

Sommaire

LISTE DE TABLEAUX	
LISTE DE FIGURES	
LISTE DES ABREVIATIONS	
INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET.....	4
<i>CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET.....</i>	<i>4</i>
<i>SECTION 1 : HISTORIQUE DU PROJET.....</i>	<i>4</i>
<i>SECTION 2 : CARACTERISTIQUE DU PROJET.....</i>	<i>6</i>
<i>CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE</i>	<i>8</i>
<i>SECTION 1 : DESCRIPTION DU MARCHE.....</i>	<i>8</i>
<i>SECTION 2 : ANALYSE DE L'OFFRE.....</i>	<i>10</i>
<i>SECTION 3 : ANALYSE DE LA DEMANDE</i>	<i>12</i>
<i>SECTION 4 : LE MODE DE COMMERCIALISATION.....</i>	<i>15</i>
<i>CHAPITRE III : THEORIES GENERALES SUR LES OUTILS ET LES</i>	
<i>CRITERES D'EVALUATION</i>	<i>19</i>
<i>SECTION 1 : OUTILS D'EVALUATION</i>	<i>20</i>
<i>SECTION 2 : CRITERES D'EVALUATION.....</i>	<i>23</i>
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET	26
<i>CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION.....</i>	<i>26</i>
<i>SECTION 1 : IDENTIFICATION DES OUTILS DE REALISATION</i>	<i>26</i>
<i>SECTION 2 : TECHNIQUE DE REALISATION ENVISAGEE.....</i>	<i>29</i>
<i>SECTION 3 : LES RESSOURCES A METTRE EN ŒUVRE.....</i>	<i>35</i>
<i>SECTION 5 : LES AUTRES CHARGES LIEES A LA REALISATION</i>	<i>37</i>
<i>CHAPITRE II : CAPACITE DE PRESTATION ENVISAGEE</i>	<i>38</i>
<i>SECTION 1 : EVALUATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET PRESTATION</i>	
<i>ENVISAGEE</i>	<i>38</i>
<i>SECTION 2 : ACHATS PREVISIONNELS.....</i>	<i>43</i>
<i>SECTION 3: ASPECTS QUALITATIFS ET QUANTITATIFS.....</i>	<i>45</i>
<i>CHAPITRE III : ETUDES ORGANISATIONNELLES.....</i>	<i>46</i>
<i>SECTION 1 : ORGANIGRAMME ENVISAGE.....</i>	<i>46</i>
<i>SECTION 2 : ORGANISATION ADMINISTRATIVE</i>	<i>48</i>
<i>SECTION 3 : CHRONOGRAMME DES ACTIVITES</i>	<i>50</i>

TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET	56
<i>CHAPITRE 1 : LES INVESTISSEMENTS NECESSAIRES ET LE COMPTE DE GESTION</i>	56
<i>SECTION 1 : NATURE ET COUT DES IMMOBILISATIONS</i>	56
<i>SECTION 2 : LE FONDS DE ROULEMENT</i>	58
<i>SECTION 3 : TABLEAU DES AMORTISSEMENTS</i>	59
<i>SECTION 4 : PLAN DE FINANCEMENT</i>	60
<i>SECTION 5 : Tableau de remboursement des dettes</i>	61
<i>SECTION 6 : COMPTES DE GESTION</i>	62
<i>CHAPITRE 2 : ETUDE DE FAISABILITE</i>	66
<i>SECTION 1 : LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL</i>	66
<i>SECTION 2 : LE PLAN DE TRESORERIE</i>	67
<i>SECTION 3 : TABLEAU DE GRANDEURS CARACTERISTIQUES DE GESTION (T.G.C.G.)</i>	69
<i>SECTION 4 : LE BILAN PREVISIONNEL</i>	71
<i>CHAPITRE 3 : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET</i>	74
<i>SECTION 1 : EVALUATION DU PROJET</i>	74
<i>SECTION 2 : IMPACTS</i>	82
CONCLUSION GENERALE	84
ANNEXES	
BIBLIOGRAPHIE	

Rapport-gratuit.com

LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES



LISTE DES TABLEAUX

Tableau N°01 : Listes des clientèles cibles

Tableau N° 02 : Les tarifs des concurrents dans la commune rurale de Mahitsy par rapport au
Prix pratiqué par l'entreprise

Tableau N° 03 : Forces et faiblesses des concurrents

Tableau N° 04 : Prévision des prix à pratiquer par l'entreprise

Tableau N° 05 : Marge brute d'autofinancement

Tableau N° 06 : Liste des matériels

Tableau N° 07 : Calendrier de mise en œuvre

Tableau N° 08 : Estimation de l'exploitation de ces services

Tableau N° 09 : Estimation annuelle de l'exploitation sur cinq années d'exercices

Tableau N° 10 : Prévision annuelle du chiffre d'affaires pour les cinq années d'exercices

Tableau N° 11 : Prévision annuelle des achats

Tableau N° 12 : Charges de personnel pour le premier mois d'activité

Tableau N° 13 : Evolution de l'effectif du personnel permanent sur cinq ans

Tableau N° 14 : Charges de personnel pendant les cinq années d'exercices

Tableau N° 15 : Calcul de l'IGR

Tableau N° 16 : Montant de l'IGR pendant cinq ans

Tableau N° 17 : Calcul de l'impôt

Tableau N° 18 : Aménagement, Agencement et Installation

Tableau N° 19 : Matériel et Mobilier de Bureau

Tableau N° 20 : Matériel informatique

Tableau N° 21 : Récapitulation des immobilisations

Tableau N° 22 : Fonds de roulement de la société pour le premier mois d'activité

Tableau N° 23 : Tableau d'amortissement des immobilisations

Tableau N° 24 : Amortissement des immobilisations pendant cinq ans

Tableau N° 25 : Illustration du plan de financement

Tableau N° 26 : Remboursement des dettes

Tableau N° 27 : Récapitulation des achats

Tableau N° 28 : Prévision des dépenses des charges externes

Tableau N° 29 : Prévision des dépenses des autres charges externes

Tableau N° 30 : Récapitulation des charges de personnel

Tableau N° 31 : Impôts et taxes

Tableau N° 32 : Récapitulation des charges

Tableau N° 33 : Récapitulation du chiffre d'affaires prévisionnel

Tableau N° 34 : Compte de résultat prévisionnel

Tableau N° 35 : Budget de la TVA

Tableau N° 36 : Budget des encaissements

Tableau N° 37 : Budget des décaissements

Tableau N° 38 : Budget de trésorerie

Tableau N° 39 : Tableau de Grandeurs Caractéristiques de Gestion (TGCG)

Tableau N° 40 : Bilan prévisionnel pour les cinq années d'exercices

Tableau N° 41 : Projection de la Valeur Ajoutée

Tableau N° 42 : Les différents ratios

Tableau N° 43 : Calcul de la Valeur Actuelle Nette

Tableau N° 44 : Calcul du Taux de Remboursement Interne (TRI)

Tableau N° 45 : Calcul de DRCI

Tableau N° 46 : Calcul du Seuil de Rentabilité et Point Mort

LISTE DES FIGURES

Figure N° 01 : Circuit de distribution

Figure N° 02 : Processus de fixation des prix

Figure N° 03 : Processus de reproduction de document

Figure N° 04 : Processus de saisie informatique

Figure N° 05 : Impression de texte

Figure N° 06 : Processus de gravage

Figure N° 07 : Scannérisation de document

Figure N° 08 : Processus de reliure

Figure N°09 : Organigramme pour les deux premières années

Figure N° 10 : Organigramme à partir de l'année 3

Figure N° 11 : Evolution de la trésorerie

LISTE DES ABREVIATIONS

amts	: Amortissement
AAI	: Agencement Aménagement et Installation
Ar	: Ariary
CD	: Compact Disque
CITE	: Centre d'Information Technique et Economique
CNaPS	: Caisse Nationale pour la Prévoyance Sociale
DRCI	: Délai de Récupération des Capitaux Investis
DSRP	: Document de la Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté
FRI	: Fonds de Roulement Initiale
FTP	: File Trasfer Protocol
IGR	: Impôt Général sur les Revenus
IP	: Indice de Profitabilité
QTE	: Quantité
MBA	: Marge Brute d'Autofinancement
MCT	: Multipurpose Community Telecentres
MMB	: Matériel et Mobilier de Bureau
MSCV	: Marge Sur Coût Variable
MTCP	: Ministère des Télécommunications, des Postes et de la Communication
NDA	: Notre Dame de l'Assomption
OMERT	: Office Malgache d'Etudes et de Régulation des Télécommunications
OSIE	: Organisme Sanitaire Inter-Entreprise
PCG	: Plan Comptable Général
PM	: Point Mort
PMA	: Pays Moins Avancés
PME	: Petites et Moyennes Entreprises
PU	: Prix Unitaire
SR	: Seuil de Rentabilité
TELMA	: Télécom Malagasy
TIC	: Technologie de l'Information et de la Communication
TRC	: Talk Relay Chat
TRI	: Taux de Rentabilité Interne
TVA	: Taxe sur la Valeur Ajoutée
UIT/ BDI	: Union Internationale des Télécommunications / Bureau de Développement des Télécommunications
USA	: United State of America
VAN	: Valeur Actuelle Nette
VCN	: Valeur Comptable Nette
VO	: Valeur d'Origine

INTRODUCTION

Le troisième millénaire est marqué essentiellement par le phénomène de la mondialisation. Cette caractéristique se traduit généralement par une participation à l'économie mondiale à travers les flux d'échange de capitaux, de services et de technologies.

A Madagascar, la libéralisation de l'économie embrasse plusieurs secteurs comme la « Télécommunication ». Par ailleurs, pour réduire la pauvreté de façon rapide, la communication doit être renforcée. Ainsi, dans le Document de Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté (D. S. R. P.), le Gouvernement Malagasy considère la communication comme secteur porteur, elle tient donc une place importante pour le développement.

Etant pays à vocation agricole, le monde rural malgache doit participer activement à l'amélioration de la situation économique. Pourtant la plupart reste isolée et ne peut pas suivre les nouvelles techniques agricoles et d'élevages. D'où la nouvelle politique du gouvernement malagasy qui consiste à instaurer un système téléphonique performant comme le « télécentre » dans toutes ses régions enclavées. Ce système existe déjà dans certaines régions à savoir Ikongo, Maevatanana... Mais pour que la population de la grande île puisse se communiquer librement entre elle, il faut accroître l'effectif des télécentres.

Par ailleurs, la vie quotidienne des Malagasy est actuellement imprégnée de l'évolution de la technologie. La connaissance en informatique est nécessaire pour entrer dans le monde du travail c'est-à-dire que personne ne peut avancer sans en avoir des bagages intellectuels. Concernant la technologie, la commune rurale de Mahitsy connaît un certain retard.

C'est pourquoi, nous avons choisi comme objet de mémoire de fin d'étude, le thème qui s'intitule :

« PROJET DE CREATION D'UN TELECENTRE DANS LA COMMUNE RURALE DE MAHITSY ».

Manque de réseau téléphonique, la pénurie de télécarte, la cherté des branchements téléphoniques et le manque de bibliothèque publique et les halls d'information nous incitent à choisir cette commune. En plus, la population de Mahitsy est assez nombreuse et les élèves, les jeunes ainsi que les administrateurs ont des difficultés à accéder aux centres de documentation de la capitale. Cette commune rurale constitue donc un site potentiel pour la création d'un télécentre.

