

Sommaire  
Remerciement  
Introduction

**Première partie : identification du projet**

**Chapitre I : généralité sur les Comores**

**Section 1** : situation générale

**Section 2** : situation économique

**Section 3** : cas particulier d'Anjouan lieu d'implantation de la Société

**Chapitre II : présentation du projet**

**Section 1** : historique

**Section 2** : caractéristique du projet

**Section 3** : présentation de la société

**Chapitre III : étude du marché**

**Section 1** : description du marché

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

**Section 3** : analyse de la demande

**Section 4** : analyse de la concurrence

**Section 5** : stratégie à adopter

**Chapitre IV : théorie générale sur les outils et les critères d'évaluation**

**Section 1** : les outils d'évaluation

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

**Deuxième partie : conduite du projet**

**Chapitre I : technique de production**

**Section 1** : identification des matériels

**Section 2** : approvisionnement des matières

**Section 3** : technique de production envisagée

**Chapitre II : capacité de production envisagée**

**Section 1** : évolution du chiffre d'affaires et production envisagée

**Section 2** : les différents facteurs de production

**Chapitre III : étude organisationnelle**

**Section 1** : organigramme envisagé

**Section 2** : organisation du travail

**Section 3** : chronogramme

## **Troisième partie : étude financière du projet**

### **Chapitre I : coût d'investissement**

**Section 1** : coût des investissements et comptes de gestion

**Section 2** : tableau d'amortissement

**Section 3** : plan de financement

**Section 4** : tableau de remboursement des dettes

**Section 5** : les comptes de gestion

### **Chapitre II : étude de faisabilité**

**Section 1** : les comptes de résultat prévisionnel

**Section 2** : le plan de trésorerie

**Section 3** : le tableau des flux de trésorerie

**Section 5** : le bilan prévisionnel

### **Chapitre III : évaluation du projet**

**Section 1** : évaluation économique

**Section 2** : évaluation financière

**Section 3** : évaluation sociale

### **Conclusion générale**

Annexes

Bibliographie

Table de matières

## Liste des tableaux

Tableau N°1 : indicateurs de l'union année 2005 -----	3
Tableau N°2 : nombre de personnes interrogées-----	12
Tableau N°3 le sondage -----	12
Tableau N°4 l'offre globale en volume sur le marché durant les 5 premiers exercices -	14
Tableau N°5 : estimation de la demande en volume par an de consommation-----	16
Tableau N°6 les immobilisations -----	25
Tableau N°7 : achat prévisionnel des matières sur 5 an d'exploitation -----	27
Tableau N°8 : la production prévisionnelle envisagée sur 5 ans en unité de tonne ----	29
Tableau N°9 : production envisagée sur 5 ans d'exercice en bocaux de 250g -----	31
Tableau N°10 : prévision des ventes à réaliser pour la première et deuxième année-----	32
Tableau N°11 prévision des ventes à réaliser pour la troisième et quatrième année ----	32
Tableau N°12 prévision des ventes à réaliser pour la cinquième année-----	33
Tableau N°13 prévision des ventes à réaliser pour chaque année pendant 5 ans -----	33
Tableau N°14 : chronogramme envisagé -----	36
Tableau N°15 coût des équipements d'exploitations-----	38
Tableau N°16 coût de matériels de transports-----	39
Tableau N1/ agencements et aménagements -----	39
Tableau N°18 matériels et mobiliers de bureau-----	39
Tableau N°19 coût total des immobilisations -----	40
Tableau N°20 : le bilan initial -----	42
Tableau N°21 l'amortissement des immobilisations -----	44
Tableau N°22 : tableau de financement-----	45
Tableau N°23 : amortissement de l'emprunt -----	45
Tableau N° 24 : achat prévisionnel de matières sur 5 ans d'exploitation -----	46
Tableau N°25 évaluation de charges annuelles du personnel-----	46
Tableau N°26 : les charges du personnel annuelles -----	47
Tableau N°27 : les charges externes et autres consommations -----	48
Tableau N°28 : charges financières-----	48
Tableau N°29 : chiffres d'affaires annuels des produits-----	48
Tableau N°30 : les produits opérationnels-----	48
Tableau N°31 : les produits financiers -----	49

Tableau N°32 : le compte de résultat par nature au 31 /12/ de l'année 1, 2, 3, 4,5 -----	50
Tableau N°34 : Plan de trésorerie de l'année 1 -----	53
Le tableau N°35 : de flux de trésorerie pour l'année 1(méthode direct) -----	55
Tableau N°36 : capacité d'autofinancement-----	56
Tableau N°37 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 1 -----	57
Tableau N°38 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 2 -----	58
Tableau N°39 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 3 -----	59
Tableau N°40 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 4 -----	60
Tableau N°41 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 5 -----	61

## Remerciements

Dans la mesure où ce présent mémoire touche à sa fin, et que notre réussite est le fruit d'une synergie de tout un monde de bonne volonté, il nous est un devoir agréable d'exprimer ici nos reconnaissances et remerciements.

Nous remercions tout d'abord **ALLAH** le tout puissant l'omniprésent qui nous a donné force et courage durant toutes nos études et c'est seulement grâce à son amour et sa bonté sans égales que nous avons pu parvenir à ce stade de notre vie.

Nos vifs remerciements vont à l'endroit de :

- Monsieur *ROJERISON WILSON ADOLPHE* professeur titulaire, président de l'université d'Antananarivo.

-Monsieur *RANOVONA ANDRIAMARO*, Maître de conférence, Doyen de la faculté de droit d'économie de gestion et de sociologie.

Nos remerciements s'adressent également à :

- Monsieur *RALISON ROJER* ; Maître de conférence, Chef de département gestion, notre encadreur pédagogique pour son dévouement et son effort qu'il a ménagé pour nous suivre pas à pas jusqu'à la réalisation de ce mémoire.

-Monsieur *ANDRIATSEHENO DANIEL*. Maître de conférence , Directeur du centre d'étude et de recherche en gestion.

Monsieur *RANDRIAMIHARISO MAMY ALFA* ; enseignant à L'I.S.A.E notre encadreur professionnel pour tous les conseils et suggestion qu'il nous a donnés.

Nous adressons aussi nos remerciements à tous nos professeurs de l'université qui nous ont formés tout au long de nos études.

Nous avons une pensée noble et pleine de gratitude à l'endroit de :

- Madame *HOUTHANI DAOU*, Ma mère et Madame *HAIRATI ATOUMANE* qui nous ont soutenues constamment par tous leurs moyens, pensées et leurs prières.

- Nos frères et sœurs en particulier *OISTOI ALI TOUMANI* pour son aide spéciale qui nous a apportée, ainsi que tous les membre de la famille.

Nous avons une pensée exceptionnelle particulière à l'endroit de Mademoiselle *SAOUDATI MOUSSA* pour tout l'aide technique qu'elle nous apportée gracieusement.

## Introduction

Dans le monde entier le chômage est devenu une des préoccupations majeures des nations. Nombreux sont des gouvernements dans les pays qui aménagent leurs efforts pour trouver une solution durable à ce fléau. Pour pouvoir arriver à bout de ce phénomène, le monde entier pense qu'il faut une politique pouvant permettre à promouvoir les PME dans les pays. Il est donc évident que les PME occuperont une place centrale et même prépondérante dans toutes les évolutions économiques et sociales des pays.

Au niveau de Comores, le régime en place partage le même avis et la création d'emploi est fixé comme étant l'une des priorités du gouvernement actuel.

Pour contribuer à cet objectif, nous allons porter notre pierre en créant notre propre emploi. Sur ce nous avons décidé de jeter un coup d'œil sur certains produits agricoles notamment sur les épices qui sont présentes dans le pays et qui sont le pilier de la gastronomie comorienne.

En effet le Comores, pays d'une population aux couleurs ethniques particulièrement mélangées a une gastronomie remarquable. Cette gastronomie est reconnue et appréciée par les nombreux visiteurs de l'archipel via le tourisme par le biais de la cuisine. Cette dernière est savoureuse et toujours estimée par les visiteurs de ce pays. Cette saveur exotique tant recherchée est due grâce aux épices qui sont toujours présentes dans le pays et qui servent à travers l'assaisonnement à accentuer le goût naturel des aliments.

Cependant la manière dont ces épices sont utilisées pour avoir un bon assaisonnement rend difficile les taches culinaires.

Que ce soit la manière de pulvériser le poivre sur des pierres ou le piment merde nos cuisinières et souhaitent avoir un produit préparé d'avance leur permettant d'assaisonner directement leur mets. D'ou l'idée de la « *création d'une société de fabrication des produits d'assaisonnement* » pour porter secours à nos cuisinières et encourager les agriculteurs de ces matières premières.

Pour cela les recherches que nous avons effectuées nous ont permis d'élaborer notre plan de travail structuré en trois parties :

- Dans la première partie nous allons voir *l'identification du projet*
- En deuxième partie nous verrons *la conduite du projet*
- et en fin la troisième partie est réservée à *l'analyse financière du projet*

# **première partie : identification du projet**

# **Chapitre I : Généralité sur les Comores**

Dans ce chapitre nous allons parler de la situation générale, géographique et économique des Comores afin de démontrer une bonne maîtrise du lieu de l'implantation du projet.

Nous ne manquerons pas de parler de la situation actuelle de l'industrie et de l'agriculture pour justifier le choix de notre sujet

## **Section 1 : Situation générale**

Situé à l'entrée nord du canal de Mozambique, entre l'Afrique orientale et Madagascar, l'archipel des Comores est un ensemble de quatre îles d'origine volcanique : (Ngazidja Ou Grande Comores ; Mwali ou Mohéli ; Anjouan ou Ndzouani ; Maoré ou Mayotte) cette dernière est restée sous l'administration française.

Les Comores se trouvent au milieu d'une ligne qui joindrait le sud de la Tanzanie et le nord de Madagascar, juste sur la route des moussons qui fait de l'océan indien un carrefour plutôt qu'une barrière. L'archipel s'étend sur 250 km d'est en ouest et a une superficie de 1862 km<sup>2</sup> avec une population de 632 948 habitants selon les estimations faites en 2003 par la direction générale de la statistique comorienne. La densité moyenne de la population est de 340 habitants par km<sup>2</sup> avec un taux d'accroissement au voisinage de 3%. L'archipel connaît un climat de type tropical caractérisé par une saison chaude et pluvieuse de « novembre en avril » et une saison sèche et fraîche de « mai à octobre » grâce aux alizés du sud-est. Longuement appelé République fédérale islamique de Comores depuis son indépendance ; l'archipel est reconnu aujourd'hui au nom de l'union de comores.

## **Section 2 : Situation économique**

L'indice de développement humain place l'union de Comores à la 132<sup>ème</sup> sur 177 pays en 2006. Le revenu par habitant est estimé à 465 dollars en 2005. Cependant l'archipel de Comores tire encore 38% de son produit intérieur brut (PIB) d'une agriculture de subsistance qui emploie 72% de la population. Et les cultures dites d'exportation (girofle, vanille, ylang ylang) sont la principale source des devises du pays.

Le tableau ci-dessous nous laisse apprécier la situation économique de l'union de Comores selon les estimations faites en 2005.

Tableau n°1 : Indicateurs de l'union année 2005

<b>Produit intérieur brut (PIB)</b>	<b>\$ 402 millions</b> <b>\$ 370 millions</b>
Croissance de PNB	3 %
PNB par habitant	\$ 600
PIB par habitant	465 U.S \$
<u>Produit par secteur</u>	
Secteur l'agriculture	4 0%
Secteur de l'industrie	4 %
Services	56 %
Primaire	51 %
Secondaire	12 %
tertiaire	37 %
commerce	
Importations	\$ 115 millions FOB
Exportations	\$ 34 millions FOB
Dette publique	266 M \$ fin, 2005 soit 72 % du PIB
Déficit de la balance commerciale	-61 millions us \$

**Source : (www.comores-online.com/mwezinet/economie/eurocony.htm)**

A noter que l'estimation sur les importations et les exportations date de 2004. Comme ce tableau le montre d'après le produit par secteur, la plus grande partie de la population comorienne vit de l'agriculture vivrière ou de la pêche. Le secteur touristique étant encore embryonnaire.

La part du secteur secondaire dans l'activité économique du pays reste presque négligeable. Ceci s'explique par le manque d'industrie de transformation des matières premières locales. Cette part est estimée, environ 12% du total de l'économie du pays. Les activités de ce secteur sont informelles. On trouve ce pendant :

- de fabrication des bijoux et de barque en fibre de verre à Anjouan et en grande comores.
- de transformation des produits agricoles : conditionnement de la vanille, distillation d'huiles essentielles
- concassage pour fabriquer du sable etc.....

On peut noter d'autres industries qui se trouvent à Anjouan comme celle de la fabrication de matelas, de parfums, de coca-cola et d'eau vive. Mais elles sont insuffisantes pour répondre au besoin de la population, d'où le besoin d'en avoir d'autres comme le notre.

### **Section 3 : Cas particulier d'Anjouan lieu de l'implantation de la société**

Anjouan est une île de l'archipel situé dans l'océan indien. Sa capitale est Mutsamudu. La population de cette île est environ 210 000 habitants avec une superficie de 424 km<sup>2</sup>. Le choix de l'implantation du projet dans cette île est significatif. Il est parallèle au choix du thème. Ceci dit, l'île est la principale zone de production agricole de l'union. La culture des épices tropicales (par ordre d'importance décroissante) vanille, ylang-ylang, girofle qui sont les principales ressources exportatrices de l'union sont récoltées principalement dans l'île. D'autres produits comme safran, piments, le gingembre, citron, y trouvent aussi leur réservoir de production dans l'île plus particulièrement dans la région de **Bandrani** lieu de l'implantation de la société. Quant au poivre qui est produit dans l'île de Mohéli sera importé aussi bien que le piment en complément de ceux produits à Anjouan.

### **CONCLUSION**

L'objet de ce premier chapitre est de donner un bref aperçu de la situation actuelle générale, géographique et économique de Comores, lieu de l'implantation de la société et cela pour monter une maîtrise de l'environnement auquel on souhaite s'installer. Son étude nous a fait comprendre que l'économie de ce pays est malade de telle sorte qu'il nécessite un engagement fort de la part des autorités pour pouvoir le démarrer. Cette économie est basée sur l'agriculture. Cette dernière emploie 72 % de la population.

## **Chapitre II : Présentation du projet**

La présentation du projet consiste à donner une image de la société sur l'ensemble de ses aspects généraux. L'on tracera avant tout d'une manière bref l'histoire du pays pour en avoir connaissance du passé, et cela dans le but de pouvoir se comporter dans le futur.

### **Section 1 : Historique**

Les Comores « **comme mort ou comme or** » un contraste qui à sa signification aujourd'hui dans le pays.

Par l'expression « **comme mort** » ; c'est un pays de tiers monde qui subit des nombreuses troubles, des crises économiques et politiques depuis son indépendance. Il fait l'objet de coûts d'état violents et de prises de main expéditives. Pays d'une économie rurale (basé sur l'agriculture) dont les méthodes de production agricoles sont archaïques et peu respectueuses de l'environnement. L'existence d'une culture des épices tropicales et le manque d'industrie de transformation de ces dernières entravent cette économie (économie rurale) et rendent la vie des agriculteurs difficile.

L'instabilité chronique des institutions et la négligence des autorités locales n'ont pas permis une fois le pays indépendant de créer les conditions d'un décollage d'un développement économique, et ont engendré une situation misérable. Cette situation s'est dégradée après le premier janvier 1994, lorsque la franc comorien subit une dévaluation de 33% (1FF=75Fc).

La baisse du prix de matière première a aggravé encore beaucoup plus la situation et le pays s'endette fortement.

Les Comores connaissent toujours le sous emploi et la pauvreté. Ainsi un chômage déguisé sous forme d'emploi informel cache l'ampleur et la gravité de la situation réelle. Par l'expression « **comme or** », le pays dispose des atouts du patrimoine culturel, des ressources naturels et matières premières importants qui demeurent inexploitées jusqu'aujourd'hui. Ainsi il a été recensé 16 épices d'intérêts culinaires sans compter les herbes utilisées comme condiment dans les aliments à la cuisine.



Ces épices sont toujours présentes dans la cuisine comorienne. Ce sont elles qui donneront cette saveur exotique tant recherchée. Malheureusement la manière dont elles sont utilisées, elles ne facilitent pas les tâches dans la cuisine et le pays ne bénéficie rien de leur existence.

C'est dans ce contexte que le projet de « **création d'une société de fabrication des produits d'assaisonnement** » est envisagé pour porter secours aux agriculteurs des épices et faire naître l'espoir de diminuer le chômage.

