxes	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Charge du personnel	1 411 200	1 411 200	1 411 200	1 411 200	1 411 200
<u>Dotation aux amortissements</u>					
• construction	12 280 000	12 280 000	12 280 000	12 280 000	12 280 000
• Mat et out	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
• A.I	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
• M.M.B	800 000	800 000	800 000	800 000	800 000
• A.T.I	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
• Mat. info	480 000	480 000	480 000	480 000	480 000
Total dotations aux amortissements	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000
Charge financière	21 610 000	16 000 000	12 000 000	8 000 000	4 000 000
Total des charges	52764000	47208000	43267400	39332740	35404614

Source : notre propre calcul, année 2010

NB : On constate une augmentation de 10% à partir de la deuxième année de notre exercice sur l'électricité.

Tableau n° XXI : Récapitulation des charges toutes taxes comprises (20%)

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Total achats	1362000	1416000	1475400	1540740	1612614
Total services extérieur	200000	200000	200000	200000	200000
Total autres services extérieur	320000	320000	320000	320000	320000
Impôts et taxes	100000	100000	100000	100000	100000
Charges de personnel	14112000	14112000	14112000	14112000	14112000
Charges financières	21 610 000	16 000 000	12 000 000	8 000 000	4 000 000
Dotation aux amortissements	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000
Total	52764000	47208000	43267400	39332740	35404614

Source : notre propre calcul, année 2010

Quant aux charges hors taxes, ce sont les achats, les services extérieurs et les autres services extérieurs qui peuvent être déductibles de la TVA, c'est – à – dire, comptabilisés d'un montant hors taxe

Tableau n° XXII : Récapitulation des charges hors taxes

RUBRIQUES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Achats	1 116840	1 161120	1 209828	1 263407	1322343
Service extérieur	164000	164000	164000	164000	164000
Autre service ext.	262400	262400	262400	262400	262400
Impôts et taxes	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Charge du pers.	1 4112000	1 4112000	1 4112000	1 4112000	14112000
Charge financière	21 610 000	16 000000	12 000 000	8 000 000	4 000 000
Dotation aux amortissements	15 060 000	15 060000	15 060 000	15 060 000	15 060 000
TOTAL	52425240	46859520	42908228	38961800	35020743

Source : notre propre calcul, année 2010

§2- Les comptes des produits :

Ces comptes renferment les ressources, c'est – à- dire, un enrichissement pour le projet en gestion. .D'où les tableaux récapitulatifs des ventes hors taxes et toutes taxes comprises. Dans notre projet, le produit de l'entreprise est :

La location des stands qui sont au nombre de 150 ;

Tableau n° XXIII : unité vendue mensuelle

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Location	120	130	138	142	148

Source : réflexion personnel, année 2010

Le coût unitaire de la location mensuelle s'élève à 70 000 Ar

Tableau n° XXIV : Vente annuelle hors taxe

Vente	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Location	100800000	109200000	115920000	119280000	124320000

Source : notre propre calcul, année 2010

Tableau n° XXV : Vente annuelle toutes taxes comprises (20%)

Vente	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Location	118944000	128856000	136785600	140750400	146697600

Source : notre propre calcul, année 2010

Avant la prise de décision, c'est- à- dire l'octroi d'un crédit, les institutions financières telles que les banques ou les organismes de financement ont besoin d'analyser les états financiers de l'entreprise. Après cette analyse, ils peuvent tirer une conclusion de refuser ou d'accepter le financement du projet. On peut ainsi dire que les états financiers véhiculent l'image du projet quant à sa rentabilité. Ces états financiers sont définitifs car ils intègrent les charges financières engendrées par l'emprunt.

Chapitre II : ANALYSE DE LA FAISABILITE

Dans ce chapitre, tous les outils de l'étude de la rentabilité sont mis en exergue à savoir : les résultats prévisionnels, le seuil de rentabilité, le plan de financement et le bilan prévisionnel.

Section I : Analyse de rentabilité

Le but précis de l'entreprise est de faire des bénéfices quel que soient leurs utilisations ultérieures : dividende, placement pour objectif économique ou social.

La rentabilité est surtout l'augmentation des ressources internes pour financer ses investissements ou améliorer le Fond de roulement.

§1-Le compte de résultat

C'est un document financier de synthèse où sont virés les soldes des comptes de charges et les produits à la fin d'un exercice comptable. Il nous permet d'évaluer la perte ou le bénéfice net d'un exercice ainsi que la performance de l'entreprise. Il ne tient pas compte des détails de rentrée des flux financiers (encaissement) et ceux de la sortie des flux financiers (décaissement).

Tableau n° XXVI : Présentation du compte de résultat prévisionnel

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<u>CHARGES</u>					
-achats	1 116 840	1 161 120	1 209 828	1 263 407	1 322 343
-services extérieur	164 000	164 000	164 000	164 000	164 000
- autres services ext.	262 400	262 400	262 400	262 400	262 400
-impôts et taxes	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
-charge de personnel	1 411 200	1 411 200	1 411 200	1 411 200	1 411 200
-charge financière	21 610 000	16 000 000	12 000 000	8 000 000	4 000 000
-Dotations aux amts	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000
(1) Total des charges	52764000	47208000	43267400	39332740	35404614
<u>PRODUITS</u>					
-Location	100 800 000	109 200 000	115 920 000	119 280 000	124 320 000
(2) Total des produits	100 800 000	109 200 000	115 920 000	119 280 000	124 320 000
Résultat (2)-(1)	48036000	53592000	57532600	61467260	65395386

Source : notre propre calcul, année 2010

On peut affirmer d'après ce tableau que dès la première année d'exploitation, le projet dégage déjà un résultat positif et augmente d'un rythme croissant pour chaque année.

En vertu du code général des impôts, une entreprise nouvellement créée bénéficie d'une exonération de la taxe si les résultats sont positifs, avec une durée de 5 ans¹. Ce qui signifie qu'à partir de l'année 5, l'entreprise bénéficiera de cette exonération d'un taux de 90%².

¹ Gestion fiscale et finance des entreprises, Jack, Bertrand et Christine Collette

² L'entreprise ne paie que les 10%, restant des impôts

§2- Le tableau de grandeur caractéristique de gestion (TGCG)

C'est un compte de résultat d'exploitation présenté sous une autre forme de façon analytique. Il permet d'analyser la performance de l'entreprise (de l'exploitation) sur au moins deux années d'exercice.

Tableau n°XXVII : le TGCG

RUBRIQUE	Année 1	Année 2	Année 3	Année4	Année 5
1) marges commerciale Production vendue	100 800 000	109 200 000	115 920 000	119 280 000	124 320 000
2) production de l'exercice	100 800 000	109 200 000	115 920 000	119 280 000	124 320 000
Achats	1 116 840	1 161 120	1 209 828	1 263 407	1 322 340
Charges externes	426 400	426 400	426 400	426 400	426 400
3) consommation intermédiaire	1 543 240	1 587 520	1 636 228	1 689 807	1 748 740
4) valeur ajoutée (1-3)	99 256 760	107 612 480	114 283 772	117 590 193	122 571 260
charge de personnel	14112000	14112000	14112000	14112000	14112000
impôts et taxes	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
5) EBE (4)- charge du pers et impôts et taxes	85044760	93400480	100071772	103378193	108449260
Dotation aux amts	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000
6) Résultat opérationnel (5)-Dotation aux amortissements	69984760	78349480	85011772	88318193	93389260
7) Résultat financier (produits financiers - charges financières)	(21 610 000)	(16 000 000)	(12 000 000)	(8 000 000)	(4 000 000)
8) résultat net (6+7)	48374760	62349480	73011772	80318193	89299257

Source : notre propre calcul, année 2010

Les produits financiers étant nuls, d'où le résultat financier est égal à moins charge financière

Section II : Le seuil de rentabilité

§1.Définition¹

Le seuil de rentabilité ou point mort ou encore chiffre d'affaire critique, est un chiffre d'affaire correspond à un résultat nul, c'est-à-dire, le chiffre d'affaire où l'entreprise, lors de la fin du période de son activité, ne réalise ni perte, ni bénéfice. Autrement dit, la marge sur coût variable est égale aux charges fixes.