Ce projet permettra donc de désenclaver cette partie de l'Ouest d'Antananarivo, d'améliorer la communication de la population, d'augmenter le nombre des investisseurs étrangers à y employer leur ressource financière, de participer à l'exécution de la D.S.R.P. et de développer l'économie de cette commune.

Afin de constituer ce présent document, il nous a fallu effectuer des recherches sur la faisabilité de ce projet. Elle consiste à déterminer les stratégies à adopter pour faire face au marché. En effet, nous avons mené des entretiens :

- avec les différents responsables du Ministère des Postes et de la Télécommunication dont le but est de bien maîtriser l'installation d'un télécentre ;
- auprès de la mairie de Mahitsy pour mieux connaître la population totale et ses activités principales.

Nous avons également consulté des ouvrages bibliographiques auprès du Centre d'Information Technique et Economique (CITE) d'Ambatonakanga. et auprès des divers établissements.

Ce travail comporte trois parties :

- La première partie intitulée : « **Identification du projet** » va essayer de présenter le projet surtout en ce qui concerne l'historique du projet et la caractéristique ainsi que l'étude de marché, et les théories générales sur les outils et les critères d'évaluation du projet.
- La deuxième partie sera consacrée à la « **Conduite du projet** » en analysant la technique de réalisation, la capacité de réalisation, et l'étude organisationnelle.
- La troisième partie parlera « **L'étude financière du projet** », elle est composée de trois (3) chapitres à savoir les investissements nécessaires et le compte de gestion, l'étude de faisabilité, et l'évaluation du projet.

PREMIERE PARTIE

PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET

Par définition, un projet est un ensemble d'activités d'opérations interdépendantes à réaliser dans un délai déterminé à l'aide des moyens et des ressources limités mis en œuvre de façon ordonnée afin d'atteindre un ou plusieurs objectifs. Notre projet se caractérise par les facteurs suivants :

- Un objectif clairement défini ;
- Un critère de la bonne réalisation de ces objectifs ;
- Personnel compétent et formé entouré d'une équipe ;
- Système de gestion propre.

L'identification du projet se rapporte à l'étude de besoins ou celle du marché. Pour bien entourer notre projet, cette première partie se subdivisera en trois chapitres à savoir : la présentation du projet, l'étude du marché, les théories générales sur les outils et les critères d'évaluation du projet.

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET

Dans ce chapitre, nous parlerons de l'historique du projet, c'est-à-dire la cause de conception du projet, des caractéristiques et des intérêts du projet.

SECTION 1 : HISTORIQUE DU PROJET

Le développement et la diffusion de la Technologie de l'Information et de la Communication (T. I. C.) ainsi que l'utilisation de la technologie moderne constitue une grande opportunité pour l'universalisation de l'accès à l'information et pour le développement socio-économique du milieu rural.

Conscients des dangers de marginalisation mais aussi du potentiel des outils de la T. I. C., les pays scandinaves (Suède, Danemark et Finlande) ont été les premiers, dès les années 80, à développer et à mettre en œuvre avec le concept des télécentres. Le but est d'intégrer leurs populations rurales au processus national de développement économique et social. Le modèle a été ensuite appliqué dans les années 90 en Amérique du Nord (Terre Neuve et Labrador au Canada) et en Europe (Manchester en Grande Bretagne).

Plus particulièrement en Afrique, l'instauration des télécentres se fait peu à peu à savoir :

- Afrique du Sud (Programme d'Implantation de Télécentres de l'Agence du Service Universel : 65 télécentres) ;
- au Bénin (Cybergsenghai, Malanville) ;
- au Burkina Faso (Centre Multimédia Municipal de Ougandou) ;
- au Mali (Tombouctou) ;
- et actuellement à Madagascar.

Fort de ces expériences, l'Union International des télécommunications (U .I. T. / B. D .I.) a fait un appel aux partenaires en développement des pays moins avancés (P. M. A.) qui veulent recourir à cette stratégie de création de télécentres. C'est ainsi que dès l'année 1999, le phénomène des télécentres s'est élargi dans les pays en voie de développement et a pris une ampleur sans précédent.

A Madagascar la télécommunication est nettement moins avancée dans le monde rural que dans les zones urbaines ou fortement peuplées. Les raisons de cette situation sont essentiellement financières. Dans cette optique, l'Etat Malagasy a élaboré son Document de Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté (D.S.R.P.) qui contient les axes prioritaires du Gouvernement en matière de lutte contre la pauvreté et bon nombre de projets peuvent inclure les communications comme outils concourants à faciliter l'atteinte des objectifs de ces projets. Il prévoit dans sa politique de développement des zones rurales, le désenclavement de ces zones permettant aux populations d'avoir accès aux Technologies de l'Information et de la Communication (T. I. C.).

L'option d'appliquer la stratégie des télécentres a été prise en vue de démocratiser l'accès, et de permettre un développement immédiat dans la zone d'implantation. Pour appuyer ces efforts du Gouvernement, Télécom Malagasy a initiée l'idée d'un projet d'installation de 112 télécentres à répartir dans plusieurs localités du pays.

Le Gouvernement de Madagascar a adressé une requête d'assistance auprès de l'U. I. T. / B. D. I. qui y a répondu favorablement en finançant la réalisation de projet relatif à ces 112 télécentres en partenariat avec l'opérateur TELMA. Mais la mise en œuvre de ces projets reste un défi quasi- impossible ; ainsi le Gouvernement les a reparti dans les six communes à savoir Betafo, Vohemar, Ikongo, Andilamena, Maevatanana et Morombe, et il lance un appel à manifestation d'intérêt au secteur privé pour chaque année de réalisation afin d'atteindre des objectifs fixés. (Voir ANNEXE I)

Source : Ministère des Postes et de la Télécommunication

SECTION 2 : CARACTERISTIQUE DU PROJET

La classification typologique des télécentres est très controversée dans la littérature des chercheurs. On définit le télécentre « comme un lieu privatif où le public peut accéder à des services de télécommunication » ; la dénomination des divers modèles qui sont développés ces dix dernières années ne fait pas l'unanimité.

Toutefois, le monde s'accorde sur le fait que l'essentiel reste la viabilité de télécentre pour garantir la fourniture des services au plus grand nombre et pendant une longue période.

Dans le cadre de ce présent projet, notre étude nous impose d'exclure l'approche des modèles dits « Multipurpose- Community Télécentres (M. C. T.) qui sont l'objet des projets pilotes dans certains pays d'Afrique comme Mali, Ouganda.....

Par contre, nous y traiterons les modèles fondés sur l'approche commerciale tout en y associant la stratégie permettant d'atteindre les objectifs de développement économique et social.

Il s'agit d'implanter un télécentre privé. En effet, ce sont les investisseurs privés qui le conçoivent et l'exploitent selon les lois du marché dans la région de Mahitsy.

2.1- Objectif global

L'objectif global du projet est de participer à la mise en œuvre de la politique et stratégie de l'accès universel à l'information de la communauté rurale du lieu d'implantation.

2.2- Objectif spécifique

Compte tenu de l'objectif global mentionné ci-dessus, l'objectif spécifique vise à contribuer à l'amélioration des TIC dans la commune rurale de Mahitsy par l'exploitation des divers services fournis par le télécentre.

2.3-Intérêt du projet

La mise en place de ce projet dans la commune rurale de Mahitsy entraîne une évolution non seulement pour l'entreprise mais également pour la population active en matière de T. I. C. En effet, les différentes activités que l'on trouve dans le télécentre permettent à l'entreprise de dégager une importante valeur ajoutée. Par conséquent, le promoteur aura une source de revenus non négligeables. En revanche, ce projet crée des emplois et augmente le revenu de la population locale tout en améliorant leur condition de

vie. De plus, ce projet accroît le niveau de connaissance de la population surtout des jeunes et des élèves en matière de TIC. Elle élargit ainsi ses acquis dans d'autres domaines comme l'agriculture, l'élevage, la pêche....

Il offre aussi des opportunités bénéfiques pour l'Etat car le dit projet est également source de revenus pour la commune à partir du paiement des impôts et taxes. Par le fait de distribuer des salaires au personnel, l'entreprise contribue à la monétarisation et à la redynamisation de l'économie.

Enfin, le projet favorise le développement du secteur tertiaire plus précisément le développement des petites et moyennes entreprises (P. M .E.) et attire des capitaux pour le développement de l'économie de notre pays.

Ce premier chapitre nous a permis d'identifier notre projet c'est-à-dire l'historique, les caractéristiques, les objectifs et l'intérêt du projet. Nous allons maintenant entamer la deuxième partie intitulée « **Etude de marché** ».

CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE

Une étude de marché est un ensemble de méthodes et de techniques permettant de recueillir des informations pertinentes et fiables sur une cible visée. Elle consiste à analyser l'offre et la demande pour un service qu'on envisage à fournir.

L'étude de marché est donc le point de départ de notre projet sans demande suffisante n'a pas de base économique.

Dans ce chapitre, nous essayons de parler la description du marché, l'analyse de l'offre et de la demande, le mode de commercialisation et ainsi que l'analyse comparative des prix dans le cadre de ce projet.

SECTION 1 : DESCRIPTION DU MARCHE

Le promoteur du projet jouit d'une grande place vis-à-vis du marché total car pour l'instant il n'existe pas de concurrent potentiel sur le marché.

La connaissance du marché nous a donc permis de décrire le marché que nous comptons conquérir. C'est ainsi que nous allons axés notre étude sur :

- le domaine d'études du projet ;
- l'évolution du marché ;
- et la présentation du circuit de distribution.

1.1-Domaine d'études du projet

La ville de Mahitsy, chef lieu de la commune, fait partie de la sous préfecture d'Ambohidratrimo. Elle se trouve à 30 Km d'Antananarivo et s'étend sur une surface de 144 Km².

Elle est délimitée par les communes voisines :

- au Nord : Antanetibe Mahazaza, Ambohimanjaka
- au Sud : Antanambolo, Ambohimasina
- à l'Est : Anosiala
- à l'Ouest : Mananjara, Ampanotokana.

La commune rurale de Mahitsy est traversée par la Route Nationale RN 4 reliant Mahitsy- Ankazobe- Maevatanana- Majunga (Voir ANNEXE II).

Cette ville de Mahitsy représente l'assiette des clients potentiels avec 31551 habitants (Source : inventaire auprès de la commune) dont 60% sont des jeunes .Un des atouts majeurs de ce projet est son lieu d'exploitation qui est stratégique car cette commune est fréquentée par des élèves (environ 10120 élèves selon la Circonscription Scolaire d'Ambohidratrimo), des étudiants, des demandeurs d'emploi et des collectivités des entreprises.

1.2-L'évolution du marché

L'instauration et l'exploitation de ce projet dans la ville de Mahitsy correspondent effectivement à l'attente des clients (Etudiants, Agriculteurs, Commerçants....), et de la population qui sont nos principales cibles.

Avec l'existence de la demande, le développement du marché dépend alors de la régularité de la prestation et de l'assurance des demandeurs d'être toujours servis à des prix assez stables.