## **Section 2 : Caractéristique**

### **2 1 Le Produit**

Ce projet qui sera d'ailleurs le premier du genre à s'implanter dans le secteur vise les matières premières locales issues de l'agriculture.

Ces matières seront transformées en produits d'assaisonnement direct pouvant faciliter les tâches dans la cuisine lors de la préparation de repas.

La qualité de ces produits sera améliorée pour que les consommateurs prennent un nouveau goût par rapport à leurs habitudes.

### **2 2 But et Objectifs**

Un objectif est à la fois un résultat à atteindre à long et à court terme. Dans le cas de ce projet les objectifs généraux fixés sont :

- satisfaire les besoins des ménages comoriens en matière d'assaisonnement
- contribuer au développement économique du pays
- maximisation des ventes

### **2 3 Intérêt du projet**

Ce projet portera un intérêt particulier aux ménages comoriens en leur facilitant leurs tâches culinaires. Il va redynamiser le secteur agricole des épices et donner une très grande énergie aux agriculteurs qui sont aujourd'hui fatigués et prêts à abandonner.

### **Section 3 : Présentation de la société**

Il va falloir comprendre que la société ici présente en projet ne verra pas le jour, sans avoir rempli deux conditions : celle de fonds et de forme.

#### **Conditions de fond :**

- Le consentement des parties qui s'obligent
- La capacité de contracter
- Un objet certain qui forme la matière de l'engagement
- Une cause licite dans l'obligation

#### **Conditions de forme**

Toute société qui se crée doit adopter des statuts qui seront les pactes régissant les rapports entre associés.

#### **3 1 Domination social**

La société portera comme dénomination sociale SOFPA : ceci signifie société de fabrication des produits d'assaisonnement. Cette dénomination est jugée significative car elle reflète l'objet même et la raison d'être de la société

#### **3 2 Raison sociale**

L'entreprise aura comme activité principale la production des divers produits d'assaisonnement. Elle se donnera comme objectif de transformer les matières premières issues de culture tropicale des épices en produits d'assaisonnement dans le but non seulement de faciliter la cuisine comorienne, mais aussi de la donner une image semblante à celle de la cuisine occidentale.

#### **3 3 Forme juridique**

La forme juridique choisie est celle d'une **SARL**, en raison de son avantage d'une constitution souple et facile qu'elle présente : la responsabilité limitée des associés et la possibilité de créer l'entreprise avec des moyens limités.

### **3 4 Siège social**

La société aura son siège social à **BANDRANI**. Le choix de l'implantation à cet endroit est dû aux matières premières visées qui sont produites en grand nombre quantité dans la région.

### **3 5 Aspect fiscal**

En matière de fiscalité, et cela à partir du code des investissements, la société **SOFPA** bénéficiera les avantages suivants :

- Exonération de l'impôt sur les bénéfices ou la taxe professionnelle unique pour les cinq premiers exercices.
- exonération des droits de mutation sur les acquisitions de terrains ou de bâtiments nécessaires à la réalisation des investissements.
- exonération de la taxe sur le chiffre d'affaires et la taxe de consommation sur les matériaux d'équipements et de constructions.
- exonération pendant 5 ans de la taxe de consommation pour les importations des matières premières.

Dans le même ordre d'idées, les autorités envisagent de proposer un nouveau code d'investissement pour accorder des avantages additionnels aux promoteurs de secteur agricole.

### **3 6 Les Promoteurs du projet**

La SARL **SOFPA** sera constituée par SAOUDATI MOUSSA sortante de l'institut supérieur des hautes études commercial, de son frère ASSADI MOUSSA et d'ALI ABTOIHI TOUMANI. Chacun portera son apport qui va contribuer à la constitution du capital social. Ce dernier s'élèvera à 25.000.000 FC

#### **3 61 Apports des associés**

Saoudati moussa	:	12 500 000	(50%)
Abtoihi Ali toumani	:	7 500 000	(30%)
Assadi moussa	:	5 000 000	(20%)

### **3 6 2 Objectifs du projet**

#### **3 6 2 1 Objectifs généraux**

- crée une société de fabrication des produits d'assaisonnement
- satisfaire les besoins des ménages comoriens en matière d'assaisonnement
- contribuer au développement économique du pays

#### **3 6 2 2 Objectifs spécifiques**

- créer des emplois
- distribuer dividende maximum
- améliorer les conditions de travail
- maximisation des ventes
- survie à long terme de la société.

### **CONCLUSION**

Les raisons du choix du thème et les objectifs assignés dans le but de les atteindre ont fait l'objet de ce chapitre. L'intérêt du projet également est mis en relief ici selon son importance particulier qu'il portera aux ménages comoriens en leur facilitant leurs tâches culinaires. L'on a également observé d'autres aspects notamment la raison et la dénomination sociale jugée significatif car elle reflète l'objet et la raison de la société.

## **Chapitre III : Etude de marché**

L'étude de marché repose sur la collecte d'informations relatives à un marché donné. En fonction de ses besoins d'informations, l'entreprise s'interroge sur l'offre et la demande ou sur l'environnement. L'objectif de l'étude de marché est de réunir des informations pour établir des conclusions indispensables à la prise de décision.

### **Section 1 : Description du marché**

Le marché ciblé auquel nous allons intervenir en tant que producteur est celui de l'ensemble des manages comoriens. Ces derniers comptent en moyenne 5 personnes en famille.

Les Comores comptent une population aux couleurs ethniques particulièrement mélangées (d'origine Africaine et Arabe).

Par leur culture et leur religion unique, les familles comoriennes ne se différencient pas dans leurs habitudes et ont les mêmes mœurs.

Donc leur manière d'agir dans les décisions d'achat dépend de 3 facteurs :

- La culture, la religion et le pouvoir d'achat. Ce dernier joue un rôle très important dans le processus d'achat. Quant à la religion, elle intervient dans les produits interdits par la loi musulmane. Etant un produit qui n'est pas interdit par la religion musulmane, il sera bien accueilli dans les foyers comoriens (voir l'étude de marché en annexe) d'autant plus que les épices auxquelles nous comptons transformer en produits d'assaisonnement sont beaucoup consommées par les comoriens à travers leurs cuissons dans leur cuisine.

#### **1.1 : Définition du marché**

Selon le dictionnaire de l'économie (7<sup>ème</sup> édition), le marché est défini comme étant le lieu ou le moyen de rencontre de l'offre et de la demande d'un bien (ou d'un ensemble de biens) et où se déterminent le prix de cession et les quantités échangées.

En termes de marketing selon Kotler Dubois (10<sup>ème</sup> édition), un marché est constitué par l'ensemble des personnes susceptibles d'acquiescer un produit ou un service. Une telle définition indique que la taille réelle d'un marché ne dépend pas des seuls effectifs démographiques, mais également de l'existence d'un pouvoir d'achat ou d'un vouloir d'achat.

Donc l'étude d'un marché est une véritable fonction de la société qui consiste à tirer connaissance du marché prévisionnel, à étudier des débouchés d'un produit donné ou des produits d'une branche d'activité pour mettre en équilibre l'offre et la demande.

## **1 2 : Approche méthodologique**

### **1 2 1 : Les Informations obtenues selon les démarches sur le terrain**

Par l'intermédiaire de notre correspondance sur place au Comores, nous avons pu mener notre étude de marché au mois de janvier 2007.

Pour obtenir les informations nécessaires concernant cette étude, nous avons procédé à une élaboration des questionnaires. Nous avons enquêté directement la population du marché visé. Il s'agit des ménages comoriens qui sont sensés consommer notre produit.

### **1 2 2 : Le Sondage**

L'échantillonnage retenu lors de l'enquête a été pris au hasard. Il s'agit de la méthode de quotas et non probabiliste. Le choix de l'échantillonnage a été facile car la population comorienne est homogène. Elle connaît une seule religion, une seule culture. Ainsi leurs comportements et la manière d'agir font que leur mode de vie est presque identique.

Etant un produit qui va intéresser les ménages, en particulier les femmes et les filles car au Comores, ce sont en général les femmes qui doivent être à la cuisine. Nous avons retenu comme population à enquêter les femmes et les filles. Nous avons pris un échantillon de 250 personnes dans lesquelles 60% sont des femmes et 40% des filles

- . 80% des femmes de 25 à 40 ans
- . 20% des femmes de plus de 40 ans
- . 60% des jeunes filles de 15 à 20ans.
- 40% des filles de 20 à 25 ans

**Tableau N°2 : Nombre de personnes interrogées**

Personnes enquêtées	ages							totaux
	15 à 20	20 à 25	25 à 30	30 à 35	35 à 40	40 à 45	45 à 50	
femmes			70	30	20	20	10	150
filles	60	40						100
<b>totaux</b>	60	40	70	30	20	20	10	<b>250</b>

*(Source : enquête sur descente dans les rues)*

Le tableau n°2 ci-dessus montre le nombre de personnes interrogées ainsi que leur différence d'âge. Cette dernière varie de 15 à 50 ans. Ces personnes sont toutes de du sexe féminin et cela pour des raisons qui font qu'au Comores seule les femmes sont censées être dans la cuisine selon la coutume.

**Tableau n°3 : Le sondage**

Personnes enquêtées	nombre	age	nombre de personne		pourcentage	
			favorable	non favorable	favorable	non favorable
Femmes	70	25 à 30 ans	69	1	98.5 %	1.5 %
	30	30 à 35 ans	28	2	93.3 %	6.7 %
	20	35 à 40 ans	18	2	90 %	10 %
	20	40 à 45 ans	20	0	100 %	
	10	45 à 50 ans	10	0	100 %	
<b>totaux</b>	<b>150</b>		<b>145</b>	<b>5</b>	<b>96.07 %</b>	<b>3.3 %</b>
filles	60	15 à 20 ans	57	3	95 %	5 %
	40	20 à 25 ans	39	1	97.5 %	2.5 %
<b>totaux</b>	<b>100</b>		<b>96</b>	<b>4</b>	<b>96 %</b>	<b>4 %</b>

*(Source : enquête sur descente dans les rues)*

L'étude de marché que nous avons réalisée, a montré que la clientèle ciblée est prête à accueillir notre produit. Comme le résultat obtenu est positif, cela nous montre que le projet sera la bienvenue presque 96 % des filles interrogées et 96.07 % des femmes interrogées

souhaitent la réalisation du projet. Ce qui fait que 96.4 % du total de la population interrogée répond positivement au souhait et aux objectifs du projet.

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

L'offre comprend les producteurs et les distributeurs.

Les producteurs ou fabricants conçoivent les biens et /ou services destinés à satisfaire la demande suivant le marché. Cependant pour mieux concevoir un bien et/ou un service adaptable aux attentes de la demande, la société productrice doit se retourner vers les consommateurs pour connaître leur vrai besoin, afin de pouvoir offrir un bien ou un service pouvant leur satisfaire. Cette connaissance de besoin du client nécessite une étude sur le marché dite étude de besoin. Cette dernière est cruciale pour tout projet. Elle doit se faire de façon méthodique, c'est pour cela qu'il a été nécessaire pour nous de descendre sur le terrain afin d'évaluer le besoin des consommateurs et leur critère de choix selon leur moyen. Les études réalisées dans ce domaine ont montré que le choix de notre produit est fonction de besoin de nos clients. Pour mieux les satisfaire on a prévu d'offrir 4 différents produits d'assaisonnement (**piment sec, piment sauce, massala sec, massala sauce**) qui sont indispensables dans les habitudes culinaires Comoriens, tout en respectant les normes. Ainsi des procédés de publicité de promotion et de distribution seront utilisés pour commercialiser les produits. Par ailleurs l'analyse de l'offre s'interroge sur le nom et le nombre des concurrents, leur politique commerciale ainsi que leur taille.

### **2 1 : Caractéristique de l'offre**

Les produits auxquels nous comptons offrir sur le marché sont indispensables dans les habitudes culinaires comoriennes. ces produits se caractérisent par la qualité que nous comptons améliorer par rapport à ceux utilisés au paravent dans les ménages comoriens.

En outre la rapidité dans le cadre de la préparation des mets Sera perçue comme un avantage particulier

## **2 2 : Qualité et quantité des produits à offrir**

La quantité à offrir sera fonction de la consommation ,par contre on espère améliorer la qualité en ajoutant d'autres ingrédients sur certains produits pour leur donner une image nouvelle

## **2 3 : Clientèle cible**

La recherche d'une clientèle est essentielle pour tout producteur. C'est une tâche difficile et qui nécessite une bonne vision de l'esprit.

Dans le cas de notre projet nos clients cibles sont les ménages comoriens en leur totalité. Ces derniers ne se diffèrent pas dans leurs habitudes culinaires et consomment tous nos produits

**Tableau N°4 : L'offre globale en volume sur le marché durant les cinq premiers exercices.**

années	nombre de bocaux de 250 g de produit à offrir pour chaque année				totaux
	piment sec	piment sauce	massala sec	massala sauce	
<b>année 1</b>	24 000	16 000	16 000	12 000	<b>68 000</b>
<b>année 2</b>	28 000	24 000	20 000	20 000	<b>92 000</b>
<b>année 3</b>	36 000	28 000	32 000	16 000	<b>112 000</b>
<b>année 4</b>	40 000	32 000	36 000	24 000	<b>132 000</b>
<b>année 5</b>	44 000	40 000	44 000	28 000	<b>156 000</b>

L'offre globale augmente d'une année à une autre. Cette augmentation est due grâce à l'augmentation de la demande. Comme à présent il n'existe aucun concurrent direct sur le marché, le volume de l'offre globale ci-dessus sera fonction de la disponibilité des matières premières et leur prix ainsi que la structure des coûts. Dans ce cas l'approvisionnement de matière se fera uniquement lors de la saison de récolte, date à la quelle elles sont moins chères. Cela va nous permettre de gagner un avantage de coût et offrir les produits à bas prix.

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

La demande englobe les clients au sens large. Mais la diversité de ces derniers conduit généralement l'entreprise à concevoir un produit seulement pour certaines catégories de personnes en pratiquant une segmentation du marché.

L'analyse de la demande permet de ressortir le volume du marché et nous permet d'avoir une connaissance sur la clientèle potentielle du produit.

A partir de celle-ci, la société pourra prendre une décision sur la stratégie politique à mener pour persister sur le marché.

Actuellement les habitudes et mœurs culinaires des ménages Comoriens se calquent sur les nouveaux modes de vie. Les femmes travaillent de plus en plus dans les grandes villes et passent toujours plus de temps en trajet et les filles dans les établissements de formation, donc de nouvel impératif culinaire s'impose : faire bon et vite. C'est-à-dire pour la préparation de repas, elles ont besoin des produits qu'ils leur permettront d'assaisonner directement les aliments car elles auront du mal à prendre du temps à préparer d'abord l'assaisonnement comme le « MASSALA » puis le repas. D'où l'intérêt de notre produit qui va faciliter les tâches dans la cuisine. Ainsi les ménages Comoriens sont prêts à acheter nos produits pour satisfaire leur besoin.

#### **3 1 : Caractéristique de la demande.**

La demande se compose des personnes qui exercent une action dans l'acquisition du produit. Ces personnes sont soit des acheteurs, soit des consommateurs, soit des prescripteurs.

La demande d'un produit ne se limite pas aux clients de l'entreprise. Elle comprend également des personnes susceptibles de devenir des clients, appelés client potentiel. Ceux-ci incluent :

- les clients de la concurrence.
- les non consommateurs relatifs.

La demande se caractérise également des profils et des comportements variés suivant le marché. Etant un produit destiné à être utilisé dans le repas, alors que toute personne physique est obligatoirement appelée à manger pour sa survie, on peut dire que nos clients sont tous des acheteurs consommateurs, excepté les personnes malades dont leur santé ne leur permettent pas de consommer des épices.

**Tableau n°5 :Estimation de la demande en volume par an de consommation dans la région : piment sec**

<b>villes ou villages</b>	<b>ménages</b>	<b>piment sec en bocaux de 250 g par ménage</b>	<b>total des bocaux de 250g de piment sec par an de consommation</b>
<b>Saandani</b>	<b>460</b>	<b>5</b>	<b>2 300</b>
<b>Chitrouni</b>	<b>380</b>	<b>5</b>	<b>1 900</b>
<b>Bandrani mtsangani</b>	<b>1 434</b>	<b>5</b>	<b>7 170</b>
<b>chiromcamba</b>	<b>904</b>	<b>5</b>	<b>4 520</b>
<b>Maweni</b>	<b>844</b>	<b>5</b>	<b>4 220</b>
<b>Akibani</b>	<b>765</b>	<b>5</b>	<b>3 825</b>
<b>total</b>	<b>4 7 87</b>	<b>5</b>	<b>23 935</b>

Le tableau ci-dessus nous représente l'estimation de la demande en volume pour le piment sec sur le lieu de l'implantation de la société. Ce volume est estimé à 23 935 bocaux qui seront écoulés annuellement uniquement dans la région. Cela montre la capacité d'absorption de notre produit dans la région.