§2.Unité du seuil de rentabilité

La connaissance du seuil de rentabilité du projet est bien nécessaire quant à la prise de certaines décisions.

- la production suffisante pour dégager un profit ;
- l'établissement d'une stratégie visant à augmenter le bénéfice par une réduction des charges variables, compression des charges fixes, augmentation du prix des ventes.....

§3.calcul du seuil de rentabilité²

La détermination du seuil de rentabilité repose sur trois notions fondamentales :

- la variabilité de certaines charges ;
- l'existence de charge de structure ;
- le chiffre d'affaire correspondant à un résultat nul.

Donc, pour obtenir la formule générale du seuil de rentabilité, il nous faut connaître les dépenses de fonctionnement de l'entreprise qui peuvent être divisée entre les variables.

¹ Gervais RAKOTOVAO, Cours comptabilité analytique d'exploitation II, 2^{ème} année Gestion, Université de Toamasina 2006

² :Hariniaina ANDRIANIRINASOA Cours gestion financière 2^{ème} année Gestion, Université de Toamasina2006

A- Les charges variables

Ce sont des charges qui varient en fonction du volume d'activité. Elles comprennent notamment :

- ✚ les achats
- ✚ les charges financières

Tableau n°XXVIII: charges variables

LIBELLES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
-Achats	1 116 840	1 161 120	1 209 828	1 263 407	1 322 343
-Charges financières	21 610 000	16 000 000	12 000 000	8 000 000	4 000 000
Total des charges variables	22726 840	17 161 120	13 209 828	9 263 407	5 322 343

Source : notre propre calcul, année2010

B- les charges fixes :

Les charges fixes appelées aussi charges de structure sont des charges qui ne subissent aucune fluctuation avec l'évolution du chiffre d'affaire. sont inclus :

- les charges externes
- les impôts et taxes
- les charges du personnel
- dotation aux amortissement

Tableau n° XXIX: Charges fixes

LIBELLES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
-les charges externes	426 400	426 400	426 400	426 400	426 400
-les impôts et taxes	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
-les charges du personnel	14112000	14112000	14112000	14112000	14112000
-dotation aux amortissements	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000
Total des charges fixes	29698400	29698400	29698400	29698400	29698400

Source : notre propre calcul, année 2010

C- Formule et mode de calcul du seuil de rentabilité

- ✚ SR : le seuil de rentabilité
- ✚ CV : les charges variables
- ✚ CF : les charges fixes
- ✚ CA : le chiffre d'affaire
- ✚ M/CV : la marge sur coût variable
- ✚ R : le résultat

Soit : $R = CA - (CV + CF)$

$$R = (CA - CV) - CF$$

$$R = M/CV - CF$$

Avec $M/CV = CA - CV$

Nous avons la formule :
$$SR = \frac{CA \times CF}{M/CV}$$

Tableau n°XXX : calcul du seuil de rentabilité

LIBELLES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
CA	100 800 000	109 200 000	115 920 000	119 280 000	124 320 000
CV	22 726 840	17 161 120	13 209 628	9 263 407	5 322 343
M/CV	78 073 160	92 038 880	102 710 172	110 016 593	118 997657
CF	29698400	29698400	29698400	29698400	29698400
R	48374760	62349480	73011772	80318193	89299257
SR ¹	38343506	35235818	33517990	32199007	31026704

Source : notre propre calcul, année 2010

Section III : Le plan de financement

C'est un état financier permettant d'étudier les effets du projet d'investissement sur la situation de la trésorerie des années à venir. Donc, c'est un document contenant des informations financières et prévisionnelles à établir annuellement avec les comptes de l'exercice.

Son but est d'ajuster la durée du programme et de financement que l'on doit appliquer afin de faire face aux dépenses.

Au préalable, l'étude de la structure financière actuelle permet d'élaborer un plan de financement. Cette première comporte :

¹ : Approximation supérieur pour faciliter le calcul

- le diagnostic de la structure financière actuelle : montant et évaluation du fonds propre, FR et BFR, structure de l'endettement ;
- la capacité d'autofinancement actuelle et prévisionnelle ;
- L'étude de trésorerie actuelle et prévisionnelle.

§1. La capacité d'autofinancement (CAF)

La CAF¹ représente le montant des sommes dégagés par l'exploitation qui reste disponible à la fin de l'exercice. C'est le surplus de trésorerie dégagé par l'activité ; c'est – à – dire, la différence entre les produits encaissés ou encaissables et les charges décaissés ou décaissables. On peut dire que la CAF apparaît donc comme la différence entre les flux de trésorerie entrants et sortants générés à partir des opérations courantes.

On a la formule générale :

$$\text{CAF} = \text{Résultat} - \text{Produits non encaissables} + \text{Produits non décaissages}$$

Tableau n°XXXI: la CAF

LIBELLES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Résultats	48374760	62349480	73011772	80318193	89299257
Dotations aux amortissements	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000	15 060 000
CAF	63434760	77409480	88071772	95378193	104359257

Source : réflexion personnel, année 2010

¹ Hariniaina ANDRIANIRINASOA Cours gestion financière 2è année Gestion, Université de Toamasina2006

Tableau n°XXXII : plan de financement

Libelles	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
(1) trésorerie	0	59234760	116644240	224716012	3000942205
<u>RESSOURCES</u>					
CAF	63434760	77409480	88071772	95378193	104359257
Fonds propres	80 000 000				
Emprunt	107 000 000				
(2) total ressources	250434760	136644240	204716012	320094205	297123246
<u>EMPLOIS</u>					
Investissement	164 200 000				
Remboursement d'emprunt	27 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
(3) total emploi	191 200 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
(4) trésorerie finale (4)=(1) + (2) – (3)	59234760	116644240	224716012	300094205	404453462

Source : notre propre calcul, année 2010

Durant toute l'exploitation, l'entreprise a dégagé une trésorerie saine, ce qui lui permettra de financer ses activités dès la première année et ce, grâce à la CAF obtenue.

➤ **Le cash-flow¹ prévisionnel**

La cash-flow prévisionnel est le potentiel de financement de l'entreprise, c'est-à-dire, les ressources obtenues par l'exploitation susceptibles d'être utilisées pour le fonctionnement du projet.

On a la formule :

CASH- FLOW = CAF – Remboursement d'emprunt
--

¹ Vololonirina RAVELOSON, cours gestion budgétaire, 3^{ème} année Gestion, Université de Toamasina 2007

Tableau n°XXXIII : Cash-flow prévisionnel

LIBELLES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
CAF	63434760	77409480	88071772	95378193	104359257
Remboursement d'emprunt	27 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
CASH-FLOW	36434760	57409480	68071772	75378193	84359257

Source : notre propre calcul, année 2010

Section IV : Le bilan prévisionnel

Il permet de récapituler dans un tableau la situation du patrimoine de l'entreprise. On y verra deux parties, dont à gauche figure les soldes des éléments d'actif et à droite ceux des éléments de passif.