Il s'agit donc d'un marché très vaste qui dispose d'une large capacité d'extension et constitue un des facteurs de développement de cette région.

Le tableau suivant explique l'énumération du point de vue catégorie de la clientèle cible.

Tableau N° 01 : Liste des clientèles cibles

CIBLES	POURCENTAGE S
Etudiants	32,33
Agriculteurs	20,29
Fonctionnaire s	17,82
Commerçants	17,62
Autres	11,94
Total	100

Ce tableau nous montre les pourcentages des clientèles cibles qui veulent se servir dans notre firme lors de notre enquête sur terrain. En effet, les plus intéressés par notre prestation sont les élèves et les étudiants avec un pourcentages de 32,33%. Car ils veulent apprendre et améliorer leurs connaissances en informatique surtout en Internet, du fait que ce service n'existe pas encore dans cette commune. Ce qui signifie que l'entreprise est en position de monopole.

1.3-La présentation du circuit de distribution

Le canal de distribution est le moyen permettant de rendre accessible aux consommateurs finaux les services offerts par notre entreprise.

Du point de vue descriptif, le circuit de distribution est le chemin suivi par notre entreprise pour la vente de nos produits. Le choix d'un canal de distribution est délicat dans

la définition du Marketing Mix composé des 4 P : produit, prix, placement et publicité parce que :

- la distribution est un élément peu élastique ;
- la distribution est un élément autonome à l'entreprise.

Comme notre entreprise favorise la prestation de service, nous avons décidé d'opter pour une distribution directe c'est-à-dire pas d'intermédiaire entre l'entreprise et sa clientèle.

On peut schématiser ce circuit comme suit :



Figure n° 01 : Circuit de distribution

SECTION 2 : ANALYSE DE L'OFFRE

Pour analyser l'offre, nous allons voir tout d'abord les spécificités du service offert et ensuite les concurrents.

2.1- Les spécificités du service offert

Il s'agit d'une offre de services plus précisément dans le domaine de T. I.C. Parmi ces services offerts, on citera :

- les communications téléphoniques, fax, Internet ;
- la fourniture de boîte d'adresses électroniques, forum électronique ;
- l'assistance pour la confection des sites et des transcriptions de textes HTML ;
- les gravures et les lectures ;
- les services photocopies, impressions ;
- les scanners, la reliure ;
- les formations ;
- la vente des accessoires.

L'utilisation de ces différents services pour la production et la diffusion de contenus locaux sont capitales. Le site du projet étant essentiellement rurale ; nous mettrons en œuvre la production de contenus pour les applications suivantes :

➤ Education : assistance des élèves à la recherche d'information sur les diverses possibilités d'études, adresses de bibliothèques ou de documents de références et bourses d'études à l'étranger

➤ Outil de gestion

➤ Commerce agricole et artisanale (information sur les prix des produits intrants, météo....)

➤ Informations sur les services de l'Etat et des collectivités territoriales (possibilité de téléchargement d'imprimés officiels, information sanitaire, communiqués et annonces...)

2.2- La concurrence

La concurrence comprend pour notre firme tous ceux qui cherchent à satisfaire les mêmes besoins à travers les mêmes produits mais également ceux qui pourraient offrir de nouvelles façons d'y parvenir.

Comment s'informer alors sur ses concurrents ?

- par l'analyse de la presse et des médias ;
- par la consultation des banques de données ;
- par l'écoute des hommes de terrain.

D'après notre enquête, il n'existe aucune entreprise spécialisée en micro-informatique par exemple aux alentours de la ville de Mahitsy. (Voir ANNEXE III)

Ainsi, à l'heure actuelle, la Commune Rurale de Mahitsy n'a que deux réseaux téléphoniques seulement : TELMA, ORANGE. (Voir ANNEXE IV)

Donc les concurrents dans ce domaine sont quasi- inexistants. Pourtant, quelques prestataires des services y sont présents mais offrent seulement le service photocopie et quelques travaux sur ordinateur. Suite à cette constatation, l'entreprise entend donc couvrir 60 à 70 % du marché local.

2.2.1-Les concurrents dans la région de Mahitsy

Dans la ville de Mahitsy, il y en a trois (3) concurrents qui font ce genre de services à l'occurrence de DADAH., NDA, AUTRES. Ce sont donc nos concurrents directs.

Le tableau ci-après nous présente les tarifs de services offerts pour chaque établissement.

Tableau n° 02 : Les tarifs des concurrents dans la commune de Mahitsy par rapport au prix pratiqué par l'entreprise (montant en Ariary)

ETABLISSEMENT	SERVICES OFFERTS	P.U des concurrents	P.U pratiqué par l'entreprise
DADAH	Saisie	700	600
	Impression	600	400
	Photocopie	60	50
	Gravage	1 400	1 200
NDA	Photocopie	60	50
AUTRES	Photocopie	60	50

Source : Enquête personnelle sur terrain

D'après ce tableau, nous avons remarqué que les services offerts sont trop élevés. Mais en ce qui concerne les autres produits : le scanner, l'Internet et vente des accessoires, cela fait partie des activités non concurrentielles c'est-à-dire elles sont encore inexploitées dans cette région.

2.2.2- Forces et faiblesses des concurrents

Nous allons présenter dans un tableau ci- dessous les forces et faiblesses des concurrents dans cette région.

Tableau n° 03 : Forces et faiblesses des concurrents

ETABLISSEMENT	FORCES	FAIBLESSES
DADAH	-Relation énorme avec les clients -Existence de plusieurs services -Place au bord de la route	-Prix trop élevé -Services offerts insuffisants -Service trop long
NDA	-Place au bord de la route	-Prix trop élevé -Machine usagée -Services offerts insuffisants
AUTRES	-Place au bord de la route	-Prix trop élevé -Services offerts insuffisants

A partir de ce tableau, on a pu constater que les forces des concurrents résident pour la plupart dans leurs emplacements. Par ailleurs, malgré leurs forces, ils ont aussi des faibles surtout au niveau de leurs prix et leurs qualités de services offerts.

SECTION 3 : ANALYSE DE LA DEMANDE

La demande est constituée par l'ensemble des besoins susceptibles d'acheter nos produits Celle-ci est composée en majeure partie de la population locale (élèves, étudiants, opérateurs économiques, ONG, artiste....). Nous allons voir successivement les caractéristiques de la demande et les besoins des clients dans la région de Mahitsy ainsi que l'analyse comparative des prix.

3.1- Caractéristiques de la demande

Nos études ont démontré l'existence d'une demande latente au niveau de la population cible dans la région. En effet, pour l'heure, la région dispose ni radio de proximité ni télévision locale ; le seul moyen de communication reste le téléphone avec une cinquantaine de lignes et de deux cabines publiques.

Par ailleurs, comme nous l'avons vu auparavant, la population est généralement jeune, et la seule bibliothèque de la ville ne suffit plus pour leurs recherches estudiantines et en matière de distractions, la plupart des jeunes n'ont pas des moyens et d'opportunités.

En évoquant tous ces problèmes, les employés publics et services déconcentrés ainsi que les entreprises implantées dans le chef lieu de la région ressentent un important besoin insatisfait en matière de l'information et de la communication.

3.2- Besoins des clients

La plupart des clients cherchent, parmi les services offerts, ceux qui procurent le maximum de satisfaction. La satisfaction est une condition nécessaire ; toutefois, on constate que ce besoin peut être classé parmi les besoins sociaux secondaires qui ne sont pas strictement indispensables à la survie mais leur absence peut entraîner une insatisfaction, voir même des troubles.

De ce fait, nous avons besoin de la qualité de services pour avoir plus de clients. En effet, nous allons utilisé au maximum des personnels compétents et des matériels performants. Dans ce cas, les clients satisfaits vont apporter d'autres clients.

3.3- Analyse comparative des prix

L'analyse des prix est nécessaire pour déterminer le tarif à appliquer par notre entreprise sur le marché. Néanmoins, les contraintes limitent la liberté de l'entreprise dans la fixation du prix.

Dans la pratique, les procédures de fixation du prix sont multiples. Nous avons déterminé nos prix en tenant compte les trois paramètres essentiels :

- la concurrence
- les coûts
- la demande

Nous avons suivi le processus suivant pour déterminer nos prix.

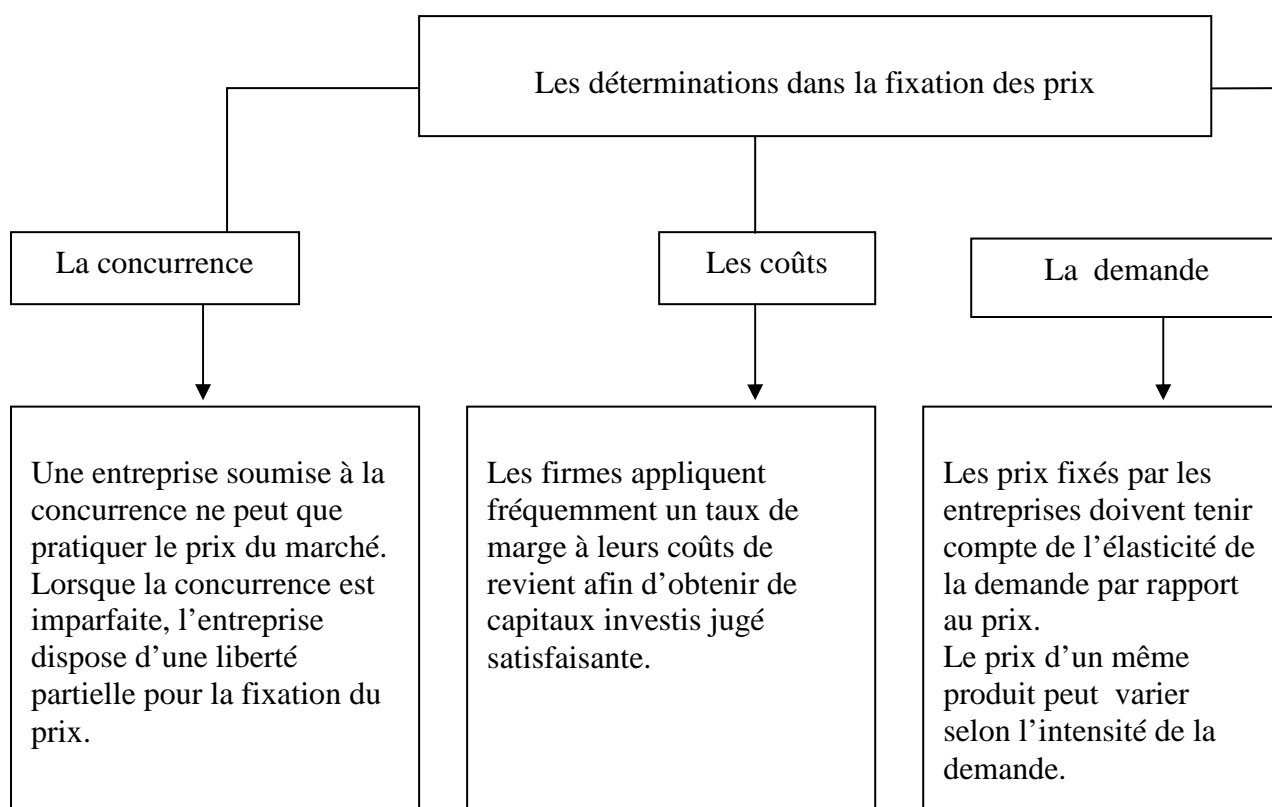


Figure n° 02 : Processus de fixation des prix

Nous avons alors le tableau ci-après les prix à pratiquer par l'entreprise

Tableau n° 04 : Prévion des prix à pratiquer par l'entreprise (montant en Ariary)