Selon les habitudes culinaires des ménages comoriens en matières des épices, le volume de produit d'assaisonnement pouvant être consommé dans la région peut être estimé à 95 740 bocaux pour le total des produits qui seront offerts par la société .cette demande peut être augmentée suivant le goût et la qualité de notre produit, ce que nous souhaitons vivement réaliser.

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

La concurrence englobe toutes les offres rivales actuelles ou potentielles, qu'un acheteur peut prendre en considération.

Les principaux concurrents sont identifiés et étudiés du point de vue de leur taille, objectifs, résultats et tout autre caractéristique révélatrice de leurs intentions et comportement.

#### **4 1 :Concurrents directs**

A présent on ne peut pas parler en aucun cas des concurrents directs de ce projet. Il est à noter qu'aucune société au Comores ne fabrique ces genres de produits auxquels nous pensons concevoir.

#### **4 2 :les Concurrents indirects**

La concurrence indirecte comprend toutes activités qui pourraient être localisées au sein du pays susceptible d'arracher ou diminuer le nombre des clients réels ou potentiels de la société.

Cependant, on trouve dans les marchés locaux comoriens des bocaux de piment mélangé avec de jus de citron et d'oignon, ainsi que des grains de poivres mis dans des petits chasés exposés à la vente. Mais ils ne peuvent être en aucun cas des produits de substitution à nos produits car les consommateurs ne peuvent pas les utiliser directement pour assaisonner leurs aliments. Ils doivent être mixés ou pulvérisés avant d'être utilisés.

### **Section 5 : la Stratégie à adopter**

Pour mieux influencer la réponse du marché, nous contons dans un premier temps nous spécialiser dans le domaine de notre activité et cela pour exploiter une maîtrise de compétence. Cette spécialisation va nous permettre d'obtenir une position favorable en terme de coût et de marché.

#### **5 1 : la Stratégie push**

Par rapport aux produits, il va falloir nous appuyer sur les distributeurs en les obligeant à favoriser la vente de nos produits, donc de notre marque au près des consommateurs final.

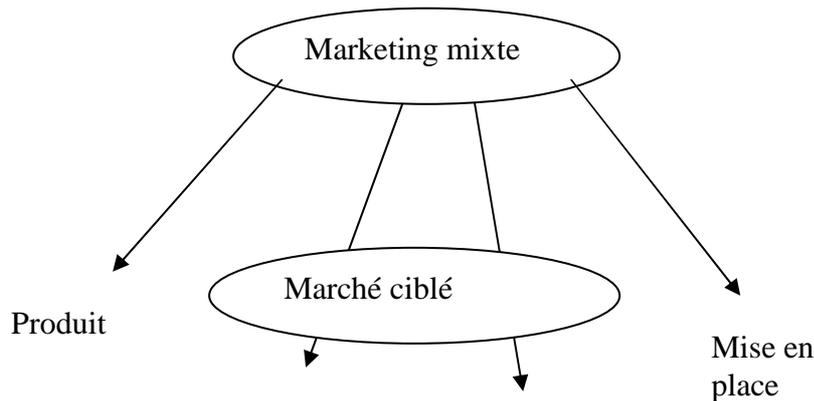
#### **5 2 : Stratégie pull**

D'autres actions notamment la publicité sur les medias, visant à inciter les consommateurs à demander les produits auprès des distributeurs. Ces derniers seront obligés de passer commande dans notre société.

### 5 3 : le marketing mixte

D'autres décisions doivent être prises à la fois pour les intermédiaires et les consommateurs finaux : c'est le marketing mixte qui va s'appuyer sur les « 4p »

Ci-dessous nous présentons une répartition des principales variables en fonction de « 4 P. »



A noter qu'à court terme nous nous concentrons sur le prix en fonction de la remise, des conditions de paiement et des conditions de crédits pour attirer les acheteurs.

### **CONCLUSION**

L'étude de ce chapitre était indispensable pour ce projet. C'est pour quoi il a été nécessaire pour nous d'avoir l'œil sur le terrain pour collecter les différentes informations utiles. D'où l'enquête qu'on a réalisé auprès des consommateurs. Ces derniers sont prêts à accueillir nos produits. Selon les résultats obtenus 96.4% du total de la population interrogée répond positivement au souhait et aux objectifs du projet.

## **Chapitre IV : Théorie générale sur les outils et les critères d'évaluation**

L'évaluation est un processus qui accompagne un projet et sert à vérifier dans quelle mesure les objectifs fixés sont atteints. Elle permet d'identifier des aspects qu'on souhaite améliorer et facilite la prise de décision.

A noter que, l'évaluation, puisqu'elle accompagne toutes les phases d'un projet, comprend elle-même plusieurs étapes.

- ✚ . Le recueil des données en fonction des objectifs.
- ✚ . L'analyse et l'interprétation de ces données à partir desquelles on tire des conséquences.
- ✚ . La ré médiation en fonction de ce que l'on constate.

Cette évaluation se fait par des outils accompagnés eux mêmes par des critères.

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

Les outils permettent de vérifier si un projet est rentable ou non.

Ces outils sont au nombre de quatre :

- La valeur actuelle nette.
- Le taux de rentabilité interne.
- Le délai de récupération du capital investit.
- L'indice de profitabilité.

#### **1 1 : La valeur actuelle nette.**

##### **1 1 1 : Définition.**

Dans le cas de l'investissement, la valeur actuelle nette (VAN) est la différence entre les capacités d'autofinancement actualisées (= valeur actuelle) qu'apportera cet investissement et le capital investi.

### **1 1 2 : Formule**

$$VAN = \sum_{J=1}^n MBA_J (1+i)^{-J} - I$$

Avec :

- MBA la capacité d'autofinancement obtenue.
- i le taux d'actualisation .
- J le numéro de l'annuité.
- N le nombre total d'annuités.
- I le capital investi.

### **1 1 3 : Interprétation**

La VAN permet de mesurer la création de richesse attendue d'un projet d'investissement.

- ❖ \*Une VAN positive signifie que le projet envisagé permet de reconstituer les capitaux initialement avancés et de dégager un surplus de richesse.
  - . Un projet dont la VAN est positive doit être entrepris car il enrichit l'entreprise en assurant la reproduction élargie des mises de fonds effectués.
- ❖ \*Une VAN négative signifie que les revenus ne parviennent pas à compenser l'investissement initial.
  - . Un projet dont la VAN est négative ne doit pas être réalisé car il dégage des pertes pour l'entreprise.
- ❖ \*Une VAN nulle signifie que le projet est équilibré ; il n'apporte ni bénéfice, ni perte à l'entreprise.

### **1 2 :Le taux de rentabilité interne (TRI)**

On appelle taux de rentabilité interne (TRI) d'un investissement le taux d'actualisation qui annule sa valeur actuelle nette.

On utilise la formule de calcul de la VAN en changeant l'inconnue :

On cherche en effet le taux **t** tel que **VAN= 0** soit :

$$\sum_{I=1}^N \frac{Fi}{(1 + t)^i} \equiv 0$$

Avec :

$F_i$  = les flux de trésorerie générés par l'investissement.

$T$  = le taux d'actualisation requis et  $i$  les années.

On peut déduire le taux  $t$  par interpolation linéaire.

### **1 3 :Le délai de récupération des capitaux investis**

Le délai de récupération indique le temps nécessaire à la récupération du montant de l'investissement. C'est le temps, à partir duquel le flux cumulé des capacités d'autofinancement actualisé atteint le capital investi. Pour le calculer, il convient de comparer le flux cumulé des capacités d'autofinancements actualisé au montant de l'investissement. Ou tout simplement le rapport entre le montant de l'investissement et la capacité moyenne d'autofinancement actualisé.

Un délai court est un critère pour un investissement intéressant car cela facilite notamment les provisions.

### **1 4 : L'indice de profitabilité**

L'indice de profitabilité (IP) est le rapport entre la somme de flux financier est le capital investi.

$$IP = \sum \frac{R - CE}{I}$$

Avec : R les recettes obtenus

: CE les dépenses d'exploitations

: I le capital investi

L'IP montre le bénéfice apporté par 1 franc investi

Si  $IP > 1$  : la rentabilité est supérieure au taux exigé  $t$

Si  $IP = 1$  : la rentabilité est égale au taux exigé  $t$

Si  $IP < 1$  : la rentabilité est inférieure au taux exigé  $t$

## **Section 2 : Les Critère d'évaluation du projet**

Les critères d'évaluation permettent de voir ou non le succès d'un projet.

### **2 1 : La pertinence**

Il s'agit de voir si le projet est réalisable selon la situation financière de la société (pertinence interne) ou selon la situation environnementale (pertinence externe).

.On dit qu'un projet est pertinent quand il réalise la plupart des objectifs fixés au départ.

### **2 2 :L'efficacité**

L'efficacité est la capacité de produire le maximum de résultat avec le minimum d'effort sans considération des dépenses allouées. Elle s'apprécie par la comparaison des objectifs et des résultats (différence entre ce qui était prévu et les réalisations). C'est le degré de réalisation des objectifs et de résultats.

.Un projet est efficace lorsqu'il produit l'effet qu'on attend et optimise les profits attendus au cours de l'exploitation.

### **2 3 : L'efficience**

L'efficience se réfère au coût et rythme auquel les interventions sont transformées en résultats. Elle se mesure par la comparaison des coûts et des résultats. C'est l'économie dans la poursuite des objectifs.

.Un projet est efficace lorsqu'il a atteint ses objectifs avec le minimum de dépense.

### **2 4 :L'impact**

Il s'agit de mesurer les conséquences du projet dans son environnement interne et externe, et de voir les avantages de celui-ci de son environnement.

## **CONCLUSION**

Tout projet mérite d'être évalué afin de connaître sa rentabilité. Cette évaluation se fait par des critères et d'outils. Ces derniers ont fait l'objet de ce chapitre mais de façon théorique. Leur pratique est réservée à la fin de la troisième partie.

## **Conclusion de la première partie**

Au cours de cette première partie nous avons parlé de la situation économique et géographique des Comores avec une carte à l'appui, afin de démontrer une bonne maîtrise du lieu de l'implantation. On a relaté également la situation actuelle de l'industrie et de l'agriculture pour justifier le choix de notre thème. Une enquête sur l'étude marché a été aussi réalisée et cela où nous nous sommes interrogés sur l'offre et la demande du marché. L'étude réalisée dans ce domaine a pu montré que le choix de notre produit est fonctions de besoin de nos clients. Ces derniers sont prêts à accueillir nos produits.

En fin on a présenté la société que nous envisageons de créer ainsi que l'histoire et les caractéristiques de notre projet.

## **deuxième partie : conduite du projet**

# **CHAPITRE I : THECHNIQUE DE PRODUCTION**

La technique englobe l'ensemble des moyens matériels, humains et financiers à partir desquels on transforme les matières premières en produits finis. Cette technique peut varier selon que les entreprises ne sont pas les mêmes.

## **Section 1 : Identification des matériels**

Les premiers biens (matériels) que nous allons acquérir pour cette entreprise que nous allons créer seront les terrains , sur quoi l'usine sera construite, qu'il faudra par la suite pourvoir des matériels et outillages appropriés, en même temps qu'on aura meublé les bureaux . Le tout va faire les immobilisations.

### **1 1 : Les matériels et outillages de production**

Ils sont constitués par l'ensemble des objets, instruments et machines avec ou par lesquels :

- on extrait, transforme, ou façonne les matières.

Dans le cas de notre projet, les matériels et outillages de production sont constitués par :

- six bacs de lavage de piment ;
- deux machines à broyage pour pulvériser le poivre et le cannelle ;
- deux machines pour mixer les oignons et le piment ;
- quinze mortiers pour piler d'autres épices en poudre notamment le safran ;
- huit cuves à usages industriels pour stocker le broyât avant le mélange ;
- et enfin cinq cuves qui vont servir à mélanger les produits broyés pour en

faire les produits d'assaisonnement avant le conditionnement.

### **1 2 : Les matériels et mobiliers de bureau**

Le matériel de bureau, comprend tous les machines, instruments et les matériels informatiques, destinés à faciliter les travaux administratifs.

Nous comptons avoir 4 ordinateurs, des tables et des chaises pour les bureaux.

### **1 3 :Agencements et aménagements**

Y sont regroupés ici les organes ou travaux destinés à établir une liaison entre les diverses immobilisations de l'entreprise ou à mettre ces immobilisations en état d'usage.

Dans notre projet nous allons procéder à :

- l'agencement et aménagement du matériels et outillages ;
- l'installation d'eau et d'électricité ;
- l'installation téléphonique.

### **1 4 : Les matériels de transport**

Ce matériel comprend tous les véhicules servant au transport des personnels, des matières premières et des produits finis.

Pour le début nous envisageons avoir :

- Un véhicule pour la collecte et l'acheminement des matières à l'usine ;
- Un véhicule pour distribuer les produits finis ;
- Et un autre véhicule pour transporter le personnel.

**Tableau N°6 : Les immobilisations**

<b>désignations</b>	<b>quantité</b>
Terrain	1
Bâtiment	1
Bacs de lavage	6
Machines de broyage	2
Machines de mixage	2
Mortiers	15
Cuves	13
Ordinateurs	4
Tables	4
Chaises	10
Véhicules	3
Installation d'eau et d'électricité	2
Installation téléphonique	1
Agencement et aménagement de matériel et outillage	1

Ce tableau représente l'ensemble des immobilisations nécessaires à avoir pour pouvoir créer cette entreprise.

## **Section 2 : Approvisionnement de matières**

La gestion de stock cherche à faire disposer d'un niveau de stock approprié au cycle de production ou de commercialisation en assurant continuellement la vente et la réapprovisionnement à moindre coût afin d'éviter les ruptures et les avariés ou le vol.

Pour ce projet, l'approvisionnement consiste à réaliser une série d'opération (achat et gestion de stocks) permettant de disposer au moment et à l'endroit voulu et cela à moindre coût, tout l'ensemble de marchandises (bocaux en verres et en plastiques et les fournitures de bureau) ou les matières premières (les épices tropicales) dont l'entreprise a besoin tant en quantité qu'en qualité.

Donc il est nécessaire de maîtriser les éléments clés de l'approvisionnement comme le temps, la consommation et la gestion de stock dans le magasin.

L'entreprise aura donc besoin des méthodes d'approvisionnement pour déterminer la quantité et la période de la demande qui se résument en deux méthodes :

- réapprovisionnement à dates variables et en quantité fixe
- réapprovisionnement en quantité variable et à date fixe

### **2 1 : Modalité d'approvisionnement**

Le modèle d'approvisionnement auquel nous envisagerons va dépendre du rythme de la consommation .Cependant nous ne comptons pas choisir un modèle spécifique d'approvisionnement pour les épices qui seront collectées et achetées dans la région .Leur réapprovisionnement va dépendre de la saison de récolte.

Par contre un modèle d'approvisionnement va être choisi pour les bocaux en verres et en plastiques qui vont servir au conditionnement de nos produits.

## **2 2 : Critères d'évaluation de stock à adopter**

Le stock est l'ensemble des marchandises ou matières stationnant dans l'entreprise dans l'attente de leur utilisation ultérieure pour la revente ou la production.

Ce stock demande un inventaire permanent qui permettra de connaître précisément l'état quantitatif et qualitatif du stock à un moment donné.

Pour cela, l'entreprise doit choisir une méthode d'évaluation de stock en permanence sans arrêter l'exploitation de l'entreprise.

Ainsi, on va adopter comme critère d'évaluation la méthode de «**FIFO**» .c'est à dire que la première entrée part en première sortie ou tout simplement qu'on va consommer ou vendre en priorité les plus anciens des stocks.

L'avantage de ce critère est qu'on peut adapter le stock aux baisses de prix et la valeur est toujours plus proche de celle de revente éventuelle.

Mais l'inconvénient n'apparaît qu'à la spéculation de la hausse en cas de déflation ; d'où le stock est nécessaire pour les raisons suivantes :

- il peut être avantageux d'acheter à des moments favorables ou par quantité économique ;
- il n'est pas toujours possible d'acheter chaque fois qu'on a besoin une petite quantité ;
- il faut se prémunir contre les aléas des fournitures.