Afin de pouvoir planifier l'activité de l'entreprise, le bilan prévisionnel étalé pour les cinq années d'exercices. Nous tenons à signaler qu'à chaque fin d'exercice, nous incorporons le bénéfice au capita

Tableau n°XXXVI : Bilan prévisionnel au 31-12-année 1

ACFTIF	Valeur brute	Amortissement	Valeur nette	PASSIF	Montant
<u>Immo incorpo</u>	2000000	-	2 000 000	<u>Capitaux</u>	
<u>Immo corpo</u>				<u>propres</u>	
-Terrain	20000000	-	2000 0000	Capital	80 000 000
-Construction	122 800 000	12 280 000	110 520 000	Résultat	48374760
-Matériel et outillage	2000000	400000	1 600 000	<u>Dettes</u>	
-MMB	4000000	800000	3 200 000	Emprunt	80 000 000
-Matériel informatique	2400000	480000	1 920 000	LMT	
-ATI	10000000	1000000	9 000 000		
-AI	1000000	100000	900 000		
<u>Disponible</u>					
Banque	59234760		59234760		
Total			208374760	Total	208374760

Source : notre propre calcul, année 2010

Tableau n° XXXV : Bilan prévisionnel au 31-12- Année 2

ACFTIF	Valeur brute	amortissement	Valeur nette	PASSIF	Montant
<u>Immo incorpo</u>	2000000	-	2 000 000	<u>Capitaux</u>	
<u>Immo corpo</u>				<u>propres</u>	
-Terrain	20000000	-	20 000 000	Capital	80 000 000
-Construction	122800 000	24560000	98 240 000	Réserves	48374760
-matériel et outillage	2000000	800000	1 200 000	Résultat	62349480
-MMB	4000000	1600000	400 000	<u>Dettes</u>	
-Matériel informatique	2400000	960000	1 440 000	Emprunt	60 000 000
-ATI	10000000	2000000	8 000 000	LMT	
-AI	1000000	200000	800 000		
<u>Disponible</u>					
Banque	118644240		118644240		
Total			250724240	Total	250724240

Source : notre propre calcul, année 2010

Tableau n° XXXVI : Bilan prévisionnel au 31-12-année 3

ACFTIF	Valeur brute	amortissement	Valeur nette	PASSIF	Montant
<u>Immo incorpo</u>	2000000	-	2 000 000	<u>Capitaux</u>	
<u>Immo corpo</u>				<u>propres</u>	
-terrain	20000000	-	20 000 000	Capital	80 000 000
-construction	122800 000	36840000	85 960 000	Réserves	110724240
-matériel et outillage	2000000	1200000	800 000	Résultat	73011772
-MMB	4000000	2400000	1 600 000	<u>Dettes</u>	
-matériel informatique	2400000	1440000	960 000	Emprunt	40 000 000
-ATI	10000000	3000000	7 000 000	LMT	
-AI	1000000	300000	700 000		
<u>disponible</u>					
Banque	291834012		291834012		
Total			303736012	Total	303736012

Source : réflexion personnel, année 2010

Tableau n°XXXVII : Bilan prévisionnel au 31-12-année 4

ACFTIF	Valeur brute	amortissement	Valeur nette	PASSIF	Montant
<u>Immo incorpo</u>	2000000	-	2000000	<u>Capitaux</u>	
<u>Immo corpo</u>				<u>propres</u>	
-Terrain	20000000	-	20 000 000	Capital	80 000 000
-Construction	122800 000	49120000	73 680 000	Réserves	183736012
-Matériel et outillage	2000000	1600000	400 000	Résultat	80318193
-MMB	4000000	3200000	800 000	<u>Dettes</u>	
-Matériel informatique	2400000	1920000	480 000	Emprunt	20 000 000
-ATI	10000000	4000000	6 000 000	LMT	
-AI	1000000	400000	600 000		
<u>Disponible</u>					
Banque	260094205		260094205		
Total			364054205	Total	364054205

Source : notre propre calcul, année 2010

Tableau n°XXXVIII : Bilan prévisionnel au 31-12-année 5

ACFTIF	Valeur brute	amortissement	Valeur nette	PASSIF	Montant
<u>Immo incorpo</u>	2000000	-	2 000 000	<u>Capitaux</u>	
<u>Immo corpo</u>				<u>propres</u>	
-Terrain	20000000	-	20 000 000	Capital	80 000 000
-Construction	122800 000	61400000	61 400 000	Réserves	264054205
-Matériel et outillage	2000000	2000000	0	Résultat	89299257
-MMB	4000000	4000000	0		
-Matériel informatique	2400000	2400000	0		
-ATI	10000000	5000000	5000 000		
-AI	1000000	500000	500000		
<u>Disponible</u>					
Banque	344453462		344453462		
Total			433353462	Total	433353462

Source : notre propre calcul, année 2010

Chapitre III : EVALUATION DE LA RENTABILITE DU PROJET

Section I : Evaluation du point de vue "commerciale"

Tableau n° XXXIX : calcul de rentabilité commerciale

RUBRIQUES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Résultats	48374760	62349480	73011772	80318193	89299257
Chiffres d'affaires	100 800 000	1090200 00	115 920000	119 280 000	124 320000
R _c	0.47	0.57	0.62	0.67	0.71

Source : notre propre calcul, année 2010

Résultat net

On a : _____

Chiffre d'affaire

Grâce à ce tableau, nous pouvons conclure que de l'année 1 et 2, les R_c sont respectivement égale, à 0,47 ; 0,57 avec une tendance croissante qui signifie que les bénéfices évoluent.

A partir de la quatrième année, les bénéfices sont largement supérieurs à la moitié du chiffre d'affaire et augmentent jusqu'à 71% en année 5.

Bref, le projet dégage une rentabilité commerciale très positive.

Section II : Evaluation du point de vue "économique"

Ce type d'évaluation nécessite une bonne connaissance de la structure économique du pays et des modalités d'intégration du projet dans ces structures.

La valeur ajoutée générée par chaque entreprise forme le Produit Intérieur Brut (PIB) ; elle exprime l'apport spécifique de l'activité économique nationale et est fournie par les éléments qui constituent la comptabilité nationale. Le PIB permet de

mesurer et d'apprécier les revenus attribués aux différents facteurs de production tels que les impôts, les salaires, la rémunération des capitaux ainsi que le taux de croissance économique du pays.

Ainsi, pour obtenir les ratios de rentabilité économique, il est jugé important de connaître en premier lieu les éléments suivants :

Tableau n° XL : la valeur ajoutée (VA)

ANNEE	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Valeur ajoutée	99 256 760	107 612 480	114 283 772	117 590 193	122 571 260

Source : notre propre calcul, année 2010

Tableau n° XLI : Eléments nécessaires au calcul des ratios :

ELEMENT	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Effectif du personnel	07	07	07	07	07
Charges du personnel	14112000	14112000	14112000	14112000	14112000
Résultats net	48374760	62349480	73011772	80318193	89299257
Achats	1 116840	1161120	1209828	1 263407	1322343

Source : notre propre calcul, année 2010

Grâce à ces éléments ci-dessus, nous pouvons dégager les ratios de rentabilité économique, et ce par l'intermédiaire de ces formules :

- (R) : ratios de rendement du personnel

$$\bullet \quad R = \frac{VA}{\text{Effectif}}$$

- ▶ efficacité du facteur de travail (R1) :

$$R_1 = \frac{\text{Charges du personnel}}{VA}$$

- ▶ performances économiques (R2) :

$$R_2 = \frac{\text{Résultat net}}{VA}$$

- ▶ Ratios de structure des achats (R3) :

$$R_3 = \frac{\text{Achat}}{VA}$$

Tableau n°XLII : ratios de rentabilité économique

RATIOS	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
R	141795 37	15373 211	16 326 253	16 798 599	17 510 108
R ₁	0.142	0.131	0.123	0.120	0.115
R ₂	0.48	0.57	0.63	0.68	0.72
R ₃	0.011	0.010	0.010	0.010	0.010

Source : notre propre calcul, année 2010

R : le tableau nous donne un rendement croissant généré par la richesse créée par l'employé.

R₁ : le taux à une tendance dégressive d'un exercice à l'autre due à l'augmentation de la valeur ajoutée et des charges de personnel constantes.

R₂ : cet indicateur augmente nettement .Il est obtenue par l'accroissement du résultat dégagé par an.

R₃: le ratio est ici faible car l'entreprise a pu réaliser une économie sur sa consommation.

Les ratios de rentabilité d'ordre économique favorisent des opérations financières au profit des éléments financiers, à savoir les intérêts et les services bancaires sur les encaissements et les frais bancaires. Ils améliorent également la rentrée des flux financiers au profit de la caisse de prévoyance sociale et des organismes sanitaires.