SERVICES	PRIX PRATIQUES en Ar
<u>I- PHOTOCOPIE</u>	50 / page
<u>II- SAISIE</u>	400 / page
<u>III- IMPRESSION SUR DISQUETTE</u>	600 / page
<u>IV- GRAVURE</u>	1200
<u>V- SCANNER</u>	1400 / page
<u>VI- INTERNET</u> - Consultation et achat	30 / minute
<u>VII- FAX</u> - Envoi local - Envoi international - Réception	3500 4500 800
<u>VIII- TELEPHONIE</u> - Appel TELMA- TELMA - Appel international - Appel Orange	300 / Minute 4500 / Minute 400 / Minute

<u>IX- FORMATION</u> - Coût de formation	15000
<u>X- RELIURE</u>	1200
<u>XI- VENTE</u> - CD vierge - Disquette vierge - Kikom : ▪ 30 unités ▪ 60 unités ▪ 120 unités - Recharges : ▪ MADACOM • Ar 2000 • Ar 5000 • Ar 10000 ▪ ORANGE • Ar 2000 • Ar 5000 • Ar 10000	1000 / pièce 1000 / pièce 3000 6000 12000 2000 5000 10000 2000 5000 10000

Source : Etude de faisabilité menée par TELMA puis travaux de l'auteur

SECTION 4 : LE MODE DE COMMERCIALISATION

Il s'agit de déterminer la stratégie marketing envisagée pour nos nouveaux produits. Le marketing mix intègre l'ensemble des variables dont l'entreprise dispose pour influencer le marché. Ces variables sont les suivantes :

- La politique du produit ;
- La politique du prix ;
- La politique de distribution ;
- La politique de communication ou de promotion.

4.1- La politique du produit

Dans la fixation de la politique du produit de la société, on cherche toujours à répondre aux questions suivantes :

- « Est-ce que le service offert suscite l'intérêt du public ? »
- « Répond-il à son exigence ? »

Notre politique du prix a pour objectif d'améliorer la qualité de services vis-à-vis des concurrents et la position de l'entreprise sur le marché. Pour satisfaire les consommateurs, il faut retenir comme une règle de base, la mise en place d' :

- une caractéristique technique : les meilleurs services traités avec soins
- une marque spécifique de services offerts : le service de qualité

4.2- La politique du prix

« Le prix est le premier critère de choix des consommateurs. S'ils sont tout à fait prêt à contribuer à la protection de l'environnement c'est dans la limite de leur pouvoir d'achat ». V. NEIERTZ.

Pour fixer le prix, l'entreprise doit résoudre successivement cinq problèmes. Elle doit :

- 1) déterminer ses objectifs, profits, chiffre d'affaires et la croissance ;
- 2) évaluer la réaction du marché à partir d'une analyse des courbes de demande ;
- 3) estimer ses coûts pour différents niveaux de production ;
- 4) choisir parmi les différentes méthodes de tarification (coût plus marge, point mort, prix du marché) ;
- 5) analyser la concurrence en fonction des objectifs de l'entreprise.

Le prix est donc la fixation pour l'acheteur de la « valeur commerciale » du produit.

Notre politique de prix est en fonction de trois (3) éléments suivants :

- la qualité des services
- la clientèle finale
- les prix que nous allons pratiquer varient en fonction d'investissement, des charges engagées pour la création de ce projet, de prix des concurrents (par exemple dans le service photocopie, le prix des concurrents varient entre Ar 60 à Ar 70 par copie), et aussi en fonction de la demande.

4.3- La politique de distribution

Elle consiste à choisir le circuit de distribution court et simple vue que l'entreprise assure elle-même la prestation.

Un circuit de distribution est un mode d'organisation permettant d'accomplir les activités qui ont toutes pour but d'amener au bon endroit, au bon moment et en quantité nécessaire les produits adéquats.

Ainsi, pour avoir une meilleure force de vente, nous adopterons une politique commerciale dynamique basée sur la politique de service et sur la communication.

4.4- La politique de communication ou de promotion

Si nous voulons aller au-delà d'un courant de vente spontanée, nous devons concevoir et transmettre des informations sur nos produits, leurs caractéristiques et leurs avantages. Car de part sa nature même, toute entreprise est un agent de communication.

« La politique de promotion est un ensemble cohérent de services offerts déployés, d'une part pour organiser et pour conduire la campagne de vente , et d'autre part pour stimuler les achats des consommateurs et l'efficacité des revendeurs ».

Nous avons donc le choix à opter entre cinq (5) grands moyens de communications où les appliquer en même temps, à savoir la publicité, les panneaux publicitaires, les prospectus, les affiches et la communication audio-visuelle.

4.4.1-Publicité

Lancer un produit demande un investissement en matière de communication notamment pour la publicité. Ceci garanti la viabilité du projet et en même temps de l'entreprise. Les moyens mis en œuvre seront particulièrement variés afin de toucher une population diversifiée et plus vaste.

On pratique alors la publicité d'information pour informer les publics de l'existence de nouveaux services. La publicité est un phénomène économique, social, politique du fait qu'elle favorise et accélère l'expansion de l'entreprise. Elle engendre également le contact avec la population et aide à la convaincre.

4.4.2- Panneaux publicitaires et banderoles

Il s'agit de mettre en application la stratégie marketing « PULL », attirer les clients vers le produit ; l'entreprise mettra en œuvre la conception et l'installation de deux (2) panneaux publicitaires de format 100 x 200 cm pour une valeur de Ar 130 000 par panneau.

Leur installation est soumise à une taxe communale annuelle d'environ Ar 25 000 par panneau. Outre, ces panneaux, deux (2) banderoles seront aussi installées dans les carrefours de la ville de Mahitsy afin de véhiculer diverses informations quant à l'existence du site de téléc centre.

4.4.3- Prospectus

Ces prospectus seront à distribuer gratuitement à toutes personnes susceptibles d'utiliser nos services en ville, dans les stationnements que se soient dans les régions environnantes ou sur les lieux d'implantation. Ces dépliant s seront conçus pour une valeur de

Ar 100 000, afin d'informer la population sur les différents services mise en vente et surtout pour les éventuelles formations qui se tiendront sur les lieux.

4.4.4- Affichages

Une centaine d'affiches sera imprimée et affichée sur les lieux publics notamment les écoles, les collèges, les lycées, les divers bureaux et dans un rayon de 5 Km aux alentours du site.

La réalisation de ces opérations (affiches, distribution de prospectus) sera confiée à une équipe dynamique de jeunes natifs de Mahitsy habitants dans la zone d'implantation de l'entreprise.

4.4.5- Communication audio-visuelle

Tenant compte du fait qu'une seule station radiophonique peut couvrir entièrement la région. Nous avons opté pour cette station (la Radio Don Bosco R. D. B.) et nous avons souscrit pour un contrat de publicité Top Horaire (durée 1mn) ; et ce deux (2) semaines avant la date d'ouverture. Le coût de ce service est prévu pour Ar 25 000.

Le second chapitre qui touche à sa fin nous a permis de faire une étude de marché du projet. Nous allons voir maintenant dans le dernier chapitre les théories générales sur les outils et les critères d'évaluation.

CHAPITRE III : THEORIES GENERALES SUR LES OUTILS ET LES CRITERES D'EVALUATION

La naissance d'une entreprise est la conséquence d'une décision d'investissement prise dans le cadre d'un projet qui se concrétise un jour. Cette décision d'investissement est faite après une longue étude comparative et le choix des investissements qui peuvent être réalisés à l'aide d'un critère quantitative : la rentabilité des capitaux investis. Ils sont comparés aux flux générés, la MBA ou le Cash-flow.

Le calcul des flux dégagés est donc en fonction des éléments d'exploitation :

- durée prévue : 5 ans
- recettes envisagées
- charges estimées (charges décaissées)
- amortissement des biens acquis (charges calculées)

La synthèse des divers éléments sera présentée dans un tableau ci-dessous :

Tableau n° 05 : Marge brute d'autofinancement (M. B. A.)

ELEMENTS	MONTANT
Recettes	+ R
Charges :	
▪ charge décaissée (avec flux)	- D
▪ charge calculée (avec flux)	- A
Recette imposable	r
- impôt sur les sociétés K %	$r K$ - $\frac{\quad}{100}$
Résultat net	$r K$ $r - \frac{\quad}{100}$
Amortissement	+ A
M. B. A.	$r K$ $r - \frac{\quad}{100} + A$

SECTION 1 : OUTILS D'EVALUATION

Pour évaluer la rentabilité d'un projet, il existe quatre (4) outils de choix d'investissement pour l'entreprise à savoir :

- La Valeur Actuelle Nette (V. A. N.)
- Le Taux de Rentabilité Interne (T. R. I.)
- L'Indice de profitabilité (I. P.)
- Le Délai de Récupération des Capitaux Investis (D. R. C. I.)

1.1-Valeur Actuelle Nette (V. A .N.)

Cet outil est basé sur la comparaison directe des Cash-flow ou M .B. A. et du capital investi. Les Cash-flow sont évalués 0 en utilisant comme taux le coût du capital. Pour qu'un projet soit rentable, il faut que V. A .N. soit positive. En d'autre terme, la V. A .N. indique l'avantage absolu procuré par un investissement.

1.1.1- Définition

La Valeur Actuelle Nette (V. A. N.) est représentée par la différence entre la somme des rentrées nettes entraînée par l'investissement et actualisée au taux exigé par l'entreprise et la somme des capitaux investis.

1.1.2- Formule

Elle est donnée par la formule :

$$VAN = \sum_{j=1}^{j=n} MBA(1+t)^{-j} - C$$

Avec : C : le capital investi

MBA : la Marge Brute d'Autofinancement

n : la durée de vie économique du projet

i : le taux d'actualisation

1.1.3- Interprétation de la formule

La VAN peut être positive, nulle ou négative.

Si $VAN > 0$, l'investissement a une rentabilité supérieur au taux exigé t

Si $VAN = 0$, la rentabilité de l'investissement est égale au taux exigé t

Si $VAN < 0$, la rentabilité de l'investissement est inférieure au taux exigé t

1.2-Taux de Rentabilité Interne (T. R .I.)

Cet outil est basé sur le calcul du taux pour lequel il y a équivalence entre le Cash-flow et les capitaux investis. Pour que le projet soit rentable, il faut que ce taux de rentabilité interne soit supérieur au coût du capital investi.

1.2.1- Définition

Le Taux de Rentabilité Interne (TRI) est le taux d'actualisation qui donne une valeur actualisée nette égale à 0 ou un indice de profitabilité égale à 1. Autrement dit, c'est le taux qui rend égaux le montant de l'investissement et les MBA induit par ce même investissement.

1.2.2- Formule

Le TRI s'obtient par la formule :

$$TRI \leftrightarrow VAN=0$$

1.2.3- Interprétation de la formule

Si une entreprise adopte un projet égal au coût du capital avant investissement, ce dernier n'apporte ni perte ni gain pour l'entreprise.