**Tableau N°7 : Achat prévisionnel des matières sur 5 ans d'exploitation (en millier de franc comorien)**

<b><u>Désignation</u></b>	<b>Années</b>				
	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<b><u>Matières premières</u></b>					
Poivre	1 500	1 800	1 800	1 900	2 000
Piment	1 250	1 500	1 800	2 000	2 200
Cannelle	200	300	350	400	400
Safran	300	400	500	600	600
Oignon	1 000	1 500	1 750	1 900	2 000
Girofle	200	200	250	300	400

Vanille	300	350	400	450	500
Citron	200	300	400	450	500
<b>Totaux</b>	<b>4 950</b>	<b>6 350</b>	<b>7 250</b>	<b>8 000</b>	<b>8 600</b>
<b><u>Marchandises</u></b>					
Bocaux en plastiques	3 600	6 900	8 400	9 900	1 1700
Autres	500	600	650	700	750
<b>Totaux</b>	<b>4 100</b>	<b>7 500</b>	<b>9 050</b>	<b>10 600</b>	<b>12 450</b>
<b>Totaux généraux</b>	<b>9 050</b>	<b>13 850</b>	<b>16 300</b>	<b>18 600</b>	<b>21 050</b>

Ce tableau affiche l'ensemble des prévisions des éléments consommables et d'autres matières dont l'entreprise a besoin pour son fonctionnement durant les 5 premiers exercices. Ces achats augmentent chaque année. Cette augmentation suit l'accroissement du volume de la production.

### **Section 3 : Technique de production envisagée**

La technique peut être complexe, et va varier d'une entreprise à une autre. Elle englobe l'ensemble des moyens matériels, humains et financiers à partir desquels, on met en place, les étapes et le processus de production permettant la transformation des matières premières en produits finis.

#### **3 1 : Les moyens matériels**

Les moyens matériels sont ceux énumérés dans la section 1 de ce premier chapitre.

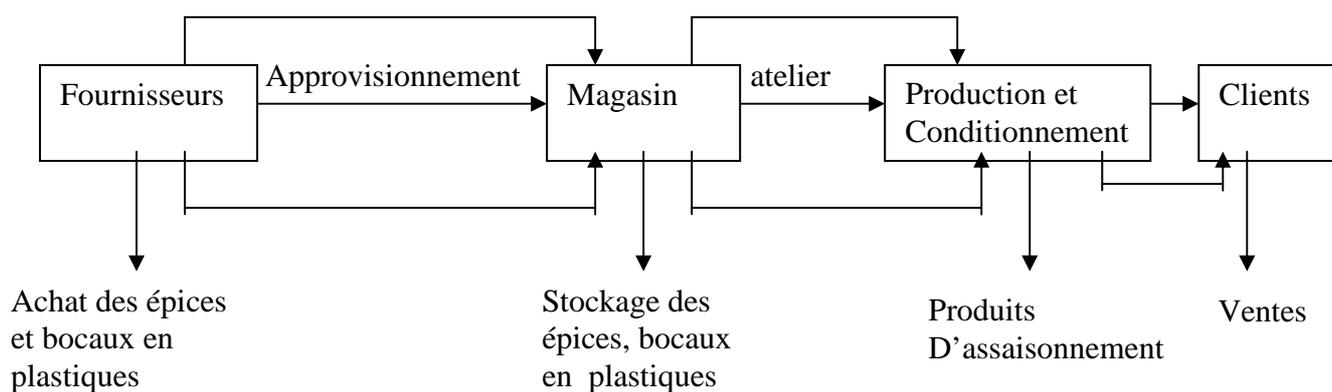
#### **3 2 : Moyens humains**

Nous comptons embaucher des employés motivés, voir même expérimentés capables de travailler pour assurer le bon fonctionnement de la société afin de trouver une meilleure rentabilité.

### 3 3 :Moyens financiers

Les moyens financiers sont constitués par l'ensemble des apports des promoteurs et le financement extérieur (l'emprunt).

#### Etapes de processus d'approvisionnement et de production



**Tableau N°8 : La production prévisionnelle envisagée sur 5 ans en unité de tonne.**

Produits	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Piment sec	6	7	9	10	11
Piment sauce	4	6	7	8	10
Massala sec	4	5	8	9	11
Massala sauce	3	5	4	6	7
Totaux	17	23	28	33	39

La production augmente d'une année à une autre. Cette augmentation s'explique par deux conditions :

- D'abord, par le fait que les ouvriers soient qualifiés, en même temps qu'ils maîtrisent les outils de production, et acquièrent une certaine rapidité.

- Ensuite par le fait de l'augmentation de la demande. Une hausse de la demande nécessite une augmentation de la production pouvant suivre le rythme.

## **CONCLUSION**

L'étude de ce premier chapitre a été consacrée sur l'identification des différents matériels et outillages nécessaires à pourvoir pour entreprendre l'exploitation de cette entreprise. Ces matériels englobent l'ensemble des immobilisations corporelles détaillées dans le tableau N°6. Une prévision des matières premières sur 5 ans d'exploitation est également envisagée dans le tableau N°7, ainsi que leur modalité d'approvisionnement. Dans le but de pouvoir suivre l'état quantitatif et qualitatif de stock, une méthode d'évaluation de stock : « FIFO » a été choisie selon son avantage qui permet d'adapter le stock aux baisses de prix faisant que la valeur reste toujours plus proche à celle de revente éventuelle.

## **Chapitre II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE**

L'étude de ce chapitre va se consacrer sur les prévisions de la production potentielle maximale à réaliser sur 5 ans d'exploitation selon les moyens de la production disponibles

### **Section 1 : Evolution de chiffre d'affaires et production envisagée**

**Tableau N°9 : Production envisagée sur 5 ans d'exercice en bocaux de 250g**

Années	Nombre de bocaux de 250g de produit pour chaque année				
	Piment sec	Piment sauce	Massala sec	Massala sauce	Totaux
Année 1	24 000	16 000	16 000	12 000	<b>68 000</b>
Année 2	28 000	24 000	20 000	20 000	<b>92 000</b>
Année 3	36 000	28 000	32 000	16 000	<b>112 000</b>
Année 4	40 000	32 000	36 000	24 000	<b>132 000</b>
Année 5	44 000	40 000	44 000	28 000	<b>156 000</b>

**Nota** : 6 tonnes → 6 000 kg → 6 000 000 g de piment sec soit 24 000 bocaux de 250g

La production totale varie d'une année à une autre. Cette variation est due, comme on l'a dit précédemment par l'augmentation de la demande.

**Tableau N°10 : Prévision des ventes à réaliser pour la première et deuxième année (en unité de franc comorien)**

Désignation	Année 1			Année 2		
	Quantité	Prix unitaire	Montant	Quantité	Prix unitaire	Montant
Piment sec	24 000	15 00	36 000 000	28 000	15 00	42 000 000
Piment sauce	16 000	1 000	16 000 000	24 000	1 000	24 000 000
Massala sec	16 000	750	12 000 000	20 000	750	15 000 000
Massala sauce	12 000	600	7 200 000	20 000	600	12 000 000
<b>Totaux</b>			<b>71 200 000</b>			<b>93 000 000</b>

Le tableau ci-dessus représente les prévisions des ventes à réaliser pour les deux premières années d'exploitation.

**Tableau N°11 : Prévision des ventes à réaliser pour la troisième et quatrième année (en unité de franc comorien)**

Désignation	Année 3			Année 4		
	Quantité	Prix unitaire	Montant	Quantité	Prix unitaire	Montant
Piment sec	36 000	1 500	54 000 000	40 000	1500	60 000 000
Piment sauce	28 000	1000	28 000 000	32 000	1000	32 000 000
Massala sec	32 000	750	24 000 000	36 000	750	27 000 000
Massala sauce	16 000	600	9 600 000	24 000	600	14 400 000
<b>Totaux</b>			<b>115 600 000</b>			<b>133 400 000</b>

Le tableau n°11 ci-dessus montre les prévisions des ventes de la troisième et quatrième année à réaliser. Les ventes de la quatrième année ont augmenté par rapport à celles de la troisième année. Et celles de la troisième année ont aussi subites une hausse par rapport à celles de la deuxième année. Cela signifie que les clients prennent goût des produits et la demande s'intensifie.

**Tableau N°12 : Prévion des ventes à réaliser pour la cinquième année**

<b>Année 5</b>			
<b>Désignation</b>	<b>Quantité</b>	<b>Prix unitaire</b>	<b>Montant</b>
Piment sec	44 000	1 500	66 000 000
Piment sauce	40 000	1 000	40 000 000
Massala sec	44 000	750	33 000 000
Massala sauce	28 000	600	16 800 000
<b>Totaux</b>			<b>155 000 000</b>

Le tableau n°12 ci-dessus montre les prévisions de ventes à réaliser pour la cinquième année. Ces ventes suivent le même rythme précédent. On enregistre une forte augmentation de la demande.

**Tableau N°13 : Prévion des ventes à réaliser pour chaque année pendant 5 ans en unité de franc comorien** (chiffre d'affaire annuel pour chaque produit)

<b>Produit</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Piment sec	36 000 000	42 000 000	54 000 000	60 000 000	66 000 000
Piment sauce	16 000 000	24 000 000	28 000 000	32 000 000	40 000 000
Massala sec	12 000 000	15 000 000	24 000 000	27 000 000	33 000 000
Massala sauce	7 200 000	12 000 000	9 600 000	14 400 000	16 800 000
<b>Totaux des ventes</b>	<b>71 200 000</b>	<b>93 000 000</b>	<b>115 600 000</b>	<b>133 400 000</b>	<b>155 800 000</b>

On envisage de réaliser les chiffres d'affaires pour vente qui se pressentent dans le tableau n°13 ci-dessus.

On remarque que le chiffre d'affaire augmente d'une année à l'autre. Cette augmentation résulte non seulement de la connaissance progressive du marché, mais aussi de la notoriété de l'image de l'entreprise acquise en matière de qualité, ainsi que le goût des produits que les clients prennent.

## **Section 2 : les différents facteurs de production**

La production est un processus de transformation par série d'opération complexe ou non partant de facteurs de production pour finir en produit en passant par des centres d'activités.

Ces facteurs de production sont principalement constitués du :

- ❖ Travail ou le personnel en qualité et quantité
- ❖ Capital ou les immobilisations et les équipements
- ❖ Intrants ou les matières premières et consommations intermédiaires

### **2 1 : le personnel**

Le personnel constitue le facteur de production le plus évident, il contribue à la production des biens et services. Une rémunération est réservée au travail loué : c'est le salaire

### **2 2 :le capital**

Les travailleurs sont autant plus efficaces dans le travail ; qu'ils disposent d'outils nombreux et adaptés .Ce stock d'équipement de structure, de production, de service est appelé capital. C'est donc le facteur que le travailleur place entre lui et le bien qu'il veut produire

### **2 3 :les biens intermédiaires**

Ce sont des inputs spécialisés, entrant dans la fabrication d'un nombre limité de produits. Il s'agit des matières premières qui sont transformées et qui rentrent dans la composition de produit finis.

Dans ce projet les épices seront les matières premières à transformer en produits finis d'assaisonnement.

## **CONCLUSION**

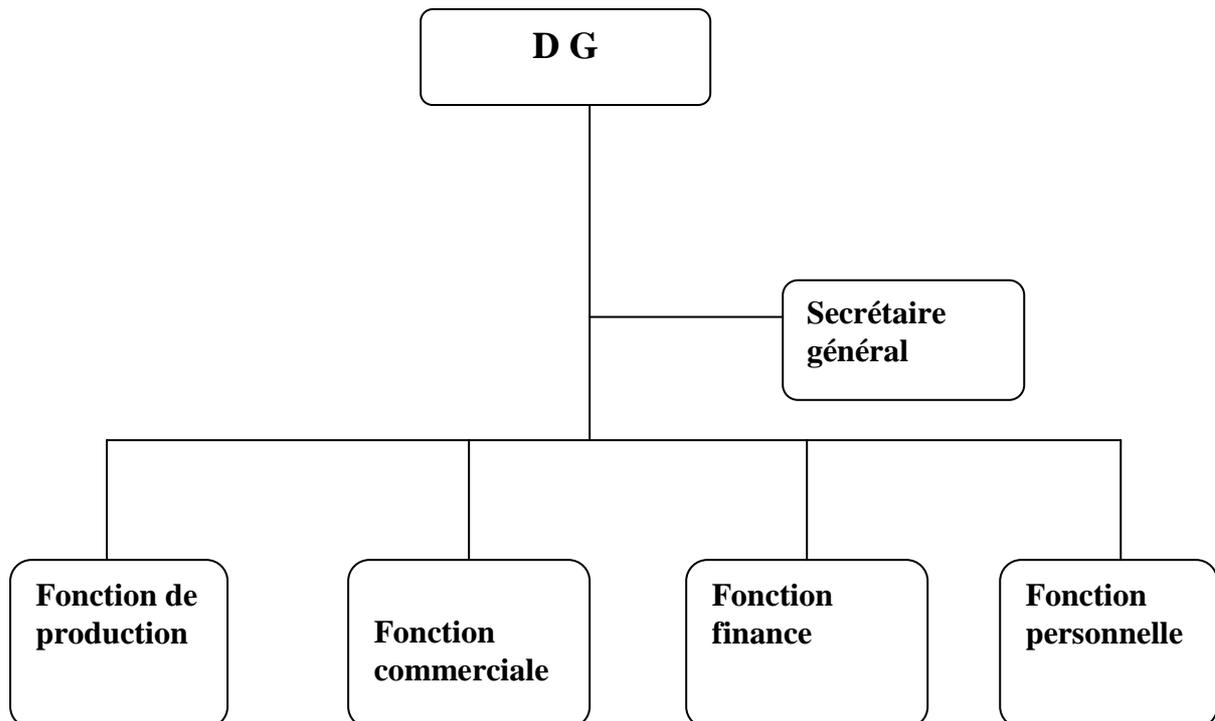
L'on a envisagé dans ce chapitre la production maximale, ainsi que le chiffre d'affaire prévisionnel à réaliser chaque année. Ce chiffre d'affaire subit une augmentation importante en raison de la demande accrue des consommateurs satisfaits de la qualité de nos produits.

# **CAPITRE III : ETUDE ORGANISATINNELLE**

## **Section 1 : Organigramme envisagé**

Dans le but de pouvoir atteindre les objectifs fixés, il doit y avoir une organisation au sein de l'entreprise. En effet c'est un système hiérarchisé qui doit être mis en place dans l'entreprise et symbolisé par un organigramme qui va définir les fonctions et les services.

Ainsi l'organigramme auquel nous envisageons mettre au sein de la société SOFPA est de la forme suivante :



L'organigramme est composé de 4 grandes fonctions hiérarchiquement indépendantes et placées sous l'autorité du directeur général, pour que celui-ci reçoive directement et rapidement les informations provenant de ces différentes fonctions.

## **Section 2 : organisation du travail**

### **2 1 :le taylorisme**

#### **2 1 1 : l'organisation scientifique du travail**

La conception de Taylor repose sur une utilisation rationnelle aussi bien du travail humain que des outils techniques. Son analyse systématique du travail que nous allons nous inspirer, aboutit à des résultats qui peuvent se résumer en 4 points :

- le découpage d'un processus de travail en geste élémentaire puis leur regroupement qui va permettre d'aboutir à une tâche optimisée
- les méthodes scientifiques de travail peuvent être transmises aux ouvriers par la sélection scientifique, la formation et l'entraînement
- la séparation stricte entre la conception des tâches et leur exécution. c'est à dire il faut séparer le travail intellectuel du travail manuel.
- il faut instaurer une coopération étroite entre la direction et les ouvriers puisque les tâches exécutées par les ouvriers sont préparées par la direction.

### Section 3 : chronogramme

Année n

Année n-1

**tableau N°14 :chronogramme envisagé**

ACTIVITE	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
étude du projet et élaboration de statut							n-1					
démarche administrative										n-1		
achat de matériels et aménagement du local												n-1
recrutement		<u>n</u>										
achat des matières					<u>n</u>							
publicité					<u>n</u>							
production						<u>n</u>						
vente des produits									<u>n</u>			

L'étude du projet et l'élaboration du statut commenceront l'année n-1 à partir du mois de juin. Les démarches administratives vont suivre à partir du moi de septembre n -1. Les achats des matériels et l'aménagement du local à partir de novembre n-1. Le recrutement va commencer le 01/01 de l'année n

Les achats de matières tout les deux mois. La publicité va commencer le mois d'avril et la production à partir du mois de février de l'année n et les ventes à partir du mois de juillet de l'année N.

## **CONCLUSION**

Dans ce chapitre on a étudié le système à mettre en place dans l'entreprise pour atteindre les objectifs fixés. Il s'agit de l'organisation même à mettre en place, qui est symbolisée ici par un organigramme qui a défini les fonctions et les services voulus. Il représente les situations hiérarchiques dans l'entreprise ainsi que les liaisons d'autorité et fonctionnelles. Pour que cette société voit le jour un chronogramme a été également établi montrant les différentes tâches à effectuer dès l'année n-1 à l'année n de sa création.