Section III : Evaluation d'ordre" financière"

§1.Temps de récupération des capitaux investis

Par définition¹, le Délai de Récupération des Capitaux Investis (DRCI) est la date à laquelle les investissements sont récupérés. C'est un délai par lequel les recettes d 'exploitation (charges déduites) sont égales aux montant des investissements initiaux. C'est également la période où le montant des capitaux équivaut aux montants des cash-flows.

Tableau n° XLIII: Détermination des cash-flows cumulés

ANNEE	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Cash-flow	36434760	57409480	68071772	75378193	84359957
Cash-flow cumulé	36434760	93844240	161916012	237294205	321654162

Source : notre propre calcul, année 2010

¹ Vololonirina RAVELOSON, Cours gestion budgétaire, 3^{ème} Gestion, Université de Toamasina 2007

Comme à la quatrième année le cumul des cash-flows est strictement supérieur à l'investissement, d'où :

$$\text{Délai} = 3 + (164\,200\,000 - 161\,916\,012) / (237\,294\,205 - 161\,916\,012)$$

DRCI= 3ans et 03 jours

Pour ce projet, le fonds investi sera récupéré dans 3ans 03 jours

§2. La valeur actuelle nette (VAN)

Elle est aussi appelée bénéfice actualisé, la VAN est la méthode la plus utilisée et la plus connue. Elle permet de savoir si le projet est rentable, c'est-à-dire cas d'une VAN positive ou non rentable si la VAN est négative. Elle permet aussi de comparer le montant de l'investissement avec celui des ressources ou cash-flow obtenus durant la durée de vie de l'investissement, où les recettes et les dépenses sont ramenées à leur valeur actuelle.

Elle s'obtient par la différence entre la somme des cash-flows actualisés et la dépense initiale.

D'où la formule :

$$VAN = \sum_p^n k_p(1+i)^{-p} - (I)$$

Tableau n°XLVI : Tableau cash- flow actualisé (taux d'actualisation 20%)

Année	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Cash-flow	36434760	57409480	68071772	75378193	84359957
Cash-flow actualisé	30362287	39867668	39393406	36351811	33902410
Cash-flow actualisé cumulé	30362287	70229955	109623361	145975172	179877582

Source : notre propre calcul, année 2010

K : cash-flow

P : durée de vie de projet

I : investissement

i : taux d'actualisation

VAN = cash-flow actualisé – (investissement)

VAN = 30362287 + 39867668 + 39393406 + 36351811 + 33902410 – 164 200 000

VAN = 179877582 – 164 200 000

VAN = 218555563 – 164 200 000

Donc on a :

VAN = 15677582

D'un taux d'actualisation de 20%, nous pouvons déduire du présent calcul que le projet présente une somme de flux financier actualisé positif de Ar 1567782. Par conséquent, le projet est acceptable et intéressant du point de vue financier.

Néanmoins, la VAN ne peut être utilisée pour la comparaison de plusieurs projets que si les durées de ceux-ci sont plus ou moins identiques et pour la fiabilité de la comparaison, les investissements initiaux doivent être identiques aussi.

C'est pourquoi, pour obtenir une bonne évaluation, il faut tenir compte d'autres critères plus efficaces, qui sont le taux de rentabilité interne et l'indice de profitabilité. Nous allons voir ces deux critères ci-après et successivement

§3. Le taux de rentabilité interne ou TRI

Le taux de rentabilité interne est le taux d'actualisation qui rentabilise les capitaux engagés par l'entreprise. C'est aussi le taux d'actualisation par laquelle la somme des cash-flow actualisé annule le montant de l'investissement

Dans cette méthode, la formulation du taux de rentabilité interne se définit comme suit :

$$\Sigma \text{Cash-flow } (1+i)^{-n} - I = 0$$

En d'autres termes, le taux de rentabilité interne (TRI) est le taux d'actualisation qui a la propriété d'annuler la valeur actuelle nette (VAN) de manière à établir une stricte égalité entre le montant (au besoin actualisé à ce taux) des capitaux investis et la valeur (actualisée elle aussi au même taux) des flux des revenus. Le calcul se présente ainsi par la formule ci-après :

$$\Sigma \text{Cash-flow } (1+i)^{-n} - (I) = \text{VAN} = 0$$

Alors on a, $\Sigma \text{Cash-flow } (1+i)^{-n} = I$

Pratiquement, pour trouver ce taux, on calcule par approximation successive jusqu'à ce que les résultats soient obtenus $\Sigma \text{Cash-flow } (1+i)^{-n} - (I) \leq 0$; il suffit alors d'effectuer une interpolation linéaire pour trouver ce taux.

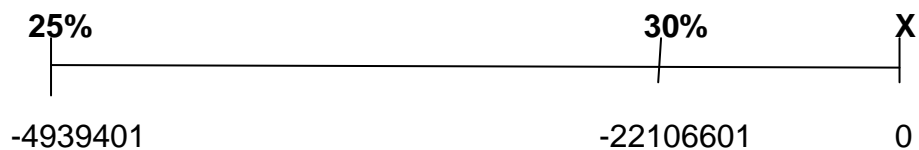
Pour que le projet soit viable et à la fois fiable, le taux de rentabilité interne doit être supérieur au taux d'emprunt, effectivement, si ce taux est élevé, l'investissement est très intéressant.

Tableau n° XLV : calcul de TRI

ANNEE	Cash-flow	i =25%	i = 30%
1	36434760	29147808	28026739
2	57409480	36742067	33970107
3	68071772	34852747	30983962
4	75378193	30874907	26392000
5	84359957	27643070	22720591
Total		159260599	142093399
VAN (25%)		-4939401	
VAN (30%)		-22106601	

Source: notre propre calcul, année 2010

D'après ce tableau on a:



$$\frac{X - 30}{25 - 30} = \frac{0 - (-22106601)}{-4939401 - (-22106601)}$$

$$\frac{X - 30}{-5} = \frac{22106601}{-27287399}$$

$$X - 30 = -4.5$$

$$x - 30 = -4.5$$

$$x = -4.5 + 30$$

$$x = 26.5\%$$

D'où

TRI=26.5%

On en conclut qu'à ce TRI égal à 26.5%, l'investissement et la recette nette de trésorerie sont équivalents. Aussi, ce taux nous permet d'affirmer que le projet est rentable parce que le TRI est supérieur au taux d'emprunt qui est de 20% ou du coût du capital nécessaire au financement du projet. En d'autre terme, il représente le coût maximum de capital susceptible de financer le projet

§4. L'indice de profitabilité (IP)

L'indice de profitabilité mesure le profit induit par un ariary de capital investi supérieur à 1. Suivant cette méthode, nous calculons le quotient de total des cash-flow actualisés à un taux déterminé et la dépense correspondant à l'investissement.

De cette définition, on peut dire que l'indice de profitabilité est le rapport entre la somme des cash-flows l'investissement du projet. Actualisés et l'investissement du projet .

Soit la formule:

$$\text{IP} = \frac{\sum \text{Cash-flow } (1+i)^{-n}}{\text{Investissement}}$$

$$\text{IP} = 179877582 / 164\ 200\ 000$$

$$\text{IP} = 1.09$$

Nous avons un indice de profitabilité de 1,09 qui est supérieur à 1. En outre, nous savons que plus l'indice de profitabilité est grand, plus le projet est intéressant. Ainsi l'investissement considéré consiste t-il à recevoir Ar 1,09 par 1 Ar décaissé. Ce qui nous emmène à dire que le projet est rentable et mérite d'être réalisé.

En conclusion, quels que soient les critères utilisés pour apprécier la rentabilité de ce projet, l'investissement s'avère rentable. Donc en faisant la synthèse de toutes ces méthodes, nous pouvons affirmer d'une manière certaine que le projet est rentable et acceptable

Section IV : Evaluation d'ordre social

§1. Perspectives du projet

Le projet procurera des profits tant au niveau de la société qu'au niveau de la nation. Autre que la création d'emploi généré par ce projet aussi bien au niveau des postes permanentes que temporaires, ce projet améliorera bien sûr le revenu de la population de la région et ainsi luttera contre l'insécurité qui peut exister dans la région

A- Création d'emploi et diminution de chômage

L'intérêt social de ce projet réside en le fait qu'il contribue à résoudre les problèmes de chômage. Ces problèmes humains consistent en nos jours la priorité du pouvoir public, surtout dans le pays comme le notre.