Par contre, si le TRI est inférieur au coût du capital avant investissement, l'adoption du projet entraînera une perte à l'entreprise.

Le TRI constitue un critère de rejet et un critère de sélection entre deux projets. En fait, tout projet dont le TRI est inférieur au taux d'actualisation du plancher requis par l'investisseur sera refusé tandis que celui qui possède un TRI est plus élevé sera retenu.

1.3-L'indice de profitabilité (I. P.)

C'est un indicateur de l'avantage relatif c'est-à-dire de l'avantage correspondant à 1 Ar investi.

1.3.1- Définition

L'indice de profitabilité mesure le profit induit par un ariary de capital investi. Il doit être supérieur à 1 pour que le projet soit rentable.

1.3.2- Formule:

Il est formulé de la manière suivante :

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

1.3.3- Interprétation de la formule

L'indice de profitabilité peut être supérieur à 1, égal à 1, et inférieur à 1.

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

IP=0 : la rentabilité est égal au taux exigé t

IP<0 : la rentabilité est inférieure au taux exigé t

1.4-Délai de Récupération des Capitaux Investis (DRCI)

1.4.1- Définition

Le Délai de Récupération des Capitaux Investis est représenté par le temps au bout duquel le cumul des MBA est égal au montant total d'investissement. Il correspond au délai duquel les flux nets de trésorerie générés par l'investissement initial remboursent les flux nets de trésorerie.

1.4.2- Formule

Il est déterminé à partir des MBA actualisées cumulées; Il n'y a pas de formule ferme pour la déterminer ; il faut tout simplement passer à la méthode d'interpolation linéaire

1.4.3-Interprétation de la formule

Le DRCI obtenu constitue un critère de rejet de tout projet dont la durée de récupération est supérieure à la norme fixée par l'entreprise c'est-à-dire la durée totale de l'investissement. De deux (2) investissements, celui qui est le plus risqué est celui qui représente le délai le plus court.

On doit encore procéder à l'interpolation linéaire pour le déterminer.

SECTION2 : CRITERES D'EVALUATION

Evaluer le projet à l'aide des outils d'évaluation (VAN, TRI, IP, DRCI) ne suffit pas. Mais pour qu'un projet soit aussi acceptable, il faut qu'il soit pertinent ou efficace ou efficient ou viabilité du projet.

2.1- Pertinence

Elle mesure la corrélation entre les objectifs du projet et les priorités de développement global et sectoriel ou le bien-fondé du concept du projet par rapport aux besoins réels des groupes cibles.

2.2- Efficacité

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 ou des résultats.

2.3- Efficience

Elle se réfère au coût et rythme auquel les interventions sont transformées en résultats. Elle se réfère à l'utilisation optimale des ressources dans la production des outputs. C'est l'économie dans la poursuite des objectifs.

2.4- Viabilité du projet

Elle vise à évaluer la capacité d'actions ou de résultat à se poursuivre de façon autonome après le retrait de l'assistance extérieur (nationale ou étranger).

2.5- Impact

C'est l'analyse des effets directs et indirects du projet c'est-à-dire si le projet fonctionne, on aura besoin des opérateurs de saisie. Donc, ce projet crée des emplois pour les jeunes dans la ville de Mahitsy. En plus, ce projet offre tous les services en informatiques, alors, les gens ne déplacent plus à la ville d'Antananarivo pour satisfaire leur besoin en ce sens.

CONCLUSION PARTIELLE

Vu au cours des études de marché que nous avons effectué, la commune est confrontée à un problème de communication aussi bien pour les infrastructures routières que pour les informations. Le seul recours de la population à la communication est la poste.

Concernant les critères et outils d'évaluation, ils sont des éléments indispensables pour évaluer la rentabilité d'un projet.

C'est ainsi que nous pouvons dire que les services offerts par ce télécentre sont très recherchés et bien adapté aux besoins de la région en ce moment.

En résumé, cette première partie met en exergue l'intérêt du projet, il est temps maintenant d'entrer dans la « **conduite du projet** » laquelle constitue la deuxième partie de nos travaux de recherche.

DEUXIEME PARTIE

DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET

La conduite du projet est un ensemble de méthodes et techniques intégrées dans un système d'information qui aide une équipe dirigée par le chef de projet à prendre des décisions.

De ce fait, nous allons analyser dans cette deuxième partie les trois (3) chapitres suivants à savoir les techniques de réalisation, la capacité de prestation envisagée, et les études organisationnelles.

Sur chaque chapitre, les différentes sections appuient les arguments anticipés. Analysons maintenant un à un ces trois (3) ci-dessous.

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION

La technique de réalisation représente l'un des aspects essentiels du fonctionnement de notre firme. Son importance relative par rapport aux autres fonctions peut présenter des changements plus ou moins fréquents suivant le domaine d'activité de l'entreprise.

Pour notre projet, elle est basée sur l'identification des outils de réalisation, la technique de réalisation envisagée, les ressources à mettre en oeuvre, et les autres charges liées à la production.

SECTION 1 : IDENTIFICATION DES OUTILS DE REALISATION

1.1-Les bâtiments

Afin d'accomplir au mieux nos travaux d'implantation d'un télécentre, certaines conditions sont à remplir pour leur bon déroulement :

- il faut que le bâtiment soit disponible et de bonne présentation à l'activité : il doit être en même temps bien espacé de surface minimum 09 m x 07 m, aéré, climatisé pour avoir un environnement sain dans le milieu du travail ;
- il faut que le bâtiment soit accessible, en centre ville, de préférence, climatisé ;
- et enfin, il faut que le bâtiment soit équipé électriquement.

Le télécentre sera donc installé dans un local spécialement aménagé et donnera une allure attrayante.

1.2- Les matériels de réalisation

La taille des télécentres et l'éventail des services sont différents d'une localité à une autre pour tenir compte des disparités et analysées selon les éléments suivants :

- la taille de la population couverte par le site
- l'économie de la zone et le niveau de vie de la population
- les infrastructures de télécommunication

- l'énergie
- les services publics (écoles, hôpitaux, CSB II ...)

et surtout pour adapter l'Offre à la Demande et mieux assurer la viabilité des investissements.

Ainsi, le télécentre se caractérise en trois (3) catégories lesquelles sont :

- Catégorie A: ce sont les actuels Espatels
- Catégorie B: ce sont les Cybercentres ou Cybercafés
- Catégorie C : ce sont les centres multimédias

Un cahier de charge fixe le niveau d'équipement de chaque catégorie, les conditions d'exploitation incluant les prestations minimales à fournir et la qualification du personnel requis.

Par ailleurs, les catégories B et C nécessitent plus de compétence pour assister ou assurer des formations, et permettre selon le cas des télécentres allant des prestations à la possibilité de visioconférence, de téléenseignement ou servir de relais pour la télé médecine.

Il nécessite entre autre des réseaux à haut débit, des bâtiments intelligents, et partant des investissements un peu plus lourds.

Dans le cas de notre projet, il s'agit de mettre en œuvre **l'implantation d'un télécentre Catégorie « C » dans la région de Mahitsy.**

Cette région fait partie des localités du plan triennal : le plan triennal, arrêté N° 7832 / 2001 ; rappelons que c'est une application d'une arrêté N° 7832 /2001 définissant le programme triennal d'extension des dessertes téléphoniques aux zones non desservies. Et suite à l'appel à manifestation d'intérêt au secteur Privé pour la desserte de onze (11) zones localités enclavées lancées par l'Office Malagasy d' Etudes et de Régulations des Télécommunications (OMERT) du 24 juillet 2001, la Société GULFSAT TELEPHONIE filiale de la Société GULFSAT MADAGASCAR a obtenu une licence d'exploitation d'un réseau téléphonique, le 30 Novembre 2001 suivant la décision N° 01/01 OMERT/DG/1.

Les services autorisés par cette licence sont :

- service de téléphonie nationale et internationale
- service de télégraphie
- service de publiphone
- service de revendre de capacité interurbaine y compris des lignes et circuits loués ou spéciaux
- location, installation et entretien des matériels et équipements de communication
- fourniture de réseau à usage privé à des tiers

Ainsi, après ratification d'un accord de franchises d'exploitation de télécentre dans la localité matérielle ou équipement nécessaire pour le bon fonctionnement de l'entreprise ;
voici une esquisse des matériels à utiliser tous à l'état neuf :

Tableau n° 06 : La liste des matériels

NATURE	Nb	CARACTERISTIQUES	ETAT	ORIGINE
Ordinateurs	05	GIGABYTE : INTEL P IV : 2.46Ghz	Neuf	Local
Onduleurs	05	600 VA IN LINE	Neuf	Local
Imprimantecouleur+Photocopie+ Scanner+Fax+Téléphone avec combiné	01	HP OFFICE JET 4255	Neuf	Local
Imprimante laser NB	01	HP 1020	Neuf	Local
Machine photocopieuse	01	CANON	Neuf	Local
Machine à reliure	01	DOCUBIND P 100	Neuf	Local
Téléphone fixe	01	Simple poste	Neuf	Local
Téléphone portable	02	Motorola C115	Neuf	Local
Tables ordinateurs + chaises	05	MALGAPA	Neuf	Local
Chaises	10	MALGAPA	Neuf	Local
Armoire	01	MALGAPA	Neuf	Local
Bac à courrier	01	04 pièces	Neuf	Local
Classeurs	04	Lots (paquets de 12)	Neuf	Local
Chemises cartonnées	04	Paquets	Neuf	Local
Agrafeuses	05	Pièces	Neuf	Local
Montre murale	01	CASIO	Neuf	Local
Papier Rame A4	05	Cartons	Neuf	Local
Encre NB pour imprimante	02	Cartouches	Neuf	Local
Encre NB photocopie	02	Cartouches	Neuf	Local
			Neuf	Local
Encre couleur photocopie	02	Cartouches	Neuf	Local
			Neuf	Local
Machine à calculer	01	CASIO	Neuf	Local
Stabilisateur	02	ERICSSON	Neuf	Local
Fournitures électriques (prise, câble réseau...)	-	-	Neuf	Local
Autres fournitures (colle, stylo, crayon,...)	05	Boîte	Neuf	Local
Voiture de fonction	01	Renault express	Neuf	Local

Les matériels à utiliser sont tous à l'état neuf.

SECTION 2 : TECHNIQUE DE REALISATION ENVISAGEE

2.1-Stratégie mise en œuvre

La stratégie a trait à l'interface entre l'entreprise et son environnement, un moyen grâce auquel elle peut initier ou tirer partie du changement dans son environnement.

La stratégie est en partie intellectuelle, elle consiste à faire mieux et à doubler les concurrents en anticipant plus vite et mieux les changements et en passant à l'action (attirer, convaincre, et fidéliser le client).

Pour l'exploitation du télécentre dans la région de Mahitsy, nous envisageons d'opter la stratégie de spécialisation, étant donné la quasi-inexistence de ce type d'activité dans la région suite à l'étude de marché.

En effet, la spécialisation se donne pour objectif d'atteindre dans cette activité le meilleur niveau de compétence possible en recrutant l'actif autour du savoir faire mieux maîtriser que les concurrents. Une telle stratégie nous donne un avantage concurrentiel que l'on peut évaluer en terme de coût et de position qu'elle favorise l'effet d'apprentissage (la connaissance du métier, la maîtrise d'un savoir faire (moindre erreur, meilleur qualité), et procure une économie d'échelle.