### **Conclusion de la deuxième partie**

Dans cette partie, on a pu identifier les matériels nécessaires auxquels on a besoin pour la création de cette société.

Il s'agit de l'ensemble des objets, instruments et machines avec ou par lesquels on va extraire, transformer ou façonner les matières premières pour en avoir les produits voulus. Il a été question également dans cette partie d'étudier la technique même de la production. Cette dernière est jugée complexe mais avec l'appui des moyens humains et financiers, on espère bien pouvoir mettre en place les étapes de processus de production permettant la transformation de nos matières premières en produits finis.

## **troisième partie : étude financière du projet**

# **chapitre I : Coût des investissements**

## **Section 1 : coût des investissements et comptes de gestion**

### **1 1 :Coût du terrain**

Un terrain de 2 500 m<sup>2</sup> sera acquis par la société. Ce terrain est évalué à 12 500 000 FC à raison de 5 000 FC le mètre carré.

### **1 2 :Coût des infrastructures**

Cette société aura un bâtiment qui sera construit en tôle dans la région de Bandrani. On envisage de construire un hangar où l'on installera les machines pour l'exploitation. Une très grande salle similaire au hangar pour le stockage des produits finis, cinq autres petites salles pour le stockage des matières premières, une autre salle pour les marchandises et 4 chambres administratives. Le coût de construction est estimé à 35 000 000 FC.

**Tableau N°15 : Coût des équipements d'exploitation (valeur en FC)**

<b>Désignations</b>	<b>Nombre</b>	<b>Prix unitaire</b>	<b>Montant</b>
Bacs de lavage	6	150 000	900 000
Machines de broyage	2	1 600 000	3 200 000
Machines de mixage	2	1 600 000	3 200 000
mortiers	15	15000	375 000
cuves	13	400 000	5 200 000
<b>Coût total</b>			<b>12 875 000</b>

Ce tableau comporte l'ensemble des matières et instruments qui vont servir pour transformer les matières premières des épices en produits d'assaisonnement. Leur coût est estimé à 12 875 000FC.

**Tableau N°16 : Coût des matériels de transport (valeur en FC)**

Désignations	quantité	Prix unitaire	montant
Camion	1	7 000 000	7 000 000
Toyota	1	5 000 000	5 000 000
Camion fourgonnette	1	4 000 000	4 000 000
<b>Coût total</b>	<b>3</b>		<b>16 000 000</b>

Ce tableau représente l'ensemble de coût total de matériels de transport évalué à 16 000 000 FC. Ces véhicules sont jugés nécessaires pour l'exploitation de l'entreprise.

**Tableau N°17 : Agencements et aménagements (valeur en FC)**

Désignations	Quantité	Prix unitaire	montant
Installation d'eau	1	300 000	300 000
Installation d'électricité	3	150 000	450 000
Installation téléphonique	1	75 000	75 000
Agencement de matériels et outillage	4	50 000	200 000
<b>Coût total</b>			<b>1 025 000</b>

Le tableau ci-dessus nous représente un coût de 1 025 000 pour le total de l'agencement et aménagement. Il s'agit de l'eau et de l'électricité ainsi que de téléphone indispensable pour le bon fonctionnement de l'usine.

**Tableau N°18 : Matériels et mobiliers de bureau (valeur en FC)**

désignations	quantité	prix unitaire	montant
tables	4	60 000	240 000
chaises	10	15 000	150 000
armoires	2	150 000	300 000
<b>coût total</b>	<b>16</b>		<b>690 000</b>

L'ensemble de ces matériels détaillés ci-dessus sert à rendre opérationnel les bureaux administratifs. Leur coût est estimé à 690 000 FC

### 1 3 : les matériels informatiques

Quatre ordinateurs seront acquis par la société. Leur coût est estimé à 600 000 FC.

**Tableau N°19 : Coût total de l'ensemble des immobilisations(valeur en FC)**

désignations	quantité	prix unitaire	montant	dure de vie	taux d'amortissement
<b><u>immobilisations</u></b>					
<b><u>incorporelles</u></b>					
frais de développement	1	225 000	225 000	5 ans	20 %
<b><u>immobilisations corporelles</u></b>					
terrain	1	12 500 000	12500 000	-	-
construction	1	35 000 000	35000 000	20 ans	5 %
bacs de lavage machines de broyage	6	150 000	900 000	-	-
machines de mixage	2	1 600 000	3 200 000	10 ans	10 %
mortiers	15	25 000	375 000	-	-
cuves	13	400 000	5 200 000	-	-
matériels de transport	3		16 000 000	5 ans	20 %
matériels informatiques	4	150 000	600 000	4 ans	25 %
agencements et aménagements	9		1 025 000	-	-
M M B	16		690 000	10 ans	10 %
<b>coût total</b>			<b>78 915 000</b>		

**Nota :** on considère que l'ensemble des immobilisations ont été acquises

le 01 /01/ de l'année 1, jour de la constitution de la société **SOFA**

On remarque d'après le tableau ci-dessus que le montant total des immobilisations s'élève à 78 915 000FC.

## **Section 2 : Evaluations des ressources et des emplois**

### **2 1 : L'emprunt avec les garanties proposées**

Pour que ce projet voit le jour, il faut un investissement total de 88 000 000 FC. Une partie de cette somme sera financée par les promoteurs à raison de 25 000 000 FC représentant le capital social. Le recours à l'emprunt est de 63 000 000 FC dont 3 000 000 FC sera octroyé par l'institution financière AMIE, avec un taux d'intérêt de 0 % et le reste par la banque.

#### **2 1 1 : Caractéristiques de l'emprunt**

- Montant : 60 000 000 FC
- Taux d'intérêt : 18 %
- Délai de remboursement : 5 ans
- Modalité de remboursement : 5 annuités constantes

#### **2 1 2 : Les garanties proposées**

Conformément à la loi de la banque pour l'octroi de crédit, il nous est obligatoire de mettre en gage un bien immobilier d'une valeur supérieur à celle de l'emprunt. Ainsi pour garantir l'emprunt nous comptons mettre l'appartement de notre sœur vivant en Europe en gage dont sa valeur peut être estimé à 90 000 000 FC.

**Tableau N°20 : Bilan initial (valeur en FC)**

Actif	Somme	Passif	Somme
<b><u>Actifs non courants</u></b>		<b><u>Capitaux propres</u></b>	
<u>Immobilisations</u>		Capital	
<u>incorporelles</u>			25 000 000
Frais de développement			
<u>Immobilisations corporelles</u>	225 000		
Terrain		<u>Passifs non courants</u>	
Construction	12 500 000	Emprunt a long	
Matériel de transport	35 000 000	terme : banque	
Matériel informatique	16 000 000		60 000 000
MMB		Dette à long	
Matériel et outillage	600 000	terme : AMIE	
Bacs de lavage	690 000		
Mortiers			3 000 000
Agencement et aménagement	6 400 000		
Cuves	900 000		
	375 000		
<u>Actifs courants</u>			
<u>Trésorerie</u>	1 025 000		
Banque	5 200 000		
Caisse			
	5 000 000		
	4 085 000		
<b>Total d'actifs</b>	<b>88 000 000</b>	<b>Total passifs</b>	<b>88 000 000</b>

Le bilan exprime la situation financière de l'entreprise à une date donnée. Celui du début fournit une description large des actifs détenus et une description tout aussi large de ressources que l'entreprise a pu se procurer pour financer ces derniers.

Le montant de 88 000 000 est jugé nécessaire pour la création de notre société SOFPA. Après avoir acheté l'ensemble des immobilisations estimées à 78 915 000, un compte bancaire sera ouvert au nom de la société avec un montant de 5 000 000 FC. Le reste sera destiné pour l'ouverture de notre compte caisse soit 4 085 000FC.

## **2 2 : le fonds de roulement**

Le fond de roulement représente la part de ressources durables consacré à financer les emplois circulant. Il constitue une image de sécurité financière pour l'entreprise. Il peut être calculé de deux manières :

- par le haut du bilan et par le bas du bilan.

### **2 2 1 : 1e Formule**

En haut du bilan  $FDR = \text{capitaux permanent} - \text{emplois stables}$

$$FDR = 85\,000\,000 - 78\,915\,000 = 6\,085\,000$$

En bas du bilan  $FDR = (\text{actifs circulant} + \text{actifs de trésorerie}) - (\text{passifs circulant} + \text{passifs de trésorerie})$

$$FDR = (5\,000\,000 + 4\,085\,000) - 3\,000\,000 = 6\,085\,000$$

### **2 3 : L'amortissement**

L'amortissement est la constatation comptable de la dépréciation à caractère irréversible d'un élément d'actif résultant de l'usage, du temps, du changement technique ou de tout autre cause. C'est un bénéfice de coté pour pouvoir acheter d'autres immobilisations.

**Tableau N°21 : L'amortissement annuel des immobilisations**

<b>Immobilisation</b>	<b>Valeur d'acquisition</b>	<b>Date d'acquisition 01/01/de l'année 1</b>	<b>Taux</b>	<b>Amortissement</b>
Fais de développement	225 000		20%	45 000
Construction	35 000 000		5%	1 750 000
Outillage de production	6 400 000		10%	640 000
Matériel de transport	16 000 000		20%	3 200 000
Matériel informatique	600 000		25%	150 000
M M B	690 000		10%	69 000
<b>Total</b>				<b>5 854 000</b>

Ce tableau montre la dotation annuelle des amortissements calculés au 31/12 de la première année.

### **Section 3 : Plan de financement**

#### **3 1 : Généralité sur le financement**

Le financement des investissements qui sont des engagements de ressources afin d'entrer des bénéfices pendant une longue période future dépend de la capacité d'investir. Ils créent un capital fixe, affectant de fonds à l'acquisition d'actifs et de dépenses aux rubriques d'actifs immobilisés (comptabilité) qu'ils soient des investissements d'expansion, de renouvellement, de prestige ou sociaux, la rentabilité en est donc l'objectif principal.

Pour atteindre cet objectif de rentabilité il est logique de financer le projet avec des ressources qui nécessiteront en contre partie les décaissements réels les plus faibles. Notre plan de financement doit donc être élaboré de façon à tenir compte de l'objectif. Ce plan regroupera les ressources et les emplois et doit être équilibré. L'équilibre financier de l'entreprise s'établit entre les ressources et les emplois de ceux-ci.

Il doit faire en sorte que le montant des capitaux permanents soit supérieur au montant des actifs immobilisés, et que chaque masse de l'actif du bilan soit financée par les ressources au moins de même durée détention des fonds. Faute de quoi l'entreprise devra rechercher constamment des emprunts.

**Tableau N°22 : Plan de financement**

<b>A</b>	Ressources de financements stables	85 000 000	<b>E</b>	Variation du besoin en fond de roulement hors exploitation	4 500 000
<b>B</b>	Emplois stables	78 915 000	<b>F</b>	Variation du besoin en faut de roulement net (D-E)	1 585 000
<b>C</b>	Variation en fond de roulement (A-B)	6 085 000	<b>G</b>	Variation de la trésorerie (C-F) +emploi net	92 500 000
<b>D</b>	variation du besoin de fond de roulement d'exploitation	6 085 000	<b>H</b>	Disponible G-(B+C+E)	3 500 000

**3 2 : Le plan de remboursement de dettes**

Le plan de remboursement de dettes tient une place primordiale dans la gestion de trésorerie lorsqu'il s'agit d'emprunt ou des crédits.

Il s'établit de la manière suivante.

**Tableau N°23 : Amortissement d'emprunt**

Année	Emprunt initial	Amortissement	Intérêt	Annuités	capital restant à amortir
1	60 000 000	8 386 680	10 800 000	19 186 680	51 613 320
2	51 613 320	9 896 2 82,4	9 2 90 3 97,6	19 186 680	41 717 037,6
3	14 717 37,6	11 677 613,23	7 509 066, 77	19 186 680	30 039 424,37
4	30 039 424,37	13 779 583,6	5 407 096,37	19 186 680	16 259 841,15
5	16 259 841,15	16 259 841,15	2 926 771,4	19 186 680	<b>0</b>

$$a = C \frac{i}{1-(1+i)^{-n}} = 60000000 \frac{0.18}{1-(1.18)^{-5}} = 19186680$$

L'emprunt doit être remboursé dans un délai de 5 ans par annuité constante.

#### **Section 4 : Les comptes des gestions**

Les comptes de gestion se divisent en compte de charges et en comptes de produits.

Les charges sont constituées par tous les biens et services consommés par l'entreprise au cours de son activité.

Les produits comprennent les sommes ou valeurs reçues ou à recevoir.

#### **4 1 : Les comptes de charges**

**Tableau N°24 : Achat prévisionnel des matières sur 5 ans d'exploitation**

<b>Désignations</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Matières	9 050 000	13 850 000	16 250 000	18 600 000	21 050 000

Ces achats concernent l'ensemble des épices et les autres matières consommables notamment les bocaux en plastiques qui vont servir, pour chaque année, des consommations intermédiaires à la fabrication des produits.

**Tableau n°25 : Evaluation de charges annuelles du personnel (valeur en FC)**

<b>Désignations</b>	<b>Nombre</b>	<b>Salaire mensuel</b>	<b>Montant total mensuel</b>	<b>Salaire annuel</b>
Gérant	1	175 000	60 000	2 100 000
Secrétaire général	1	60 000	100 000	7 20 000
Directeur de la production	1	100 000	100 000	1 200 000
Directeur commercial	1	100 000	100 000	1 200 000
Directeur financier	1	110 000	110 000	1 320 000
Chef du personnel	1	100 000	100 000	1 20 000
Agent				

administratif	6	75 000	450 000	5 400 000
Magasinier	1	50 000	50 000	600 000
Employés	10	40 000	40 0000	4 800 000
<b>Total</b>				<b>18 540 000</b>

Ce tableau démontre l'ensemble de salaire annuel du personnel de la société SOFPA élevé ici à 18 540 000FC

#### **4 1 1 Les charges sociales**

Elles sont calculées sur la base de la rémunération totale avec un taux de 13%.

#### **4 1 1 1 Primes et gratification :**

Elles constituent une motivation pour le personnel afin qu'ils donnent le meilleur d'eux même pour le bon fonctionnement de la production. Elles sont estimés à 0.005% du chiffre d'affaire annuel et seront distribuées au mois de décembre.

**Tableau N°26 : Les charges du personnel annuelles**

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Salaire	18 540 000	18 540 000	18 540 000	18 540 000	18 540 000
Charges sociales	2 410 200	2 410 200	2 410 200	2 410 200	2 410 200
prime et gratification	3 560	4 650	5 780	6 670	7 790
<b>total</b>	<b>20 953 760</b>	<b>20 954 850</b>	<b>20 955 980</b>	<b>20 956 870</b>	<b>20 957 990</b>

Les charges du personnel augmentent légèrement d'une année à une autre ; cela est dû grâce aux primes et gratifications calculées sur la base du chiffre d'affaire annuel qui progresse aussi en raison de la production vendue chaque année.

**Tableau N°27 : Les charges externes et autres consommations**

désignations	année 1	année 2	année 3	année 4	année 5
entretien et réparation	900 000	900 000	900 000	900 000	900 000
publicité	400 000	400 000	400 000	4 000 000	400 000
téléphone	700 000	900 000	1 000 000	1 100 000	1 200 000
eau et électricité	2 400 000	2 900 000	3 300 000	3 500 000	3 700 000
<b>total</b>	<b>4 400 000</b>	<b>5 100 000</b>	<b>5 600 000</b>	<b>5 900 000</b>	<b>6 200 000</b>

Ce tableau représente l'estimation des charges externes et autres consommations pendant une période de 5 ans d'exercice

**Tableau N°28 : Charges financières**

désignations	année 1	année 2	année 3	année 4	année 5
intérêt	10 800 000	9 290 397	7 509 066	5 407 096	2 926 771

Ces charges concernent les intérêts annuels de l'emprunt bancaire à payer

## **4 2 les comptes des produits**

### **4 2 1 les produits d'exploitations**

**Tableau N°29 : Chiffres d'affaires annuel des produits (valeur en FC)**

désignations	année 1	année 2	année 3	année 4	année 5
chiffre d'affaire	71 200 000	93 000 000	115 600 000	133 400 000	155 80000

Ce tableau représente les chiffres d'affaires annuelles à réaliser pour les produits d'assaisonnement pendant une période de 5 ans.

**Tableau N°30 : les produits opérationnels**

désignations	année 1	année 2	année 3	année 4	année 5
produits des activités annexes	700 000	730 000	800 000	900 000	1 050 000

On envisage de vendre d'autres produits dont les montants sont estimés dans le tableau ci-dessus.