Face à ce tourbillon, nous avons pris l'initiative d'exercer en vue de contribuer à la diminution de chômage car l'implantation d'une Entreprise pour la location de stands d'exposition des produits artisanaux peut permettre à créer quelques emplois, non seulement pour le personnel de l'unité mais en même temps la main d'œuvre salariée de la région.

B- Augmentation des revenus

Ce projet fournit des avantages énormes puisqu'il procure des revenus sûrs et suffisants pour les employés. En tant qu'entreprise nouvellement créée, elle fait partie des entités distributrices des revenus pour les gens qui y travaillent. Ceci entraîne des ressources financières additionnelles pour les uns et une source de revenu capital pour les autres.

C- Développement de la région et sécurité sociale

L'emploi ainsi créé pourrait amener une sécurité sociale dans la région d'étude en éradiquant la délinquance juvénile provoquée surtout par l'oisiveté des jeunes

En plus, les familles touchées par ce projet auront le courage de mener à bien leur vie. En outre, ce projet procure des éléments essentiels nécessaires aux besoins de la population pour combler l'insuffisance en besoin humain. Il permet également aux habitants de la région de produire un peu plus et de profiter des avantages techniques et financiers de ce projet pour mieux favoriser leur propre vie : d'où le développement de la région est envisageable. Ainsi, le projet permettra d'améliorer le niveau de vie des gens embauchés

D- Protection de l'environnement

Afin d'empêcher l'étalement de tous les produits artisanaux dans toute la ville, le projet veille à ce que tous les opérateurs se réunissent dans un même endroit c'est – à – dire qu'ils se regroupent dans un centre spécialisé à cet effet et ce, pour une bonne organisation de la ville. De plus le centre est à la fois un endroit où l'on peut se promener, se distraire, et par conséquent constitue une merveille pour la ville

Section V : Impact du projet

§1. Impact direct ou indirect du projet

A - Impact économique

La croissance économique d'un pays dépend en partie l'existence des sociétés sur place. Sur ce point, L'Etat incite tous les spécialistes et les opérateurs à présenter des projets de création des entreprises, car nous savons très bien que dans une société, la valeur ajoutée exprime un apport spécifique de l'activité économique nationale¹.

Elle est fournie par les éléments qui constituent le produit brut et qui permet de déterminer le taux de croissance économique du pays.

¹ Accroissement de la rentabilité du fait de l'entêtement de l'entreprise

B - Impact financier

Ce projet va apporter une grande contribution dans la caisse de l'Etat en payant des ristournes au niveau de la commune pour un budget de fonctionnement ou d'investissement.

On ajoute également les impôts et taxes, impôts sur les bénéfices de la société, les droits des douanes, etc.

C- Impact Social

Comme conséquence d'une situation financière saisie, ce centre peut augmenter le montant des investissements nécessaires afin de multiplier la productivité, des ressources humaines et matérielles, d'améliorer l'ambiance de travail. Elle pourra aussi contribuer à une création d'emploi de la région de Nosy-be et ses alentours ou du moins la société peut augmenter les masses salariales du personnel qui aura un impact favorable sur l'ensemble du projet. C'est à dire l'accroissement du bien être social et du pouvoir d'achat de tous les travailleurs augmentent.

CONCLUSION

En guise de la conclusion, nous pouvons affirmer que le tourisme est un moteur du développement économique, dans ce sens, les études disponibles indiquent que cette activité peut contribuer à ouvrir des zones enclavées. Avec un littoral particulièrement adéquat pour les activités balnéaires, une faune et flore uniques, Nosy-be possède des atouts considérables au développement du tourisme.

Toutefois, le tourisme actuel ne correspond pas aux attentes liées à son potentiel. Paradoxalement, le tourisme malgache, est le moins développé dans les îles de l'océan indien (par rapport à l'île Maurice et aux Seychelles) et se heurte à des handicaps sérieux.

A Madagascar, l'exploitation de l'artisanat fait de plus en plus l'objet d'extraction aussi bien dans ses grandes villes ainsi que dans ses îles touristiques telles que Sainte-Marie, Nosy-Be,.....

Parmi ces produits artisanaux, il y a ceux qui sont fabriqués manuellement, ceux qui subissent des transformations industrielles ou encore ceux qui sont collectés directement.

A cet effet, Nosy-Be fait partie des îles de Madagascar où l'exploitation artisanale est bien présente et anime le marché quotidiennement. Ce dernier, bien que se faisant d'une manière inorganisée, attire bon nombre d'opérateurs locaux et étrangers ces quatre dernières années.

Les boutiques des produits artisanaux connaissent actuellement de sérieux problèmes dans cette île. A l'inverse, les autorités locales n'arrivent plus à contrôler parfaitement cette activité à cause de l'existence des vendeurs ambulants et informels qui se promènent dans tous les endroits touristiques.

Ce travail de recherche nous a permis de montrer l'importance du projet de création d'un centre de location des stands en vue de l'exposition des produits artisanaux. Notre objectif ici est de placer tous les exploitants dans un endroit bien connu de la ville afin qu'il y ait une meilleure organisation de cette activité, mais aussi éliminer les artisans informels et enfin permettre à l'Etat d'exercer son rôle.

Etant donné que Nosy-Be fait partie des trois régions qui bénéficieront le projet PIC ou Pôle Intégré de Croissance financée par la Banque mondiale,

l'exploitation de cette activité constituera dans l'avenir, l'un des moyens de développement économique de Nosy-be voire même de Madagascar.

Mais en ce qui concerne la mise en place du projet, les politiques de réalisation doivent être systématiques. Nous commençons par définir les objectifs, ensuite déterminer les problèmes qu'on peut rencontrer pendant la réalisation, fournir les moyens nécessaires, tracer les stratégies et enfin appliquer toutes les tactiques possibles.

En effet, le choix de ce projet de création d'un centre de location de stands en vue de l'exposition des produits artisanaux nous permettra de participer au développement de notre pays, d'exploiter notre immense potentialité naturelle (animale, végétale, minérale), d'améliorer le niveau de vie des ménages, de satisfaire les besoins des consommateurs qui sont sources de devises et d'améliorer la situation économique du pays.

En outre, les intérêts de la réussite de ce projet ne se limitent pas tout simplement aux réalisateurs ainsi qu'aux promoteurs, mais donnent un atout pour la nation, la région et les habitants.

Enfin, avec notre volonté et notre effort d'élargir de plus et même d'accélérer notre spécialisation en gestion, nous attirons l'attention de tous les bailleurs de fonds au financement de notre projet pour le bien des habitants de l'île, ainsi que pour le bien de notre pays.

BIBLIOGRAPHIE

► I- OUVRAGES GENERAUX

- 📖 **BADOT Olivier** : Dictionnaire du Marketing, Anne Marie 2002. INITIAL, HATIER 271 pages.
- 📖 **CAPUL Jean Yves** et **GARNIER Olivier**, Dictionnaire d'économie et de sciences sociales, Paris, avril 1996 ; 576 pages
- 📖 FRANCOIS A F. Manuel Organisation 2 : Organisation de l'Entreprise, collection E. O. Formation permanent Paris, 303 pages.
- 📖 PETER Weinrich : Histoire des métiers d'art de 1986 ; 150 pages

► II- DOCUMENTS, PERIODIQUES ET SUPPORTS PEDAGOGIQUES

- 📖 ANDRIAMARO Henri, cours de technique juridique, 2^{ème} année gestion 2005-2006
- 📖 HORACE Gatien, cours de Management II, 4^{ème} année gestion 2007- 2008
- 📖 ROGER Martial, cours de Marketing I, 3^{ème} année gestion 2006-2007
- 📖 RAVELOSON Vololonirina, cours de Gestion budgétaire 3^{ème} gestion 2006-2007
- 📖 DUBOIS H. M ; Travaux de Mémoire de l'Institut d'ethnologie XXXIV sur la Monographie des Betsileo. Ouvrage publié avec le concours de l'Académie Malgache
- 📖 Guide Interprofessionnel de savoir-faire TANA 2003, Page 18, 19.
- 📖 Guide Touristique de NOSY-BE 2004, Page 3, 4, 7, 14.