En se spécialisant, nous pourrions bénéficier d'un effet d'expérience et atteindre facilement notre seuil de rentabilité car plus une firme est spécialisée plus elle atteint la taille critique de son domaine d'activité. Cependant, cette stratégie n'est figée, elle sera réajustée au fur et à mesure de l'évolution de l'environnement de l'entreprise.

2.1.1- Calendrier de mise en œuvre

Le calendrier de mise en œuvre met en exergue le planning de réalisation de chaque tâche.

En ligne paraît les tâches à mettre en œuvre, en colonne les temps de réalisation, le schéma en forme de trait figurant dans le tableau étale la période où la tâche se déroulera.

On peut figurer le tableau suivant le calendrier de l'année 0.

Notons que la prestation se fera en mois de Janvier de l'année 01.

Tableau N°06 : Calendrier de mise en oeuvre

OPERATIONS	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Constitution des dossiers	■	■										
Présentation du projet			■	■	■							
Dossier aux bailleurs					■	■	■					
Etude des dossiers							■	■				
Emission de lettre de crédit							■	■				
Constitution légale								■	■			
Implantation								■	■	■	■	
Achats des matériels (commande d'équipements)			■	■	■	■						
Installation									■	■	■	
Recrutement du personnel											■	■
Contact avec les médias											■	■
Mise au point (préparation pour la mise en service)												■

2.1.2- Etude d'extension du projet

Tout comme n'importe quel produit, ce type de service a aussi son cycle de vie ; pour la phase de lancement, on pourra constater l'omniprésence de la concurrence. Néanmoins, il se peut que celle-ci aura une influence probable au cours de l'exploitation, c'est pour cette raison que nous prévoyons à l'avance cette étude.

En effet, la concurrence joue un rôle dans l'évolution des activités. Il faut donc trouver des domaine d'application non encore exploités, se différencier des concurrents ou encore inventer de nouveaux concepts pour développer le parc informatique existant chez le client.

A partir la politique d'amélioration du rapport performance prix et service, nous envisageons de mettre en œuvre la recommandation proposée au créateur du télécentre, celle de créer un télécentre mobile pour former et sensibiliser les populations sur les potentialités de l'outil des TIC. Il s'agit d'un télécentre réalisé dans un container ou une caravane séjournerait dans des localités non dépourvues d'accès pour des durées d'une semaine.

2.2- Le planning de réalisation de chaque tâche

2.2.1-Les services fournis par l'Internet

L' Internet est un super réseau informatique à l'échelle de la planète, composé de millions d'ordinateurs, comme celui-ci, éparpillés dans le monde ,et reliés entre eux par des liens de télécommunication.

- Les services de communication entre utilisateurs (Internauts)

• Le courrier électronique : e-mail (electronic mail)

Il permet l'envoi de message entre deux (02) personnes distantes par le biais d'une simple connexion. Il désigne aussi le système de messagerie lui-même. Le principe est le même que les courriers postaux, chaque courrier doit contenir de l'expéditeur et du destinataire.

Les adresses e-mail se décomposent en :

- ❖ nom d'utilisateur équivalent au casier postal
- ❖ nom du domaine ressemblant au bureau de poste abritant les casiers postaux

Le nom et l'adresse logique du serveur : le « fr » ou « mg » sont les codes des pays où il se trouve.

• Les Forums ou Newsgroups ou USENET

Les groupes de nouvelles sont une des manières originales qu'ont des personnes ayant des intérêts communs pour communiquer grâce à l'internet. Les Forums permettent l'échange public et le traitement des questions- réponses ou FAQ (Frequently Asked Questions)

• La listserv ou liste d'envoi ou encore serveur de liste

C'est application d'Internet qui permet aux abonnés d'envoyer un courrier électronique.

La listeserv reste le moyen le plus efficace, le plus fiable mais peu onéreux pour des gens ayant des intérêts communs qui veulent communiquer rapidement à moindre coût avec un groupe entier de personnes.

La listserv permet aussi la diffusion ou la publication des informations diverses.

• Les communications en direct (ou CHAT)

Pour les communications en direct appelées aussi TALK ou IRC (Internet Relay Chat) sont des messages qui s'affichent directement à l'écran. La conférence par Internet en est un exemple dans le cas où il s'agit d'une organisation complexe de personnes se trouvant dans une vingtaine de villes différentes et qui peuvent se voir, et s'étendre en direct.

- Les services d'accès à l'information

- **Le WORD WIDE WEB ou WEB ou WWW**

« WEB » vient du mot anglais « Toile d'araignée »

« WORD WIDE WEB » est un service sur Internet permettant d'accéder à des informations.

Son originalité et son succès résident sur :

- ❖ sa possibilité de présenter les informations sous forme de texte, de son, d'image, d'animation

- ❖ sa facilité d'accès par la simple saisie de l'adresse du site contenant les informations souhaitées.

- **La File Transfert Protocol (FTP)**

C'est une méthode de transfert des fichiers entre deux ou plusieurs ordinateurs.

- **Le Gophers**

Ce terme signifie en français « fouiner » ou « être curieux » permet de mettre en ligne des informations composées notamment des textes.

2.2.2- Les services de téléphonie

Ce volet concerne tous les services de téléphonie offerte par le télécentre dans la mesure de sa possibilité.

Entre autres :

- Le service télématique : c'est un service qui offre aux clients l'envoi des appels téléphoniques en intérieur et/ou à l'extérieur. La clientèle aura donc la réception d'appel et la possibilité d'appel des mobiles.

- Le service fax : il se définit comme une téléfax ou une télécopie plus exactement, c'est l'envoi ou la réception d'un document par télécopie d'un endroit vers un autre.

2.2.3- Les services de micro édition

2.2.3.1- La photocopie

La photocopie est la reproduction d'un document par le développement instantané d'un négatif photographique à l'aide d'un appareil appelé « **photocopieur** ».

Voici le schéma montrant la reproduction d'un document

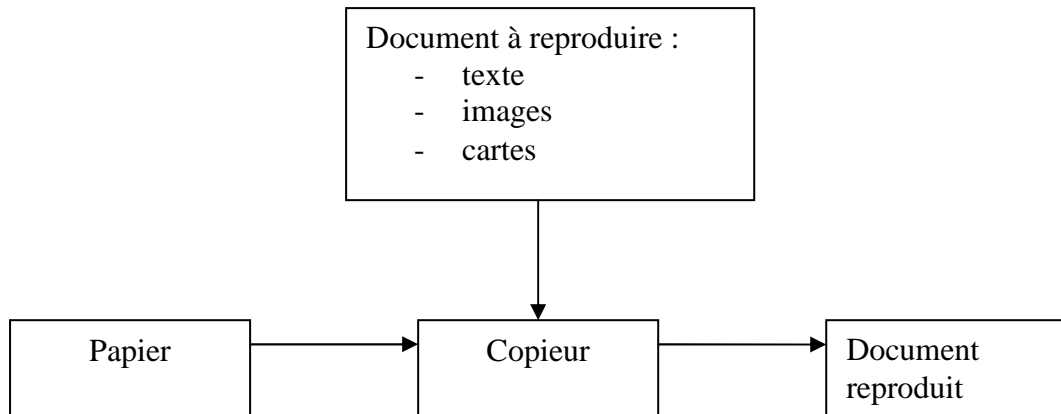


Figure N° 03 : Processus de reproduction de document

2.2.3.2 -La saisie informatique

La saisie se définit comme étant une transcription d'une information en vue de son traitement ou de sa mémorisation. Plus exactement, c'est le traitement de texte manuscrit sur son ordinateur.

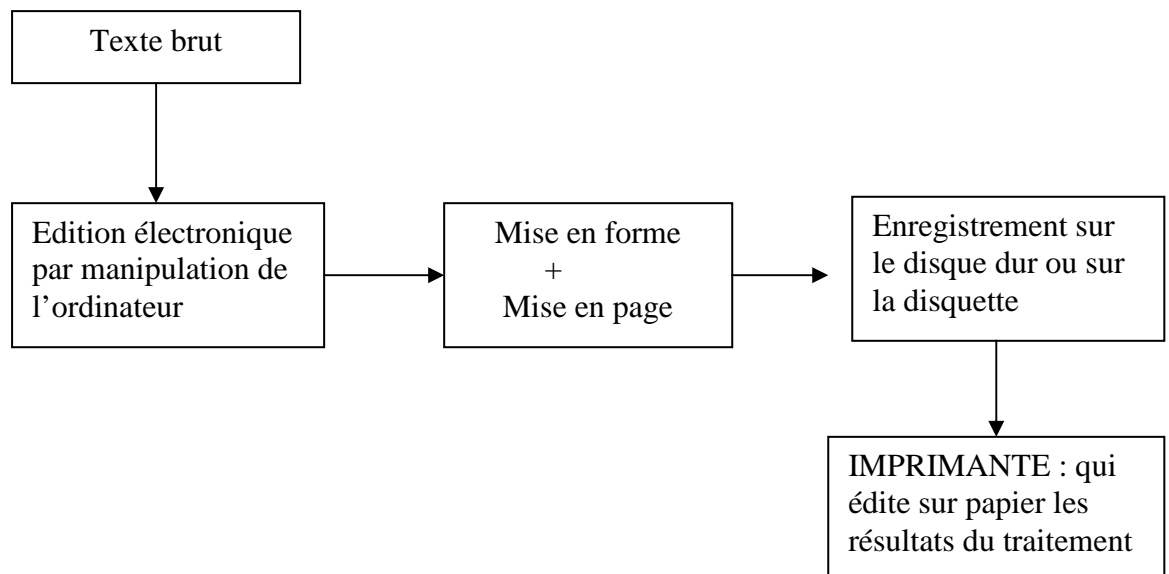


Figure N° 04 : Processus de saisie informatique

2.2.3.3- L'impression

Le texte saisi est considéré comme un produit en cours lorsqu'on veut le faire imprimer. Donc, l'impression est une action sur des papiers le résultat du traitement de texte par un organe périphérique d'un ordinateur appelé « **imprimante** ».