**Tableau N°31 : les produits financiers**

désignations	année 1	année 2	année 3	année	année 5
Intérêts bancaires reçus	800 000	1 400 000	2 000 000	2 600 000	3 000 000

Ces intérêts n'ont pas été calculés sur la base d'un montant quelconque bancaire, mais sur la base d'une prévision.

### **CONCLUSION**

Le coût de biens de production, ainsi que d'autres matériels analysé dans ce chapitre est élevé à 78 915 000FC. L'achat de ces biens de production est indispensable pour l'exploitation de la société en vue de dégager un revenu. Les ressources permettant à l'acquisition de ces immobilisations proviennent des apports des promoteurs et de l'emprunt bancaire. On a aussi évalué les comptes de gestions de la société ; ces comptes rappelés le se divisent en comptes de charges et de produits. Ces derniers ont fait l'objet d'une valeur de 72 700 000FC à recevoir uniquement pour la première année. Les charges de cette même année sont évaluées à 51 057 760FC.

## **Chapitre II étude de faisabilité**

### **Section 1 les comptes de résultat prévisionnel**

**Tableau N° 32 : compte de résultat par nature au 31/12/de l'année 1.2.3.4.5**

<b>Années</b>	<b>Année1</b>	<b>Année2</b>	<b>Année3</b>	<b>Année4</b>	<b>Année5</b>
chiffre d'affaire	71 200 00	93 000 000	115 600 000	133 400 000	155 800 000
production stockée	-		-	-	-
production immobilisée	-		-	-	-
<b>I production de l'exercice</b>	<b>71 200 000</b>	<b>93 000 000</b>	<b>115 600 000</b>	<b>133 400 000</b>	<b>155 800 000</b>
achats consommés	9 050 000	13 850 000	16 250 000	18 600 000	21 050 000
services extérieurs et autres consommations	4 400 000	5 100 000	5 600 000	5 900 000	6 200 000
<b>II consommations de l'exercice</b>	<b>13 450 000</b>	<b>18 950 000</b>	<b>21 850 000</b>	<b>24 500 000</b>	<b>27 250 000</b>
<b>III valeur ajoutée (I-II)</b>	<b>57 750 000</b>	<b>74 050 000</b>	<b>93 750 000</b>	<b>108 900 000</b>	<b>128 550 000</b>
charges du personnel	20 953 760	20 954 000	20 955 980	20 956 870	20 957 990
impôt et taxes et versement assimilés	-	-	-	-	-
<b>IV excédent brut d'exploitation</b>	<b>36 796 240</b>	<b>53 095 150</b>	<b>72 794 020</b>		<b>107 592 010</b>
autres produits opérationnels	700 000	730 000	800 000	900 000	1 050 000
autres charges opérationnelles	-		-		
dotations aux amortissements et provisions	5 854 000	5 854 000	5 854 000	5 854 000	5 704 000
reprises sur provisions et perte de valeur	-	-	-	-	-
<b>V résultat opérationnel</b>	<b>31 642 240</b>	<b>47 971 150</b>	<b>67 740 020</b>	<b>82 989 130</b>	<b>102 938010</b>
produits financiers	800 000	1 400 000	2 000 000	2 600 000	3 000 000
charges financières	10 800 000	9 290 397	7 509 066	5 407 096	2 926 771

<b>VI résultat financier</b>	<b>(10 000 000)</b>	<b>(7 890 397)</b>	<b>(5 509 066)</b>	<b>(2 807 096)</b>	73 229
<b>VII résultat avant impôt</b> (V+VI)	<b>21 642 240</b>	<b>40 080 753</b>	<b>62 230 954</b>	<b>80 182 034</b>	<b>103 011 239</b>
impôt exigible sur résultat	-	-	-	-	-
impôts différés (variation)	-	-	-	-	-
<b>total des produits des activités ordinaires</b>	72 700 000	95 130 000	118 400 000	136 900 000	159 850 000
<b>total des charges des activités ordinaires</b>	51 057 760	55 049 247	56 169 046	56 717 966	56 838 761
<b>VIII résultat net des activités ordinaires</b>	<b>21 642 240</b>	<b>40 080 753</b>	<b>62 230 954</b>	<b>80 182 034</b>	<b>103 011 239</b>
élément extraordinaire (produits)	-	-	-	-	-
élément extraordinaire (charges)	-	-	-	-	-
<b>IX résultats extraordinaires</b>	-	-	-	-	-
<b>X résultat net de l'exercice</b> (VIII+IX)	<b>21 642 240</b>	<b>40 080 753</b>	<b>62 230 954</b>	<b>80 182 034</b>	<b>103 011 239</b>

Le tableau de comptes des résultats ci-dessus représente les charges et les produits de chaque période repartis en différentes catégories d'activités ordinaires et d'activités extraordinaires.

Les activités ordinaires constituées par les opérations d'exploitations et les opérations financières démontrent des résultats ordinaires positifs. Ces résultats montrent la performance de la société qui a fait preuve d'efficacité. Par contre aucun résultat extraordinaire n'a pas été observé. Cela montre qu'aucune opération irrégulière n'a été enregistrée durant les 5 premiers exercices. la société bénéficie une exonération de l'impôt sur les bénéfices et la taxe professionnelle unique pour les 5 premiers exercices c'est pour quoi aucun impôt 'a été enregistré.

## **Section 2 Le plan de trésorerie**

Chaque jour la trésorerie de la société **SOFPA** va varier en fonction des mouvements des encaissements et des décaissements réalisés, d'où la nécessité de suivre journalièrement (au jour le jour) la trésorerie et de prévoir les mots sur un horizon d'un mois.

Le financier de la société **SOFPA** devra donc réagir à partir des soldes qu'il constatera dans le budget de trésorerie, il devra trouver des moyens pour combler les déficits au moindre coût et de placer les excédents aux meilleures conditions. Il aura des simulations ou de scénario à faire.

Cette étape constituera ce qu'on appelle **le plan de trésorerie**.

Nous allons établir le budget de trésorerie de la société **SOFPA** pour une durée d'un an (première année)

### **Voici les renseignements nécessaires**

- le chiffre d'affaire prévisionnel annuel est uniformément repartit dans le temps à partir de 6<sup>ème</sup> mois de l'année
- les produits financiers et annexes sont à encaisser le mois de décembre de l'année
- Les achats de matières premières commencent le mois de mars jusqu'au mois de mai
- Les achats de marchandises tous les deux mois (1ere livraison début février)
- les charges financières à payer le 31 décembre de l'année
- les salaires sont à régler en fin du moi à partir du mois de février
- les charges sociales à payer le 10 du mois suivant
- les services extérieurs à partir du mois de février
- l'amortissement de l'emprunt au mois de décembre de l'année
- le prime et gratification à payer le mois de décembre de l'année.

**Tableau n°34 :Plan de trésorerie de l'année 1(valeur en FC)**

<b>rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
<b><u>ENCAISSEMENTS</u></b>												
chiffre d'affaire							11 866 667	11 866 667	11 86 667	11 866 667	11 866 667	11 866 667
produit financier												800 000
produit annexe												700 000
<b>total</b>							11 866 667	11 866 667	11 866 667	11 866 667	11 866 667	13 366 667
<b><u>DECAISSEMENTS</u></b>												
achats de matières			165 000	165 000	165 000							
achats de marchandise				683 333		683 333		683 333		683 333		683 333
charges financières												10 800 000
salaires	1545000	1 545 000	1 545 000	1 545 000	1545 000	1 545 000	1 545 000	1 545 000	1 545 000	1 545 000	1 545 000	1 545 000
charges sociales	200 850	200 850	200 850	200 850	200 850	200 850	200 850	200 850	200 850	200 850	200 850	200 850
primes et gratification												3 560
services extérieurs	366 667	366 667	366 667	366 667	366 667	366 667	366 667	366 667	366 667	366 667	366 667	366 667
amortissement de l'emprunt												8 386 680
<b>total de décaissements</b>		- 2795850	- 3762 517	- 4445850	-3762 517	- 2795 850	- 2112 517	2 795 850	2 112 517	2 795 850	2 112 517	21 986 000
<b>écart</b>		- 2 795 850	- 3 762 517	- 4 44585 850	- 3 762 517	- 2 795 850	9 754 150	9 070 817	9 754 150	9 070 817	9 754 150	- 8 619 333

La trésorerie de la société SOFPA est négative durant 5 mois, à compter du mois de février jusqu'au mois de juin. Tandis qu'il est positif à partir du mois de juillet jusqu'au mois de novembre.

Cette situation est jugée normale puisqu'il s'agit de la première année d'exploitation. Il a été normal pour l'entreprise de supporter de charge durant les premiers mois de l'année en attendant les encaissements à partir du 6<sup>ème</sup> mois.

Le solde négatif du mois de décembre s'explique par les charges financières et le remboursement de la dette qui doivent être payé à la fin de l'année.

### Section 3 Le flux de trésorerie

**Tableau N°35 : le flux de trésorerie pour l'année 1 (méthode directe)**

<b><u>Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles</u></b>	
- Encaissements reçus des clients	71 900 000
- Somme versées aux fournisseurs et au personnel	(34 403 760)
- Intérêts et autres frais financiers payés	(10 800 000)
- Impôt sur les résultats payés	-
<b><u>Flux de trésorerie avant éléments extraordinaires</u></b>	26 696 240
- Flux de trésorerie lié à des éléments extraordinaires	-
<b><u>Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnels (A)</u></b>	26 696 240
<b><u>Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement</u></b>	
- Décaissement sur acquisitions d'immobilisation corporelles ou incorporelles	-
- Encaissement sur acquisition d'immobilisations corporelles ou incorporelles	-
- Décaissement sur acquisition d'immobilisations financières	-
- Encaissement sur cessions d'immobilisations financières	-
- Intérêts encaissés sur placements financiers	800 000
- Dividendes et quote-part de résultats reçus	
<b><u>Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissement (B)</u></b>	800 000

- Flux de trésorerie liés aux activités de financement	
- Encaissement suite à l'émission d'actions	
- Dividendes et autres distributions effectués	-
- Encaissement provenant d'emprunt - -	-
Remboursements d'emprunt ou d'autres dettes assimilés	(8 386 680)
<b><u>Flux de trésorerie net provenant des activités de financement (C)</u></b>	(8 386 680)
<b>Variation de trésorerie de la période A+B+C</b>	<b>19 109 560</b>

trésorerie et équivalent de trésorerie à l'ouverture :	9 085 000
trésorerie et équivalent à la clôture	: 28 194 560
variation de trésorerie à la période	: <b>19 109 560</b>

Ce tableau des flux de trésorerie démontre la capacité de l'entreprise à générer de la trésorerie durant le premier exercice. Cette trésorerie de l'exercice est positive ceci montre que la société est prospère.

**Tableau N°36 capacité d'autofinancement**

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<b>C AF</b>	<b>27 496 240</b>	<b>45 934 753</b>	<b>68 084 954</b>	<b>86 036 0 34</b>	<b>108 715 239</b>

**Capacité d'autofinancement** = Résultat net + D A P – Reprise – quote-part de subvention virée au compte de résultat ± VCEAC

## Section 5 : le bilan Prévisionnel

**Tableau N°37 : le bilan Prévisionnel du 31/12/de l'année 1(valeur en FC)**

**Exercice clos le 31/12/ de l'année 1**

<b>Actif</b>	<b>V<sub>0</sub></b>	<b>AM et provision</b>	<b>V NC</b>	<b>passif</b>	<b>Somme</b>
<b><u>Actifs non courants</u></b>				<b><u>Capitaux</u></b>	
<b><u>Immo incorporelles</u></b>				<b><u>propres</u></b>	
Frais de développement	2 25 000	4 5000	180 000	Capital	25 000 000
<b><u>Immo corporelles</u></b>					
terrain	12 500 000		12 500 000	<b>résultat</b>	<b>21 642 240</b>
construction	35 000 000	1 750 000	33 250 000		
matériels de transport	16 000 000	3 200 000	12 800 000		
matériels informatiques	600 000	150 000	450 000	emprunt à	
MMB	690 000	69 000	621 000	long terme	
matériels et outillages	6 400 000	640 000	5 760 000	<b>. (banque)</b>	51 613 320
bacs de lavage	900 000	-	900 000		
mortiers	375 000	-	375 000		
agencement et aménagement	1 025 000	-	1 025 000	<b>. (amie)</b>	3 000 000
cuves	5 200 000	-	5 200 000		
<b><u>actifs courants</u></b>					
<b><u>trésorerie</u></b>					
banque	20 800 000	-	20 800 000		
caisse	7 394 560	-	7 394 560		
<b>total d'actif</b>	<b>107 109 560</b>	<b>5 854 000</b>	<b>101 255 560</b>		<b>101 255 560</b>

Ce tableau du bilan prévisionnel représente la situation financière de l'entreprise au 31 /12/ de la première année. Il affiche un résultat positif de 21 342 240 FC.

**Tableau n° 38 : Bilan prévisionnel du 31/12/ de l'année 2(valeur en FC)**

**Exercice clos le 31 /12 de l'année 2**

<b>Actifs</b>	<b>VO</b>	<b>Amortisse ment et provision</b>	<b>V N C</b>	<b>Passif</b>	<b>Somme</b>
<b><u>Actifs non courants</u></b>				<b><u>Capitaux</u></b>	
<b><u>Immo incorporelles</u></b>				<b><u>propres</u></b>	
Frais de développement	225 000	90 000	135 000	Capital	25000 000
<b><u>Immo corporelles</u></b>				Résultat :	<b>40080753</b>
Terrain	12 500 000		12 500 000		
Construction	35 000 000	3 5 00 000	31 500 000		
Matériels de transports	16 000 000	6 400 000	9 600 000	Report à	
Matériels informatiques	600 000	300 000	300 000	nouveau	21 642240
M M B	690 000	138 000	552 000	Réserve :	
Matériel et outillage	6 400 000	1 280 000	5 120 000	<b><u>Actifs non</u></b>	
Bacs de lavage	900 000	-	900 000	<b><u>courants</u></b> :	
Mortiers	375 000	-	375 000		
Agencement et aménagement	1 025 000	-	1 025 000	<u>Emprunt à long</u>	
Cuves	5 200 000	-	5 200 000	<u>terme:</u>	
				Banque :	41717037
<b><u>Actifs courants</u></b>				Amie :	3000 000
<b><u>Trésorerie</u></b>					
Banque	40 800 000	-	40 800 000		
Caisse	23433 030,6	-	23 433 030,6		
<b>Total d'actif</b>	<b>143148030,</b>	<b>11708 000</b>	<b>131 440 030,6</b>	<b>Total de passif</b>	<b>13144003</b>
					<b>0,6</b>

Ce tableau représente la situation financière de l'entreprise à la deuxième période de son exploitation. Le résultat affiché est très satisfaisant .il a augmenté de 58.14% par rapport à celui de la première année. Soit 40 080 753FC

**Tableau n°39 : Bilan prévisionnel du 31/12/ de l'année 3(valeur en FC)**

**Exercice clos le 31/12/de l'année 3**

<b>Actifs</b>	<b>Vo</b>	<b>Amortissement et prévision</b>	<b>V N C</b>	<b>Passifs</b>	<b>Somme</b>
<b><u>Actifs non courants</u></b>				<b><u>Capitaux propres</u></b>	
<b><u>Immo incorporelles</u></b>				Capital	25 000 000
Frais de développement	225 000	135 000	90 000		
<b><u>Immo corporelles</u></b>				<b>Résultat :</b>	<b>62 230 953</b>
Terrain	12 500 000	5 250 000	12 500 000	Report à	
Construction	35 000 000	9 600 000	29 750 000	nouveau :	40 080 753
Matériel de transport	16 000 000	450 000	6 400 000	Réserves :	3 246 336
Matériels					
informatiques	600 000	207 000	150 000	<b><u>Actifs non courants</u></b>	
M M B	690 000	1 920 000	483 000	<b><u>Emprunt à long terme</u></b>	
Matériels et outillages	6 400 000	-	4 480 000	Banque	3 0 03 944,37
Bacs de lavage	900 000	-	900 000		
Mortiers	375 000		375 000	Amie	3 000 000
Agencement et aménagement	1 025 000	-	1 025 000		
Cuves	5 200 000		5 200 000		
<b><u>Actifs courants</u></b>					
<b><u>Trésorerie</u></b>					
Banque	90 300 000	-	90 300 000		
Caisse	11 944 466		11 944 466		
<b>Total d'actif</b>	<b>181159 466</b>	<b>17 562 000</b>	<b>163 597 466</b>	<b>Total passif</b>	<b>163 597 466.7</b>

Le bilan prévisionnel de la troisième année affiche également un résultat positif de 62 230 953FC.Ce dernier a subit une augmentation de 55.2% par rapport au résultat précédent.