► III- WEBLIOGRAPHIE

- 📖 Adresse http : // www.3dmadagascar.com/ UNIVERSAL TOP WEB
- 📖 Information sur Internet: Histoire de la grande île, cas NOSY-BE
- 📖 WWW.ubifrance.fr

ANNEXES



ANNEXES

- ▶ **ANNEXE 1 : source des données**
- ▶ **ANNEXE 2 : extrait de la table financière**
- ▶ **ANNEXE 3:plan du centre**
- ▶ **ANNEXE 4 : localisation de la zone d'étude**

ANNEXE I :
SOURCE DES DONNEES:

➤ **Données Secondaires**

Ce sont des données qui existent dans les archives, les documentaires, ou issus des études déjà effectuées dans le domaine du problème, et qui ont été recueillis par d'autres entités en dehors du ou des chercheurs.

➤ **Données Primaires**

Les données ont été obtenues par deux procédés complémentaires :

- la recherche qualitative,
- la recherche quantitative, à partir de la méthode d'enquête, et ceci a duré 2 mois.

Elle a été réalisée sur des personnes-ressources, ce qui nous a permis d'enrichir notre connaissance sur les situations qui prévalent sur terrain en matière de tourisme en générale.

Les informations ont été recueillies auprès des associations des artisans, associations des femmes brodeuses, opérateurs touristiques, associations des guides touristiques, etc.

Celui-ci se compose de trois parties complémentaires :

- Si la première s'est concrètement focalisée sur des points généraux en mettant l'accent sur l'étude de marché et en caractérisant le projet,
- La deuxième partie est le prolongement de la première, nous présente l'étude purement organisationnelle dans le cadre de la réalisation de ce projet. Cette partie nous présente la conduite du projet.
- Pour parvenir au troisième point de ce travail, il fallait montrer si ce projet est effectivement rentable et fait profiter les parties prenantes à savoir l'entrepreneur en question s'il s'agit d'une entreprise individuelle, ou les associés en cas de société. Parmi les parties prenantes, il ne faudra pas exclure bien entendu les employés qui attendent dans la réalisation de ce projet une amélioration de revenus, l'Etat qui reçoit les différents impôts et taxes.

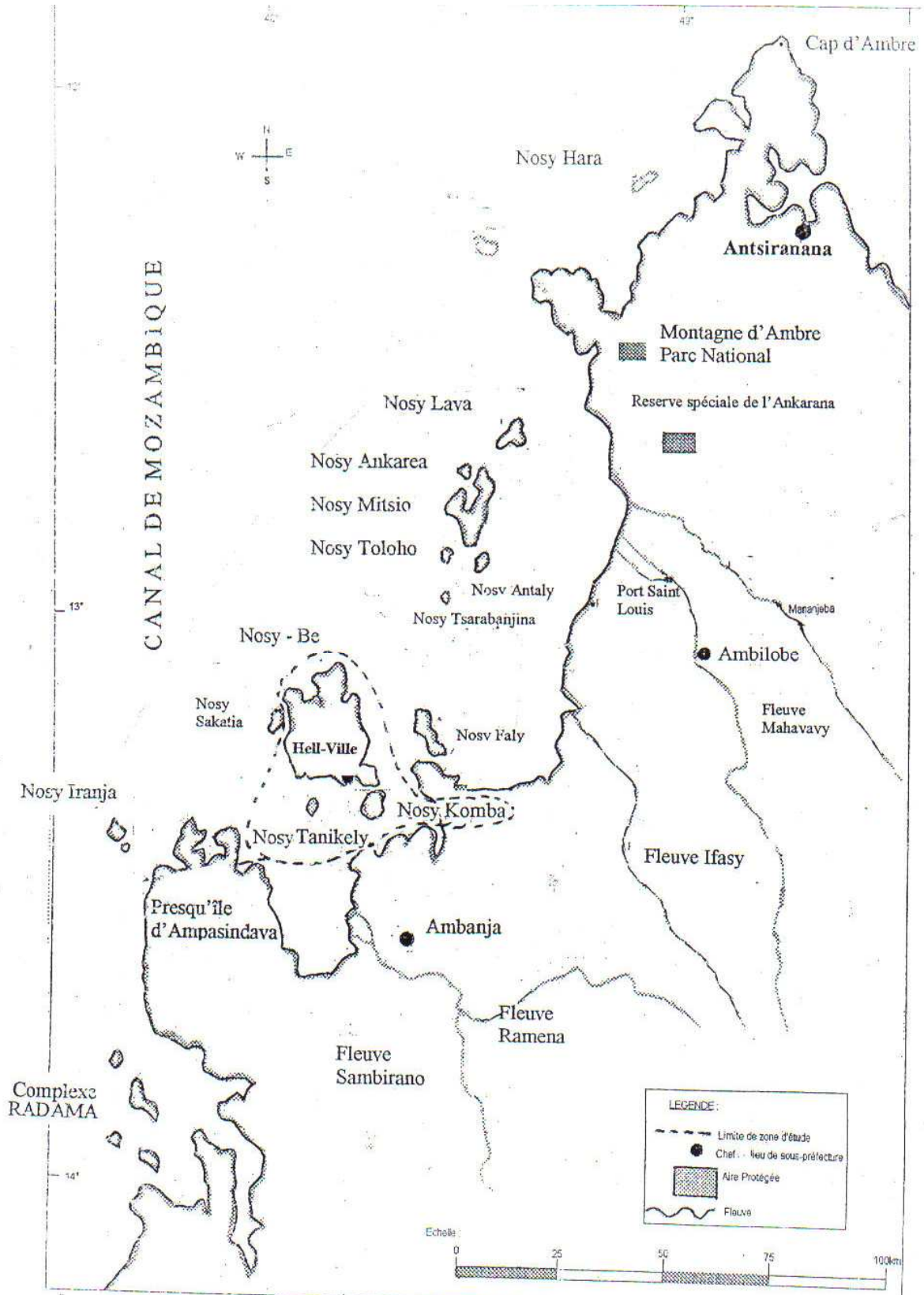
ANNEXE II
EXTRAIT DE LA TABLE FINANCIERE