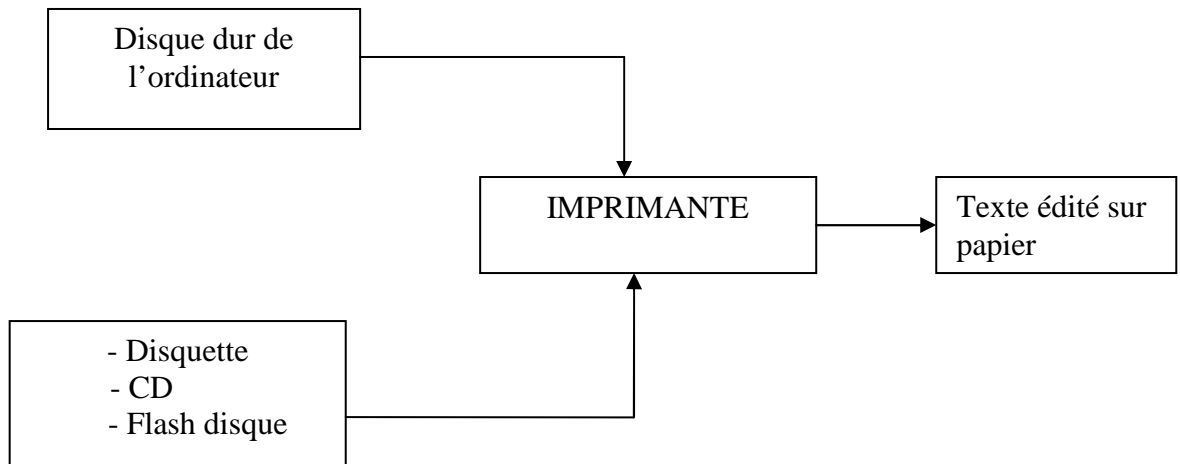


Figure N° 05 : Impression de texte

2.2.3.4 -Le Gravage

C'est un enregistrement numérique de son et/ou de film assisté par un ordinateur c'est-à-dire les images ou le son sont traités ou modifier par un ordinateur pour avoir un meilleur qualité d'image ou de son.

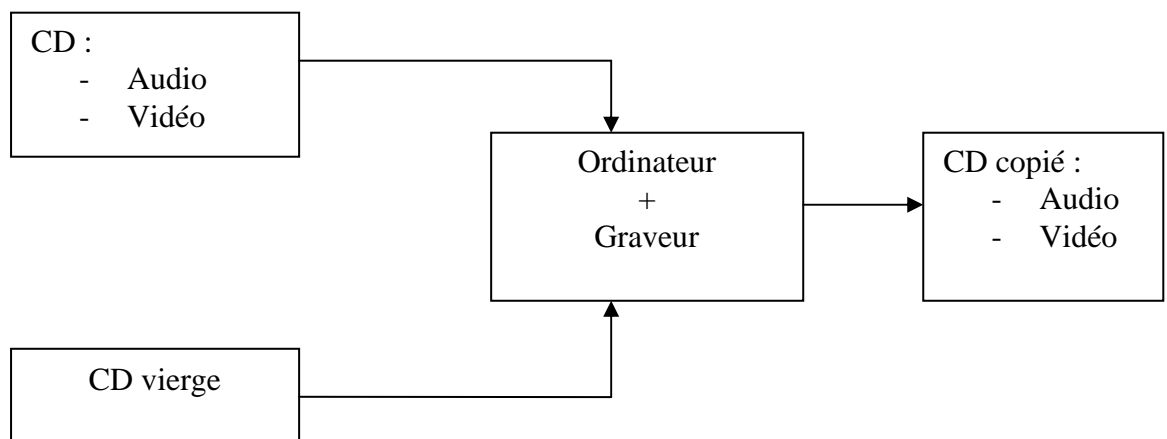


Figure N° 06 : Processus de Gravage

2.2.3.5 Le scanner

Le scanner est en quelque sorte une photocopie numérique car elle permet aussi la reproduction d'un document ou image par le développement d'un négatif photographique.

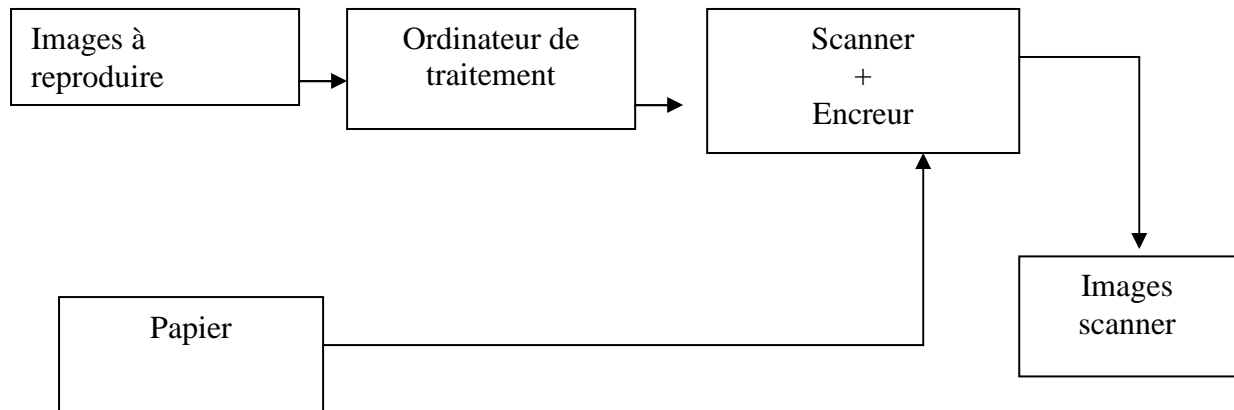


Figure N° 07 : Scannérisation de document

2.2.3.6- La reliure

C'est une action de coudre l'ensemble des feuilles d'un livre et y mettre une couverture rigide.

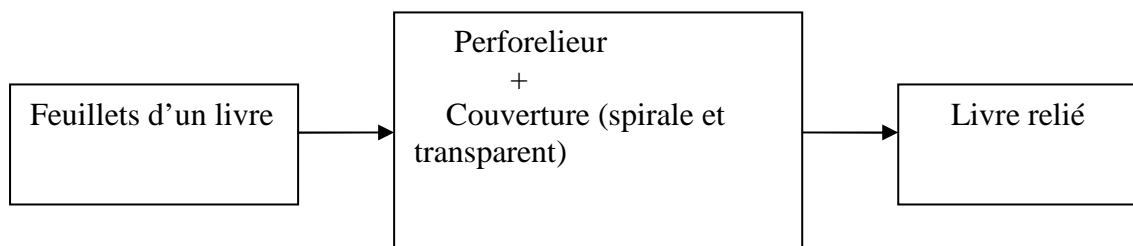


Figure N° 08 : Processus de reliure

SECTION 3 : LES RESSOURCES A METTRE EN ŒUVRE

Pour qu'une entreprise fonctionne normalement, elle a besoin des moyens pour survivre que se soient financiers, matériels ou humains. Pour cela, le diagnostic et l'évaluation de ceux-ci sont nécessaires pour apprécier la compétitivité de l'entreprise aussi pour détecter dans le potentiel de ces moyens, les points forts et les points faibles d'une société.

3.1- Les ressources financières

L'évaluation des besoins à financier et des charges d'exploitation consiste en une valorisation (chiffrage) des grandes options retenues au niveau du projet.

Les ressources financières de l'entreprise sont composées de :

- l'apport personnel du promoteur ;
- l'apport des associés ;
- emprunt à long et moyen terme ;
- et le compte courant du promoteur

3.2- Les ressources matérielles

Le marché de matériels informatiques pour le cas de télécentre est actuellement très large à Madagascar. Il en est de même pour les fournitures consommables, les matériels bureautiques et les pièces de recharge. Il y en a aussi une large gamme de produits d'occasions et neufs, déstockés, importés directement de l'étranger (par exemple USA, Singapour ...) En ce qui concerne les fournisseurs d'exploitation, ils offrent quelques fois un service après vente ; ils proposent aussi un contrat de maintenance et logiciel sur site ou dans les laboratoires afin de pallier, dans le plus bref délai et plus commodément possible pour l'usage, à tout dysfonctionnement de matériels.

Cependant, tout matériel informatique est considéré comme fragile .Dans ce cas, la majorité des fournisseurs mettent des conditions pour la vente et la garantie de toutes les marchandises vendues au départ du magasin, voyage aux risques et périls du destinataire.

Le fournisseur ne peut donc prendre en charge toute négligence, erreur de manipulation ou utilisation anormale et maladroite. Il est parfois hors de garantie toute modification ou transformation mécanique, électronique ou autres apportés à l'équipement ou au dispositif de raccordement par toute tierce personne.

Dans le cas de vol, de perte, de détérioration de pièces due à des chocs ou des dommages électriques, la garantie du fournisseur ne s'applique pas à ces différents cas.

3.3- Les ressources humaines

Ils sont un bien essentiel dans toute organisation et un facteur déterminant de succès. Sans la motivation des personnes, aucun projet important ne se concrétise ou n'obtient de résultats satisfaisants.

Etant donné que le télécentre fait partie des petites et moyennes entreprises (PME), les besoins en effectif ne sont pas énormes.

Nous avons décidé alors de regrouper un certain nombre d'activités sous une même fonction.

En ce qui concerne les mains d'œuvres qualifiées pour la bonne marche de l'entreprise, on aura pas de problèmes car nombreux sont les gens c'est à- dire des techniciens locaux qui maîtrisent parfaitement l'outil informatique à l'heure actuelle grâce aux divers instituts professionnels qui en donnent des formations.

SECTION 5 : LES AUTRES CHARGES LIEES A LA REALISATION

Le choix de la zone d'implantation de ce télécentre s'est porté à Mahitsy par la prise en compte de l'insuffisance des concurrents réels et même l'insuffisance de type de services dans la localité.

L'implantation du télécentre dans cette région de Mahitsy a été face à une demande de la population surtout les élèves (des collèges et des lycées), des étudiants et des travailleurs qui ont besoin de telle offre de ce service.

Pour se faire, l'entreprise construira un local situé au bord de la route et au centre ville valant de Ariary 3 000 000 et un terrain Ariary 1 000 000 pour éviter un loyer qui est trop élevé et devant une charge lourde pour notre entreprise.

CHAPITRE II : CAPACITE DE PRESTATION ENVISAGEE

Par définition, la capacité de prestation correspond à la quantité qu'il est possible de produire techniquement.

L'analyse du prix du produit est alors plus importante car elle nous permet d'établir une prévision sur le chiffre d'affaires en fonction de la quantité produite.

Dans ce chapitre, nous allons voir successivement l'évaluation du chiffre d'affaires et réalisation envisagée, les différents facteurs de réalisation et les aspects qualitatifs et quantitatifs du projet.

SECTION 1 : EVALUATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET PRESTATION ENVISAGEE

1.1-Estimation de la prestation

Etant donné que le télécentre est une firme prestation de service, la quantité de prestation est variable suivant la situation du marché ainsi que la demande.

Généralement, la demande se situe surtout au niveau du service photocopie, les travaux sur ordinateur (saisie et impression de texte) et le service Internet (l'e-mail et le Web), seulement après viendront les autres services qui sont : le service fax, le scanner, le gravage et la reliure.

Nous allons présenter dans un tableau ci- après la prévision de prestation mensuelle.

Tableau N°08 : Estimation mensuelle de l'exploitation de ces services.

TYPES DE SERVICES	PRESTATION ESTIMEE	
	QUANTITE (UNITE)	NOMBRES
Photocopie	Copie	840
Saisie	Page	417
Impression	Page	250
Gravage CD	Pièce	58
Scan	Feuille	17
Internet : connexion	Minute	28400
Fax :		
- envoi régional	Page	25
- envoi international	Page	07
- réception	Page	25
Téléphonie		
- appel Telma- Telma	Minute	125
- appel international	Minute	13
- appel Orange	Seconde	125
Formation		13
Reliure	Feuille	08

Vente :		
- CD vierge	Pièce	25
- Disquette vierge	Pièce	08
- KIKOM :		
• 30 unités	Unité	75
• 60 unités		42
• 120 unités		05
Recharges :		
- Orange :		
• Ar 2000	Seconde	41
• Ar 5000	Seconde	63
• Ar 1000	Seconde	08
- Madacom :	Minute	04
• Ar 2000	Minute	08
• Ar 5000	Minute	
• Ar 10000		-

Pour ce premier mois d'activité, l'Internet s'agit d'un procédé encore méconnu. Néanmoins, nous estimons une utilisation optimale d'environ 950 visiteurs au cours du premier mois en raison d'une connexion de 30 minutes.