**Tableau n° 40 : Bilan prévisionnel du 31/12/ de l'année 4**

**Exercice clos le 31/12 de l'année 4**

<b>Actifs</b>	<b>VO</b>	<b>Amortissement et provision</b>	<b>V N C</b>	<b>Passif</b>	<b>Somme</b>
<b><u>Actifs non courants</u></b>				<b><u>Capitaux propres</u></b>	
<b><u>Immo- incorporelles</u></b>				Capital	25 000 000
Frais de développement	2 25 000	180 000	45 000	Résultat :	<b>80 182 033,3</b>
<b><u>Immo -corporelles</u></b>				Report à nouveau :	62 230 953,3
Terrain	12 500 000		12 500 000	Réserves :	9 258 448,95
Construction	35 000 000	7 000 000	28 000 000	<b><u>Actif non courant</u></b>	
Matériels de transports	16 000 000	12 800 000	3 200 000	<b><u>Emprunt à long terme</u></b>	
Matériels informatiques	600 000	600 000	0	Banque	16 259 841,15
M M B	690 000	276 000	414 000	Amie	3 000 000
Matériel et outillage	6 400 000	2 560 000	3 840 000		
Bacs de lavage	900 000	-	900 000		
Mortiers	375 000	-	375 000		
Agencement et aménagement	1 025 000	-	1 025 000		
Cuves	5 200 000	-	5 200 000		
<b><u>Actifs courants</u></b>					
<b><u>Trésorerie</u></b>					
Banque	100 400 000	-	100 400 000		
Caisse	40 032 276,7		40 032 276,7		
<b>Total actif</b>	<b>219 347 276,7</b>	<b>23 416 000</b>	<b>195 931 276,7</b>	<b>Total passif</b>	<b>195 931 276,7</b>

Le résultat affiché à la fin de la quatrième année a subi une augmentation de 28.8% par rapport à celui de la troisième année. Cette rechute de résultat en pourcentage s'explique par l'augmentation des charges d'exploitation qui augmentent considérablement chaque année.

**Tableau n°41 : Bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 5**

<b>Actifs</b>	<b>VO</b>	<b>Amortissement et provision</b>	<b>V N C</b>	<b>Passif</b>	<b>Somme</b>
<b><u>Actifs non courants</u></b>				<b><u>Capitaux</u></b>	
<b><u>Immo incorporelles</u></b>				<b><u>propres</u></b>	
Frais de développement	225 000	225 000	0	Capital	25 000 000
<b><u>Immo corporelles</u></b>				Résultat :	<b>103 011 238</b>
Terrain	12 500 000	-	12 500 000	Report à nouveau	80 182 033, 3
Construction	35 000 000	8 750 000	26 250 000	Réserves	18593 091,95
Matériels de transports	16 000 000	16 000 000	0		
MMB	690 000	345000	345 000		
Matériels et outillage	6 400 000	3 200 000	3 200 000		
Bacs de lavage	900 000	-	900 000		
Agencement et aménagement	1 025 000	-	1 025 000		
Cuves	5 200 000	-	5 200 000		
<b><u>Actifs courants</u></b>					
<b><u>Trésorerie</u></b>					
Banque	136 400 000	-	136 400 000		
Caisse	40 591 364	-	40 591 364		
<b>TOTAL D'ACTIF</b>	<b>255 306 364</b>	<b>28 520 000</b>	<b>226 786 364</b>	<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>226 786 364</b>

En général l'entreprise gagne chaque année. Mais les résultats des 3 années précédentes ont été plus importantes car l'augmentation était en moyenne de 56.8%. Mais à partir de la quatrième année l'augmentation enregistrée est très faible, mais reste toujours positif. Cela nous a amené à un résultat de 103 011 238FC à la cinquième année, ce qui montre que la société est prospère.

## **Chapitre III : évaluation du projet**

### **Section 1 : évaluation économique**

#### **1 1 :création de la valeur ajoutée**

La valeur ajoutée est la valeur nouvelle créée au cours du processus de production. Elle est la différence entre la valeur de la production et la valeur des consommations intermédiaires qui a exigées cette production.

<b>Désignations</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Production de l'exercice	71 200 000	93 000 000	115 600 000	133 400 000	155 800 000
Consommation intermédiaire	13 450 000	18 950 000	21 850 000	24 500 000	27 250 000
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>57 750 000</b>	<b>74 050 000</b>	<b>93 750 000</b>	<b>108 900 000</b>	<b>128 550 000</b>

Le fait que le projet soit générateur de valeur ajoutée, dénote l'importance économique .en effet il contribue à la formation du produit intérieur brute (PIB ) qui n'est autre pour un pays que la somme de toutes les valeurs ajoutées créés par toutes les entreprises opérant dans le pays.

Il va sans dire que le tableau ci-dessus indique clairement que notre projet est important dans le contexte économique de notre pays.

## Section 2 : Evaluation financière

### 2 1 :selon les outils d'évaluation

#### 2 1 1 :la valeur actuelle nette (VAN)

La valeur actuelle nette d'un projet d'investissement est la différence entre la valeur actuelle de revenu dégagé et celle des dépenses engendrées comme l'indique la formule suivante.

$$VAN = \sum_{J=1}^N MBA_J (1 + i)^{-J} - I$$

Avec MBA : la capacité d'autofinancement

i : le taux d'actualisation

I : l'investissement réalisé

Pour calculer la VAN, prenons un taux  $i$  d'actualisation conventionnel préconisé égal à 23 % =  $t_1$

I = somme d'immobilisation + fond déroulement = 78 915 000 + 6 085 000

I = 85 000 000

#### Capacités d'autofinancements actualisés

$$27\,496\,240 * (1.23)^{-1} = 22\,354\,663$$

$$45\,934\,753 * (1.23)^{-2} = 30\,362\,044$$

$$68\,084\,954 * (1.23)^{-3} = 36\,587\,764$$

$$86\,036\,034 * (1.23)^{-4} = 37\,588\,885$$

$$108\,715\,239 * (1.23)^{-5} = 38\,615\,761$$

165 509 117

$$VAN_1 = 165\,509\,117 - 85\,000\,000 = \boxed{80\,509\,117}$$

Le projet mérite d'être entrepris car il présente une VAN positive, ce qui signifie qu'on peut reconstituer les capitaux initialement avancés et dégager un sur plus de richesse.

## 2 1 2 : le taux de rentabilité interne (TRI)

Le taux de rentabilité interne est le taux  $t$  qui rend la valeur actuelle nette (VAN) = 0  
.Pour trouver le TRI, on va d'abord rechercher un taux  $i$  quelconque au hasard qui pourra rendre la VAN négative puis on va procéder à l'interpolation linéaire.

Rappelons qu'avec le taux de 23 % la VAN est égale à 80 509 117 positive. Prenons maintenant le taux  $i = 85 \% = t_2$

### Capacités d'autofinancements actualisés

$$\begin{array}{r} 27\,496\,240 * (1.85)^{-1} = 14\,862\,832 \\ 45\,934\,753 * (1.85)^{-2} = 13\,421\,403 \\ 68\,084\,954 * (1.85)^{-3} = 10\,753\,156 \\ 86\,036\,034 * (1.85)^{-4} = 7\,345\,028 \\ 108\,715\,239 * (1.85)^{-5} = 5\,016\,858 \\ \hline 51\,399\,277 \end{array}$$

$$VAN_2 = 51\,399\,277 - 85\,000\,000 = - 33\,600\,722$$

$$\boxed{VAN_2 = - 33\,600\,722}$$

Pour  $t_1 = 23 \%$  on a  $VAN_1 = 80\,509\,117$

$$V_1 = VAN_1$$

Pour  $t_2 = 85 \%$  on a  $VAN_2 = - 33\,600\,722$

$$V_2 = VAN_2$$

$$\text{Donc } \frac{t_1 - t_2}{V_1 - V_2} = \frac{t_2 - t}{V_2 - 0}$$

$$\Rightarrow \frac{0.23 - 0.85}{80509117 - 33600722} = \frac{0.85 - t}{-33600722 - 0}$$

$$\Rightarrow \frac{-0.62}{114109839} = \frac{0.85 - t}{-33600722}$$

$$\Rightarrow 20\,832\,447 = 96\,993\,363 - 114\,109\,839 t$$

$$\Rightarrow 114\,109\,839 t = 76\,160\,916 \Rightarrow t = \frac{76160916}{114109839} = 66.7\%$$

**D'où TRI = 66.7%**

Ce projet mérite d'être financé car le TRI de 66.7% est supérieur au taux de la banque élevé à 18 %.

Nous disposons donc une marge de sécurité de 48.7% nous permettant de nous endetter d'avantage ou encore de trouver d'autre source de financement.

### **2 1 3 le délai de récupération de capital investi (DLR)**

Le délai de récupération est la durée nécessaire pour reconstituer le capital investi en fonction des rentrées des fonds nets.

Soit CMA la capacité moyenne d'autofinancement actualisé.

$$CMA = \frac{22354663 + 30362044 + 36587764 + 37588885 + 38615761}{5}$$

$$CMA = 33\,101\,823$$

$$DLR = \frac{85000000}{33101823} = 2.46$$

Soit 2 ans 5 mois 16 jours

Le montant des investissements sera récupéré à un temps record de 2 ans 5 mois et 16 jours.

### **2 1 4 :l'indice de profitabilité**

L'indice de profitabilité (IP) est le rapport entre la somme de flux financier et le capital investi ou tout simplement le rapport entre la capacité d'autofinancement actualisée et le capital investi

$$IP = \frac{165509117}{85000000} = 1.94$$

L'indice de profitabilité est supérieur à 1 donc le projet est profitable.

Ce résultat explique que si on investit 1 FC, on obtient 0.94 FC de bénéfice.

## **2 2 : selon les critères d'évaluation**

### **2 2 1 : les impactes**

#### **2 2 1 1 : les impactes économiques**

Le projet va jouer un rôle économique très important :

- création de la valeur ajoutée.
- les impôts et taxes relatives aux activités de l'entreprise vont augmenter les recettes de l'état.

#### **2 2 1 2 : les impactes sociaux**

Les impactes sociaux sont positifs et se caractérisent par le développement du niveau de vie de la population rurale grâce aux nouvelles activités engendrées par le projet.

## **Section 3 évaluations sociales**

### **3 1 :création d'emploi**

La réalisation de ce projet entrainera une création d'emplois. Ces derniers vont permettre à la population de percevoir des revenus, ce qui nécessitera une augmentation de niveau de vie des ménages et en conséquence pour le pouvoir d'achat.

### **3 2 :le développement social de la région**

Etant donnée que les matières premières seront achetées localement dans la région, cela va porter non seulement un nouveau souffle favorable aux agriculteurs, mais aussi à la vie commerciale de la région, donc un coup de pouces pour le développement économique de la région.

### **Conclusion de la troisième partie**

Cette partie de notre travail, qui est d'ailleurs la partie financière représente un outil de mesure des résultats par rapport aux objectifs. Les résultats affichés étaient tous positifs. Cela veut dire que les objectifs seront atteints quelque soit les difficultés environnementales opérés .La création de la valeur ajoutée dans l'économie nationale était la preuve marquant l'importance de ce projet, raison qui nous a permis d'affirmer qu'il est rentable sur son aspect général.

## Conclusion générale

Le présent mémoire a pu dire l'essentiel d'un projet et du thème même entrepris dans tous ses différents cadres sociaux économiques et de faisabilité. Les recherches et les enquêtes effectuées nous ont permis de le mener à terme, malgré les difficultés rencontrés, nous avons pu monter une telle persévérance afin d'atteindre l'objectif. « **Ce qui fait l'éthique même de la gestion.** »

Dans le cadre des impacts sociaux économiques, l'on remarque que ce projet va contribuer au développement du niveau de vie de la population rurale grâce aux nouvelles activités qui seront engendrées.

Il va redynamiser le secteur agricole de l'archipel en transformant les matières premières des épices tropicales en produits d'assaisonnement direct.

Il portera un intérêt particulier aux ménages en leur facilitant leurs tâches culinaires. Dans le cadre d'étude de pré-faisabilité pouvant déterminer la prise de décision concernant la réalisation de ce projet, nous avons mené une étude technique et une étude financière. L'étude financière nous a conduit à définir les investissements nécessaires, les comptes de gestion pour évaluer les charges et les produits.

Le souci que nous avons en débit de ce projet était de pouvoir vendre les produits. Mais l'étude de marché nous a fait comprendre que les produits peuvent être écoulés sain et sauf. Ce genre de doute existe pour toute entreprise qui produit car elle doit aussi pouvoir vendre sa production. Son devenir dépend de la vente de ses produits. Mais encore faut il que l'entreprise soit rentable, donc le projet que nous souhaitons réaliser qu'il soit rentable et créateur de valeur ajoutée, de richesse et contribuer aussi au développement sociaux économique du pays. C'est ce que nous avons envisagé lors de cette étude. D'où la nécessité où nous nous sommes trouvé sur le dernier chapitre intitulé « **évaluation du projet** » du troisième partie où tous les indicateurs de l'évaluation du projet ont été calculés.

Il s'agit de :

- la valeur actuelle nette (VAN) qui est positive, ce qui signifie qu'on peut reconstituer les capitaux initialement avancés et dégager un surplus de richesse.
- Du taux de rentabilité interne (TRI) qui est supérieur au taux de la banque signifiant que le projet est non seulement faisable mais aussi rentable.
- Et de tout autres indicateurs comme le délai de récupération de capital investi (DLR) et l'indice de profitabilité (IP) qui, eux aussi montrent des résultats satisfaisants.

Ainsi peut-on dire que le projet mérite d'être réalisé, ce que nous souhaitons vivement.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **I : OUVRAGES IMPRIMES**

- 1- AHED SILEM. JEAN MARIE ALBERTIN ; *lexique d'économie* (7<sup>ème</sup> édition) DALLOZ ;(681P)
- 2- Kotler Dubois; *marketing management*; 10<sup>ème</sup> édition
- 3- MARYSE KOEHL; *action et communication commerciale*  
Aux éditions foucher Paris 1993

### **II : REVUES ET PUBLICATIONS**

- 1- CHRISTIAN ALPHOSE RAZAFIMBAHINY ; *principe de gestion d'entreprise*  
Editions CECOR ; (31P)

### **III : AUTRES DOCUMENTS DE REFERENCE**

- 1- Agenda de Comores (introduction et économie 2006)
- 2- Brochure sur les outils d'évaluation du projet de madame RAVALITERA.
- 3- Manuel sur l'entrepreneuriat et gestion de projet de madame RAVALITERA.....

### **IV : ENQUETES ORALES ET ENTRETIEN**

- 1- Enquête sur descente dans les rues (région de Bandrani)

### **V : SITES WEB**

[www.google.fr](http://www.google.fr)

[www.mascreignes.com/comores/eco\\_comores.php](http://www.mascreignes.com/comores/eco_comores.php)

[www.comores-online.com/mwezinet/economie/eurocony.htm](http://www.comores-online.com/mwezinet/economie/eurocony.htm)

## **ANNEXES**

## Annexe I : ENQUETE SUR DESCENTE DANS LES RUES

**Thème** : création d'une société de fabrication des produits d'assaisonnement

**Taille de l'échantillon** : 250 personnes

**Population de base** : femmes et filles comoriennes

personnes enquêtées	questions	type de réponses données	nombre de réponses constituées dans l'échantillon de question
<b>femmes</b>	quels avantages retirez vous de l'existence d'un produit d'assaisonnement ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rapidité dans la préparation de repas</li> <li>- &amp;ça serait une bonne chose pour tout le monde</li> <li>- aucune importance, les femmes sont habituées à écraser les épices</li> </ul>	80 65 5
	ça vous gêne d'écraser les épices sur des pierres ? si oui que pensez vous ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ensuite ça me chatouille s'il s'agit de piment.mais pas de choix</li> <li>- beaucoup plus ; ça serait mieux si on achetait le produit au magasin</li> <li>- oui mais je sais pas</li> </ul>	24 120 6
	que pensez vous si on achetait directement dans la boutique le massa la préparé d'avance	<ul style="list-style-type: none"> <li>- facilité des tâches dans la cuisine</li> <li>- ça serait génial</li> </ul>	90 60
<b>filles</b>	quels avantages retirez-vous de l'existence d'un produit d'assaisonnement direct	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bonne chose car je serais plus embêté</li> <li>- je ne pense pas qu'il pourrait être bon que lorsque je le prépare moi-même</li> <li>- facilité de cuisiner</li> </ul>	50 4 46
	ça vous gêne d'écraser les épices sur des pierres ? si oui que pensez vous ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- je n'aime pas mais je suis obligé de le faire</li> <li>- Oui mais je ne sais quoi faire</li> </ul>	80 20

Le tableau ci-dessus montre les questions posées aux personnes interrogées, ainsi que les réponses obtenues.