Pour $t = 20\%$ $C = (1+i)^{-n}$

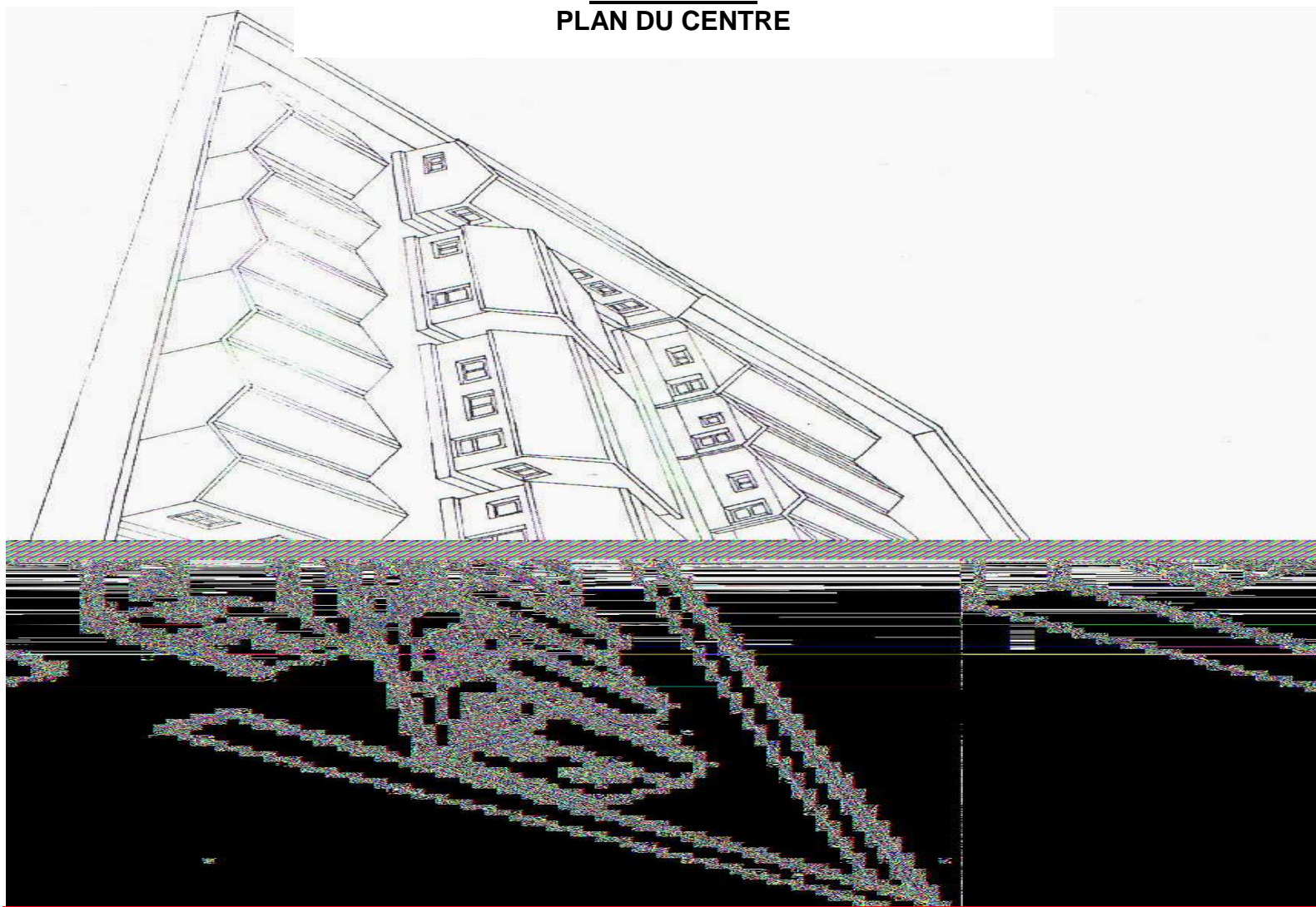
Table 2 de la table financière

n	20 %
1	0,83 33 33
2	0,69 44 44
3	0,57 87 04
4	0,48 22 59
5	0 ,40 18 78

ANNEXE III LOCALISATION DE LA ZONE D'ETUDE



ANNEXE IV
PLAN DU CENTRE



LISTE DES GRAPHIQUES ET SCHEMAS

LISTE DE GRAPHIQUE

Graphique n°1 : l'évolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières- **20**

-

LISTE DES SCHEMAS

Schéma n°1: Types de marché - **27** -

Schéma n°2 : organigramme envisagé - **36** -

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n° I : progression des indicateurs touristiques de Nosy-be.....	- 18 -
Tableau n° II : progression des indicateurs touristiques du pays :.....	- 20 -
Tableau n° III : Evolution démographique	- 26 -
Tableau n° IV : Catégorie professionnelle	- 35 -
Tableau n° V: Production mensuelle (en moyenne)	- 43 -
Tableau n° VI: Prix mensuelle	- 43 -
Tableau n° VII : Récapitulation des investissements	- 50 -
Tableau n° VIII : amortissement de constructi	- 52 -
Tableau n° IX: amortissement de matériel et outillage.....	- 52 -
Tableau n° X: amortissement d'agencement et installation.....	- 53 -
Tableau n° XI: amortissement de Matériel et Mobilier du Bureau	- 53 -
Tableau n° XII: amortissement de Matériel informatique	- 54 -
Tableau n° XIII: amortissement d'aménagement, travaux et installation	- 54 -
Tableau n° XIV : durée et taux de crédit.....	- 58 -
Tableau n° XV: Emprunt.....	- 59 -
Tableau n° XVI : Bilan d'ouverture.....	- 61 -
Tableau n° XVII: Rémunération du personnel (mensuelle).....	- 63 -
Tableau n° XVIII : Charge financière	- 64 -
Tableau n° XIX : Tableau des charges	- 65 -
Tableau n° XX : Récapitulation des charges toutes taxes comprises (18%)	- 66 -
Tableau n° XXI: Récapitulation des charges hors taxes.....	- 66 -
Tableau n° XXII: unité vendue mensuelle.....	- 67 -
Tableau n° XXIII: Vente annuelle hors taxe.....	- 67 -
Tableau n° XXIV: Vente annuelle toutes taxes comprises (18%)	- 67 -
Tableau n° XXV: Présentation du compte de résultat prévisionnel.....	- 69 -
Tableau n° XXVI : le TGCG	- 70 -
Tableau n° XXVII: charges variables	- 72 -
Tableau n° XXVIII: Charges fixes	- 73 -
Tableau n° XXIX: calcul du seuil de rentabilité	- 74 -
Tableau n° XXX: la CAF	- 75 -
Tableau n° XXXI : plan de financement.....	- 76 -
Tableau n° XXXII: Cash-flow prévisionnel	- 77 -
Tableau n° XXXIII: Bilan prévisionnel au 31-12-année 1	- 77 -
Tableau n° XXXIV: Bilan prévisionnel au 31-12- Année 2	- 78 -
Tableau n° XXXV: Bilan prévisionnel au 31-12-année 3	- 78 -
Tableau n° XXXVI: Bilan prévisionnel au 31-12-année 4	- 79 -
Tableau n° XXXVII: Bilan prévisionnel au 31-12-année 5	- 79 -
Tableau n° XXXIX: la valeur ajoutée (VA)	- 81 -
Tableau n° XL: Eléments nécessaires au calcul des ratios :	- 81 -
Tableau n° XLI: ratios de rentabilité économique	- 82 -
Tableau n° XXXVIII: calcul de rentabilité commerciale.....	- 80 -
Tableau n° XLII: Détermination des cash-flows cumulés.....	- 83 -
Tableau n° XLIII: Tableau cash-flow actualisé (taux d'actualisation 20%).....	- 85 -
Tableau n° XLIV : calcul de TRI.....	- 87 -

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	
REMERCIEMENTS	
LISTE DES ABREVIATIONS, DES SIGLES ET ACRONYMES	
GLOSSAIRE	
INTRODUCTION.....	-8-
première partie : IDENTIFICATION DU PROJET	Erreur ! Signet non défini.
Chapitre I : PRESENTATION DU PROJET	- 13 -
Section I : Généralités du projet	- 13 -
§1 - Notion du projet.....	- 13 -
§2 –objectif du projet.....	- 14 -
§3- Les différents aspects que doit avoir un projet	- 14 -
A- La pertinence.....	- 14 -
B- L’efficacité	- 15 -
C- L’efficience	- 15 -
D- La pérennité.....	- 15 -
Section II : Historique du projet	- 15 -
§1- Aperçu général du projet	- 15 -
A- Dans le contexte général.....	- 15 -
B- Origine des produits artisanaux.....	- 16 -
§2 - Historique des produits artisanaux	- 16 -
Section III : Importance du projet	- 17 -
§1- Stratégie du projet	- 17 -
§2- Importance du domaine du projet	- 18 -
A- Dans le domaine régional	- 18 -
B- Dans le domaine national.....	- 19 -
C - Dans le domaine international.....	- 20 -
Chapitre II : ETUDE DU MARCHE.....	- 22 -
Section I : La zone d’étude.....	- 23 -
§1-Situation géographique du marché.....	- 23 -
A- Délimitation de la région.....	- 23 -
B- Le relief climat hydrographique	- 23 -
C. Le choix et la localisation du site	- 23 -
§2- Analyse de l’environnement économique	- 24 -
A- définition	- 24 -
B- L’environnement socio- culturel.....	- 24 -
C- L’environnement économique	- 25 -
D- L’environnement juridique	- 25 -
§3- La structure démographique.....	- 25 -
A- La population de la Commune Urbaine de Nosy- Be	- 25 -
B- L’évolution démographique.....	- 25 -
Section II : La description du marché	- 26 -
§1- Les structures du marché.....	- 26 -
A- La concurrence	- 26 -
B - Le monopole et l’oligopole	- 27 -

C- Les typologies du marché	- 27 -
§2-Présentation de marché cible	- 27 -
A- Les opportunités du marché	- 28 -
B- La situation actuelle du marché	- 28 -
Section III : Analyse du marché	- 28 -
§1 Analyse de l'offre.....	- 28 -
A- Produits à offrir.....	- 28 -
B- La clientèle cible	- 29 -
C- L'appréciation de l'offre dans la région	- 29 -
§2- Analyse de la demande	- 29 -
§3 – Analyse de la concurrence.....	- 30 -
A- Les concurrents dans la région	- 30 -
B- Les concurrents hors de la région.....	- 30 -
Section IV : La politique Marketing envisagée.....	- 31 -
§1- Choix de Produit	- 31 -
§2- Mode de distribution	- 31 -
§3-La Politique de communication et de promotion.....	- 32 -
A- La politique de communication.....	- 32 -
1) <i>Premier moyen : communication personnelle</i>	- 32 -
2) <i>Deuxième moyen : communication directe de masse : publicité média</i>	- 33 -
3) <i>Troisième moyen : communication directe spécialisée : publicité hors média</i>	- 33 -
B- La politique de promotion.....	- 33 -
Chapitre III : CONDUITE DU PROJET.....	- 34 -
Section I : Identification des moyens	- 34 -
§1- Moyens Matériels.....	- 34 -
§2- Moyens financiers.....	- 34 -
§3- Moyens humains.....	- 35 -
Section II : Organisation et description des principales fonctions	- 35 -
§1- Organigramme	- 35 -
§2 – Description des principales fonctions du personnel.....	- 36 -
A – Gérant.....	- 37 -
B – Secrétaire.....	- 37 -
C-Responsable Administratif et Financier	- 37 -
D - Responsable Commercial.....	- 37 -
E - Chauffeur	- 38 -
F – Sécurité	- 38 -
§3 - Profil exigé pour les employés de ce centre d'exposition	- 38 -
A- Le Gérant	- 38 -
B- Responsable Administratif et Financier	- 39 -
C- Responsable Commercial.....	- 39 -
D- Secrétaire	- 39 -
§4- Calendrier de réalisation.....	- 40 -
A- Première étape.....	- 40 -
Source : réflexion personnel, année 2010.....	- 41 -
B- Deuxième étape.....	- 41 -
Section III : Fonctionnement de ce centre d'exposition.....	- 41 -
§ 1- Système de fonctionnement	- 42 -

A- Le Fonctionnement à l'intérieur de ce centre d'exposition.....	- 42 -
B- Le Fonctionnement à l'extérieur du centre	- 42 -
§2 - La capacité d'accueil.....	- 42 -
A- Les Différents facteurs de production	- 42 -
1- <i>Le facteur de production : Ressources humaines</i>	- 42 -
2- <i>Le facteur de production : équipement</i>	- 43 -
3- <i>Le facteur de production : ressources financières</i>	- 43 -
C- La Production envisagée.....	- 43 -
D - Prix envisagés	- 43 -
deuxième partie : ANALYSE FINANCIERE DU PROJET .. Erreur ! Signet non défini.	
Chapitre I : INVESTISSEMENT ET COMPTE DE GESTION	- 47 -
Section I Investissements et leurs amortissements.....	- 47 -
§1.Le montant de l'investissement	- 47 -
A- Définition	- 47 -
B- Les éléments constitutifs	- 48 -
1- <i>Immobilisations incorporelles</i>	- 48 -
2- <i>Immobilisations corporelles et valeurs estimatives</i>	- 48 -
a) Terrain.....	- 48 -
c) Coûts de matériel et équipement d'exploitation	- 49 -
§2 –Amortissement	- 50 -
A- Tableaux d'amortissement (pour les cinq années d'exploitation).....	- 51 -
1- <i>Construction</i>	- 51 -
2- <i>Matériel et outillage</i>	- 52 -
3- <i>Agencement et installation</i>	- 53 -
B - Matériel et Mobilier du Bureau	- 53 -
D- Aménagement, travaux, et Installation.....	- 54 -
Section II : Financement du projet et le fond de roulement.....	- 55 -
§1.financement du projet.....	- 55 -
A- Choix de la forme juridique	- 55 -
B- Les modes de financement possible du projet	- 56 -
1- <i>Financement interne</i>	- 56 -
a) La création du capital	- 56 -
b) L'autofinancement.....	- 56 -
2 - <i>Le financement externe</i>	- 56 -
a) Financement par fonds propres :	- 56 -
b) financement par capitaux propres	- 57 -
C - Choix du mode de financement.....	- 57 -
D - Détermination du montant de l'emprunt	- 57 -
1- <i>Les conditions d'octroi de crédit de la banque</i>	- 57 -
b) Critères objectifs.....	- 58 -
2- <i>Les différents types de crédits</i>	- 58 -
a) Le crédit d'investissement.....	- 58 -
b) Le crédit de fonctionnement	- 58 -
3 - <i>Durées et taux de crédit</i>	- 58 -
§2- Le fonds de roulement (FR)	- 60 -
A- Approche par le haut du bilan.....	- 60 -
B- Approche par le bas du bilan	- 60 -

Section III : Compte de gestion.....	- 62 -
§1. Les comptes des charges.....	- 62 -
A- Les achats	- 62 -
B- Le service extérieur	- 62 -
C- Les autres services extérieurs	- 62 -
D - Charge de personnel	- 63 -
E- Les charges financières.....	- 63 -
Chapitre II : ANALYSE DE LA FAISABILITE	- 68 -
Section I : Analyse de rentabilité	- 68 -
§1-Le compte de résultat.....	- 68 -
§2- Le tableau de grandeur caractéristique de gestion (TGCG).....	- 70 -
Section II : Le seuil de rentabilité	- 71 -
§1.Définition.....	- 71 -
§2.Unité du seuil de rentabilité	- 71 -
§3.calcul du seuil de rentabilité	- 71 -
A- Les charges variables.....	- 72 -
B- les charges fixes :.....	- 72 -
C- Formule et mode de calcul du seuil de rentabilité.....	- 73 -
Section III : Le plan de financement	- 74 -
§1. La capacité d'autofinancement (CAF)	- 75 -
Section IV : Le bilan prévisionnel.....	- 77 -
Chapitre III : EVALUATION DE LA RENTABILITE DU PROJET	- 80 -
Section I : Evaluation du point de vue "commerciale"	- 80 -
Section II : Evaluation du point de vue "économique"	- 80 -
Section III : Evaluation d'ordre" financière"	- 83 -
§1.Temps de récupération des capitaux investis	- 83 -
§2. La valeur actuelle nette (VAN).....	- 84 -
§3. Le taux de rentabilité interne ou TRI.....	- 86 -
§4. L'indice de profitabilité (IP)	- 88 -
Section IV : Evaluation d'ordre social	- 89 -
§1. Perspectives du projet.....	- 89 -
A- Création d'emploi et diminution de chômage.....	- 89 -
B- Augmentation des revenus	- 89 -
C- Développement de la région et sécurité sociale	- 90 -
D- Protection de l'environnement.....	- 90 -
Section V : Impact du projet	- 90 -
§1. Impact direct ou indirect du projet.....	- 90 -
A - Impact économique.....	- 90 -
B - Impact financier	- 91 -
C- Impact Social	- 91 -
CONCLUSION.....	- 92 -
BIBLIOGRAPHIE.....	- 94 -
ANNEXES	- 95 -
LISTE DES GRAPHIQUES ET SCHEMAS	- 100 -
LISTE DES TABLEAUX.....	- 101 -