En tout trois questions ont été posées à toutes les femmes interrogées. Les réponses obtenues ont été rassemblées et traduites en une seule réponse si elles traduisent presque la même chose. Sur ce on a constaté que les avis des consommateurs ne se diffèrent pas et sont tous

positifs. Seule cinq personnes sur 150 interrogées donnent des réponses négatives. Ces dernières ont été prises en considération mais leur pourcentage est très faible, soit 3.3%. Contrairement à cela 96.07% des femmes interrogées souhaitent la bienvenue du projet et sont toutes impatientes de revoir les produits.

Il en est de même pour le nombre de filles interrogées. Seule 4 filles sur 100 restent un peu septique .mais le reste sont toutes d'accord, soit 96% d'opinion favorable.

**Annexe n°II : sondage**

Personnes enquêtées	nombre	age	nombre de personne		pourcentage	
			favorable	non favorable	favorable	non favorable
Femmes	70	25 à 30 ans	69	1	98.5 %	1.5 %
	30	30 à 35 ans	28	2	93.3 %	6.7 %
	20	35 à 40 ans	18	2	90 %	10 %
	20	40 à 45 ans	20	0	100 %	
	10	45 à 50 ans	10	0	100 %	
<b>totaux</b>	<b>150</b>		<b>145</b>	<b>5</b>	<b>96.07 %</b>	<b>3.3 %</b>
filles	60	15 à 20 ans	57	3	95 %	5 %
	40	20 à 25 ans	39	1	97.5 %	2.5 %
<b>totaux</b>	<b>100</b>		<b>96</b>	<b>4</b>	<b>96 %</b>	<b>4 %</b>

*(Source : enquête sur descente dans les rues)*

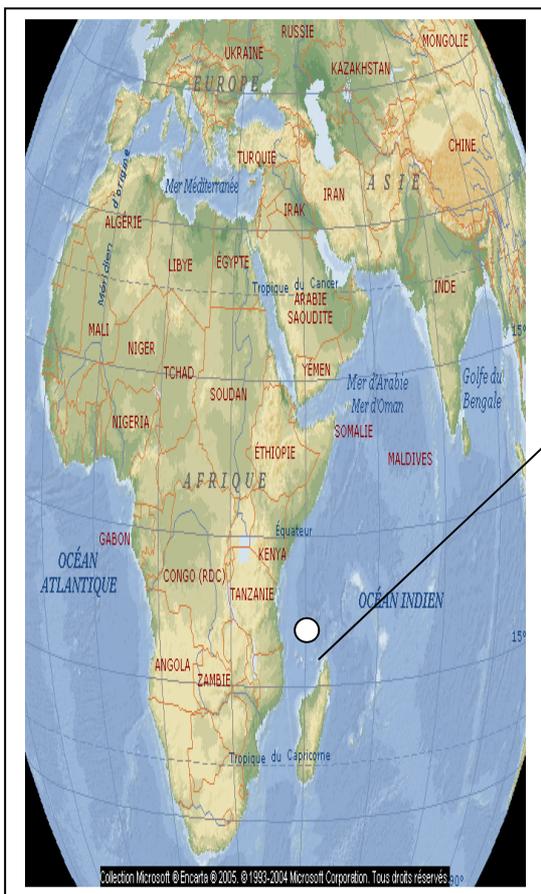
L'étude de marché que nous avons réalisée, a montré que la clientèle ciblée est prête à accueillir notre produit. Comme le résultat obtenu est positif, cela nous montre que le projet sera la bienvenue presque 96 % des filles interrogées et 96.07 % des femmes interrogées souhaitent la réalisation du projet. Ce qui fait que 96.4 % du total de la population interrogée répond positivement au souhait et aux objectifs du projet.



### Annexe III : CADRE LOGIQUE

	<b>logique d'intervention</b>	<b>I O V</b>	<b>SOURCES DE VERIFICATION</b>	<b>HYPOTHESE</b>
<b>OBJECTIFS GLOBAUX</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- créer une société de fabrication de produit d'assaisonnement</li> <li>- satisfaire les besoins de ménages comoriens en matière d'assaisonnement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•1 bâtiment de 12 chambres en tôle construit</li> <li>•96% des ménages comoriens achète les produits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•rapport de l'entreprise traitant</li> <li>•compte rendu d'une enquête réalisée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•la loi ouvre la voie dans ce secteur</li> <li>•les ménages acceptent les produits</li> </ul>
<b>OBJECTIFS SPECIFIQUES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- créer des emplois</li> <li>- redynamiser le secteur agricole des épices</li> <li>- maximiser les ventes</li> <li>- distribuer dividende maximum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•23 personnes recrutées</li> <li>•en moyenne 113 800 000 FC vendus chaque année</li> <li>•35 000 000 de dividende distribué chaque année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•rapport du chef de personnel chargé du recrutement</li> <li>•compte rendu de service comptable</li> <li>•rapport régissant les apports des actionnaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les ventes augmentent chaque année</li> <li>• la société continue de faire de bénéfice chaque année</li> </ul>
<b>RESULTATS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bâtiment construit</li> <li>- 4 différents produits d'assaisonnement sont fabriqués</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>12 chambres sont opérationnelles</li> <li>•en moyenne 112 000 produits sont fabriqués chaque année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•rapport de s dirigeants de la société</li> <li>•rapport de service chargé de la production</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• la société continue son activité</li> <li>• la récolte des épices est bonne chaque année</li> </ul>
<b>ACTIVITES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- construction de bâtiment</li> <li>- installation des équipements</li> <li>- recrutement des employés</li> <li>- fabrication des produits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•4 outillages de production installés</li> <li>•offre d'emplois lancé, dépôt de candidature</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•rapport de service technique</li> <li>•documents d'appel d'offre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les matériaux de construction sont disponibles localement</li> </ul>
<b>INTRANTS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- épices</li> <li>-outillages de production</li> <li>-fonds nécessaires</li> <li>- terrain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•12 tonnes d'épices achetés</li> <li>•63 000 000fc octroyé par la banque</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•facture reçue lors de l'achat</li> <li>•relevé bancaire pour un avis de crédit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les épices sont dans la région</li> <li>•la banque octroie le crédit</li> </ul>

**ANNEXE IV :Positionnement géographique  
des Comores dans l’océan indien**



**NB :**

Mayotte (Fr.) : Mayotte (Maoré en comorien), la quatrième île de l’archipel des Comores est l’objet d’un contentieux frontalier entre la France et l’Etat comorien. Elle est toujours sous administration française, l’ancienne puissance colonisatrice, malgré la condamnation unanime de la communauté internationale.

## Table des matières

Sommaire .....	1
Remerciements.....	3
Liste des tableaux.....	4
Introduction -----	6
<b>Première partie : identification de projet</b>	
<i>Chapitre I : généralité sur les Comores -----</i>	<i>7</i>
Section 1 : situation générale -----	7
Section 2 : situation économique -----	7
Tableau N°1 : indicateurs de l'union année 2005-----	8
Section 3 : cas particulier d'anjouan lieu de l'implantation de la société -----	9
<b>Résumé du premier chapitre de la première partie-----</b>	<b>9</b>
<i>Chapitre 2 : présentation du projet -----</i>	<i>10</i>
Section 1 : historique -----	10
Section 2 : caractéristique-----	11
2-1 le produit -----	11
2-2 But et objectif -----	11
2-3 intérêt du projet -----	11
Section 3 : présentation de la société -----	12
Condition de fond -----	12
Condition de forme-----	12
3-1 dénomination sociale -----	12
3-2 Raison sociale -----	12
3-3 forme juridique-----	12
3 4 : siège social -----	13
3 5 : aspect fiscal-----	13
3 6 : les promoteurs du projet-----	13
3 6 1 : apports des associés-----	13
3 6 2 : objectifs du projet -----	14
3 6 2 1 : objectifs généraux-----	14
3 6 2 2 : objectifs spécifiques -----	14
<b>Résumé du deuxième chapitre de la première partie-----</b>	<b>14</b>
<i>Chapitre III : étude de marché -----</i>	<i>15</i>

Section 1 : description de marché -----	15
1 1 : définition du marché -----	15
1 2 : approche méthodologique -----	16
1 2 1 : les informations obtenues selon les démarches sur le terrain -----	16
1 2 2 : le sondage -----	16
Tableau N°2 : nombre de personnes interrogées -----	17
Tableau N°3 le sondage-----	17
Section 2 : analyse de l'offre-----	18
2 1 : caractéristique de l'offre-----	18
2 2 : qualité et quantité de produit à offrir -----	19
2 3 : clientèle cible -----	19
Tableau N°4 l'offre globale en volume sur le marché durant les 5 premiers exercices -	19
Section 3 : analyse de la demande-----	20
3 1 : caractéristique de la demande-----	20
Tableau N°5 : estimation de la demande en volume par an de consommation -----	21
Section 4 : analyse de la concurrence-----	21
4-1 concurrents directs-----	22
4-2 concurrents directs -----	22
Section 5 : la stratégie à adopter-----	22
5-1 stratégie push -----	22
5-2 stratégie pull -----	22
5-3 le marketing mixte -----	23
<b>Résumé du troisième chapitre de la première partie -----</b>	<b>23</b>
<b><i>Chapitre IV : théorie générale sur les outils et les critères d'évaluation -----</i></b>	<b><i>24</i></b>
Section 1 : les outils d'évaluation du projet-----	24
1 1 la valeur actuelle nette-----	24
1 1 1 définition-----	24
1 1 2 : formule-----	25
1 1 3 : interprétation -----	25
1 2 : le taux de rentabilité interne -----	25
1 3 : le délai de récupération des capitaux investis -----	26
1 4 : l'indice de profitabilité -----	26
Section 2 : les critères d'évaluation du projet -----	27
2 1 : la pertinence -----	27

2 2 :l'efficacité -----	27
2 3 :l'efficience -----	27
2 4 :l'impact -----	27
<b>Résumé du quatrième chapitre de la première partie-----</b>	<b>27</b>
<b>Conclusion de la première partie -----</b>	<b>28</b>

## **Deuxième partie : conduite de projet**

<i><b>Chapitre I : Technique de production -----</b></i>	<b>29</b>
Section 1 : identification de matériels -----	29
1 1 : les matériels et outillage de production -----	29
1 2 : le matériel et mobilier de bureau -----	29
1 3 : agencement et aménagement -----	30
1 4 : le matériel de transport -----	30
Tableau N°6 les immobilisations-----	30
Section 2 : approvisionnement des matières-----	31
2 1 modalité d'approvisionnement -----	31
2 2 : critères d'évaluation de stock à adopter -----	32
Tableau°7 : achat prévisionnel des matières sur 5 an d'exploitation-----	32
Section 3 : technique de production envisagée-----	33
3 1 : les moyens matériels -----	33
3 2 : les moyens humains -----	33
3 3 : les moyens financiers -----	34
3 4 : étapes de processus d'approvisionnement et de production-----	34
Tableau N°8 : la production prévisionnelle envisagée sur 5 ans en unité de tonne -----	34
 <i><b>Chapitre II : capacité de production envisagée -----</b></i>	<b>36</b>
Section 1 : évolution de chiffre d'affaire et production envisagée -----	36
Tableau N°9 :production envisagée sur 5 ans d'exercice en bocaux de 250g -----	36
TableauN°10 : prévision des ventes à réaliser pour la première et deuxième année-----	37
Tableau N°11prevision des ventes à réaliser pour la troisième et quatrième année -----	37
Tableau N°12 prévision des ventes à réaliser pour la cinquième année -----	38
Tableau N°13 prevision des ventes à réaliser pour chaque année pendant 5 ans-----	38
Section 2 : les différents facteurs de production -----	39

2-1 le personnel -----	39
2-2 le capital -----	39
2-3 les biens intermédiaires -----	39
Résumé du deuxième chapitre de la deuxième partie -----	39
<b>Section III : étude organisationnelle -----</b>	<b>40</b>
Section 1 : organigramme envisagé -----	40
Section 2 : organisation du travail -----	40
2 1 : le taylorisme -----	40
2 1 1 : l'organisation scientifique -----	40
Section 3 : chronogramme -----	41
Tableau N°14 : chronogramme envisagé -----	41
<b>Résumé du troisième chapitre de la deuxième partie -----</b>	<b>42</b>
Conclusion de la deuxième partie -----	42

### **Troisième partie : étude financière du projet**

<i>Chapitre I : coût des investissements -----</i>	<b>43</b>
Section 1 : coût des investissements et comptes de gestion -----	43
1-1 coût du terrain -----	43
1-2 coût des infrastructures -----	43
Tableau N°15 coût des équipements d'exploitations -----	43
Tableau N°16 coût de matériels de transports -----	43
Tableau N1/ agencements et aménagements -----	44
Tableau N°18 matériels et mobiliers de bureau -----	44
1-3 les matériels informatiques -----	45
Tableau N°19 coût total de l'ensemble des immobilisations -----	45
Section 2 : évaluation des ressources et des emplois -----	46
-----	
2 1 : l'emprunt avec les garantis proposées -----	46
2 1 1 : caractéristiques des emprunts -----	46
2-1-2 les garanties proposées -----	46
2 2 : le bilan initial -----	47
2 2 : le fonds de roulement -----	48

2 2 1 formule -----	48
2 3 l'amortissement-----	48
Tableau n°21 : l'amortissement des immobilisations-----	49
Section 3 : plan de financement -----	49
3 1 : généralité sur le financement -----	49
Tableau N°22 : tableau de financement -----	50
3 2 : plan de remboursement de dette -----	50
Tableau N°23 : amortissement de l'emprunt -----	50
Section 4 : les comptes de gestion-----	51
4 1 : les comptes de charges-----	51
Tableau N° 24 : achat prévisionnel de matières sur 5 ans d'exploitation-----	51
Tableau N°25 évaluation de charges annuelles du personnel -----	51
4 1 1 les charges sociales -----	51
4 1 1 1 les primes et gratifications -----	52
Tableau N°26 : les charges du personnel annuelles -----	52
Tableau N°27 : les charges externes et autres consommations -----	53
Tableau N°28 : charges financières -----	53
4 2 : les comptes des produits-----	53
4 2 1 : les produits d'exploitation -----	53
Tableau N°29 : chiffres d'affaires annuels des produits -----	53
Tableau N°30 : les produits opérationnels -----	53
Tableau N°41 : les produits financiers-----	54
Résumé du premier chapitre de la troisième partie -----	54
<b>Chapitre II : étude de faisabilité-----</b>	<b>55</b>
Section 1 : les comptes de résultat prévisionnel-----	55
Tableau N°32 : le compte de résultat par nature au 31 /12/ de l'année 1, 2, 3, 4,5 -----	55
Section 2 : le plan de trésorerie -----	57
Tableau N°34 : Plan de trésorerie de l'année 1-----	58
Le tableau N°35 : de flux de trésorerie pour l'année 1(méthode direct)-----	60
Tableau N°36 : capacité d'autofinancement-----	61
Section 4 : le bilan prévisionnel -----	62
Tableau N°37 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 1-----	63
Tableau N°38 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 2-----	63
Tableau N°39 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 3-----	64

Tableau N°40 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 4-----	65
Tableau N°41 : le bilan prévisionnel du 31/12 de l'année 5-----	66
<b>Chapitre III : évaluation du projet-----</b>	<b>67</b>
Section 1 : évaluation économique-----	67
1 1 : création de la valeur ajoutée -----	67
Section 2 : évaluation financière -----	68
2 1 1 : la valeur actuelle nette (VAN) -----	68
2 1 2 : le taux de rentabilité interne (TRI)-----	69
2 1 3 le délai de récupération du capital investi (DLR) -----	70
2 1 4 l'indice de profitabilité-----	71
2 2 selon les critères d'évaluation -----	71
2 2 1 1 les impacts économiques -----	71
2 2 1 2 les impacts sociaux -----	71
Section 3 évaluations sociales -----	72
3 1 création d'emploi-----	73
3 2 le développement social de la région-----	73
Conclusion de la troisième partie -----	73
<b>Conclusion générale -----</b>	<b>74</b>

## **Annexes**

Annexe I : enquête sur descente dans les rues

Annexe II : le sondage

Annexe III : cadre logique

Annexe IV : positionnement géographique des Comores dans l'océan indien

## **Bibliographie**

Le numero 1 mondial du memoires



[www.rapport-gratuit.com](http://www.rapport-gratuit.com)

[clubmemoire@gmail.com](mailto:clubmemoire@gmail.com)