Le tableau ci-après nous montre le planning de réalisation sur cinq (05) années d'exercices

Tableau N°09 : Estimation annuelle de l'exploitation pour les cinq ans

TYPES DE SERVICES	Année1	Année 2	Année3	Année 4	Année 5
Photocopie	1000	11000	13000	15000	17000
Saisie	5000	5500	6000	6500	7000
Impression	3000	4000	5000	6000	7000
Gravage CD	700	800	1300	1300	1300
Scan	200	250	300	350	400
Internet	340000	380000	420000	460000	500000
Fax :					
-envoi régional	300	400	500	600	700
-envoi international	80	100	120	140	160
- réception	300	360	420	480	540
Téléphonie :					
-appel Madacom	-	-	1000	1200	1400
-appel Orange	1500	1600	1700	1800	1800
-appel international	160	180	220	220	260
-appel national :					
• Telma- Telma	1500	200	2500	3000	3500
Formation	150	150	150	200	200
Reliure	100	100	100	100	100
Vente :					
-CD vierge	300	400	500	500	500
-Disquette vierge	100	120	140	160	180
-KIKOM :					
▪ 30 unités	900	1000	1100	1200	1200
▪ 60 unités	500	600	700	800	900
▪ 120 unités	60	100	140	180	220
-Recharges :					
• Madacom					
▪ Ar 2000	50	100	300	400	500
▪ Ar 5000	100	200	550	750	925
▪ Ar 10000	-		75	100	150
• Orange					

▪ Ar 2000	500	600	700	800	900
▪ Ar 5000	750	950	1125	1325	1525
▪ Ar 10000	100	100	100	150	150

Ce tableau nous montre que, la meilleure prévision se situe au niveau de l'Internet car il est l'activité principale de notre firme. Tous les autres services à l'exclusion des photocopies, des impressions, des saisies seront en position de monopole.

1.2- Evaluation du chiffre d'affaires

L'évaluation du chiffre d'affaires dans cette optique s'échelonne sur cinq (5) ans. Il est à noter que la consommation de ses produits est très variable.

D'où l'aspect théorique de la quantification que nous allons proposer du fait de certaines contraintes, à savoir :

- d'une part les coupures d'électricité de longue durée, les pannes de machine, les maladies, et la pénurie des matières premières ;
- d'autre part, les instabilités d'ordre politique et économique.

Nous pouvons alors dresser le tableau suivant montrant la prévision du chiffre d'affaires pour les cinq (5) années d'exercices.

Tableau n°10:Prévision du chiffre d'affaires pour les cinq années d'exercices

(Montant en Ariary)

Liste des services	Année1			Année 2			Année 3			Année 4			Année 5		
	QTE	PU	Montant	QTE	PU	Montant	QTE	PU	Montant	QTE	PU	Montant	QTE	PU	Montant
Photocopie	10000	50	500000	11000	60	660000	13000	60	780000	15000	60	900000	17000	60	1020000
Saisie	5000	600	3000000	5500	700	3850000	6000	700	4200000	6500	600	3900000	7000	800	5600000
Impression	3000	400	1200000	4000	500	2000000	5000	500	2500000	6000	600	3600000	7000	600	4200000
Gravage CD	700	1200	840000	800	1400	1120000	1300	1400	1820000	1300	1500	1950000	1300	1500	1950000
Scan	200	1400	280000	250	1500	375000	300	1500	450000	350	1600	560000	400	1600	640000
Internet (mn)	340000	30	10200000	380000	30	11400000	420000	40	16800000	460000	40	18400000	500000	40	20000000
Fax: -envoi régional	300	3500	1050000	400	4000	1600000	500	4000	2000000	600	4500	2700000	700	4500	3150000
- envoi international	80	4500	360000	100	5000	500000	120	5000	600000	140	5500	770000	160	5500	880000
- réception	300	800	240000	360	1000	360000	420	1000	420000	480	1500	720000	540	1500	810000
Téléphonie : - Appel Madacom			0			0	1000	500	500000	1200	500	600000	1400	500	700000
- Appel Orange	1500	400	600000	1600	400	640000	1700	500	850000	1800	500	900000	1800	500	900000
- Appel international	160	2500	400000	180	2600	468000	220	2600	572000	220	2700	594000	260	2700	702000
- Appel Telma - Telma	1500	300	450000	2000	300	600000	2500	300	750000	3000	300	900000	3500	300	1050000
Formation	150	15000	2250000	150	20000	3000000	150	20000	3000000	200	25000	5000000	200	25000	5000000
Reliure	100	1200	120000	100	1200	120000	100	1400	140000	100	1500	150000	100	1600	160000
Vente: - CD vierge	300	1000	300000	400	1000	400000	500	1200	600000	500	1200	600000	500	1200	600000
- Disquette vierge	100	1000	100000	120	1000	120000	140	1200	168000	160	1200	192000	180	1200	216000
- KIKOM: * 30 unités	900	3000	2700000	1000	3000	3000000	1100	3000	3300000	1200	3000	3600000	1200	3000	3600000
* 60 unités	500	6000	3000000	600	6000	3600000	700	6000	4200000	800	6000	4800000	900	6000	5400000
* 120 unités	60	12000	720000	100	12000	1200000	140	12000	1680000	180	12000	2160000	220	12000	2640000
Recharges Orange:- Ar 2000	500	2000	1000000	600	2000	1200000	700	2000	1400000	800	2000	1600000	900	2000	1800000
- Ar 5000	550	5000	2750000	750	5000	3750000	925	5000	4625000	1125	5000	5625000	1325	5000	6625000
- Ar 10000	100	10000	1000000	100	1000	100000	100	1000	100000	150	10000	1500000	150	10000	1500000
Recharges Madacom:- Ar 2000	50	2000	100000	100	2000	200000	300	2000	600000	400	2000	800000	500	2000	1000000
- Ar 5000	100	5000	500000	200	5000	1000000	250	5000	1250000	425	5000	2125000	625	5000	3125000
- Ar 10000			0	50	10000	500000	75	10000	750000	100	10000	1000000	150	10000	1500000
Total			33660000			41763000			54055000			65646000			74768000

D'après ce tableau, on constate que parmi ces services offerts par notre entreprise, le 38% du chiffre d'affaires proviennent du service vente pour sa première année d'activité, ensuite 29,42% du chiffre d'affaires annuels pour le service internet. Mais, nous pourrions réviser nos prix au fur et à mesure de la fréquentation ou garder ce prix de Ar 30 par minute.

Pour les services photocopies, impressions et saisies, il ressort de ce tableau que 13,56% du chiffre d'affaires annuels proviennent de ces services ; 8.94% pour les téléphonies et fax ; et 6.84% pour les autres services.

En résumé, il est clair que **le service vente** constitue l'un des services qui rentabilise le plus l'entreprise avec un chiffre d'affaires de Ar 13170000.

SECTION 2 : ACHATS PREVISIONNELS

Il représente les dépenses en matières consommables produit de l'entreprise.

Pour la bonne marche de notre activité, on en parlera en terme d'achat l'approvisionnement en matières consommables, les fournitures informatiques et le règlement des diverses factures des fournisseurs d'accès et/ou d'énergie.

Le tableau ci-dessous nous montre ces dépenses durant les cinq années d'exercices.

Tableau n°11 : Prévion annuelle des achats

(Montant en Ariary)

Année Eléments	Année1			Année 2			Année 3			Année 4			Année 5		
	QTE	PU	Montant	QTE	PU	Montant	QTE	PU	Montant	QTE	PU	Montant	QTE	PU	Montant
Encre photocopieur	6	48000	288000	6	48000	288000	8	50000	400000	8	50000	400000	8	50000	400000
Encre Imprimante Laser							1	450000	450000				1	450000	450000
Encre Imprimante Hp office jet	2	90000	180000	2	90000	180000	3	100000	300000	3	100000	300000	3	100000	300000
Feuilles Rame A4	26	6000	156000	30	6000	180000	36	7000	252000	42	7000	294000	48	7000	336000
Agrafes	5	600	3000	5	600	3000	6	600	3600	6	600	3600	6	600	3600
Spirales	1	15000	15000	1	15000	15000	1	16000	16000	1	16500	16500	1	17000	17000
Rhodoïde	1	15000	15000	1	15000	15000	1	16000	16000	1	16500	16500	1	17000	17000
Couvertures	1	15000	15000	1	15000	15000	1	16000	16000	1	16500	16500	1	17000	17000
CD vierge	1000	550	550000	1200	550	660000	1800	600	1080000	1800	600	1080000	1800	600	1080000
Disquette vierge	100	500	50000	120	500	60000	140	600	84000	160	600	96000	180	600	108000
Kikom: - 30 Unités	900	2790	2511000	1000	2790	2790000	1100	2790	3069000	1200	2790	3348000	1200	2790	3348000
- 60 unités	500	5580	2790000	600	5580	3348000	700	5580	3906000	800	5580	4464000	900	5580	5022000
- 120 unités	60	11160	669600	100	11160	1116000	140	11160	1562400	180	11160	2008800	220	11160	2455200
Recharges Orange:- Ar 2000	500	1940	970000	600	1940	1164000	700	1940	1358000	800	1940	1552000	900	1940	1746000
- Ar 5000	800	4800	3840000	1000	4800	4800000	1200	4800	5760000	1400	4800	6720000	1600	4800	7680000
- Ar 10000	100	9600	960000	100	9600	960000	100	9600	960000	150	9600	1440000	150	9600	1440000
Madacom:- Ar 2000	50	1880	94000	100	1880	188000	200	1880	376000	300	1880	564000	400	1880	752000
- Ar 5000	100	4550	455000	200	4550	910000	600	4550	2730000	800	4550	3640000	1000	4550	4550000
- Ar 10000			0	50	9100	455000	75	9100	682500	100	9100	910000	150	9100	1365000
			13561600			17147000			23021500			26869900			31086800

SECTION 3: ASPECTS QUALITATIFS ET QUANTITATIFS

Du point de vue qualitatif et quantitatif, la considération entre ces deux aspects (qualitatif, quantitatif) est un moyen d'éviter les obstacles majeurs comme la démarche commerciale difficile, les pannes de rebuts de production, le gaspillage des ressources de l'entreprise.

Elle permet de combler les besoins de trois acteurs principaux dans lesquels s'agissent de satisfaire tout d'abord l'exploitant qui recherche un rendement sur ses investissements ; ensuite les clients qui veulent des services correspondant à leurs attentes ; et enfin, les employés qui souhaitent améliorer leurs vies.

Pour assurer ces aspects qualitatif et quantitatif, quatre conditions seront à mettre en œuvre à savoir :

- la conception par analyses qualitatives et quantitatives
- le marketing pour la réalisation d'étude de marché, la connaissance de la clientèle et des concurrents.
- la maîtrise de la production par le contrôle et le cercle de quantité
- la maintenance de la logistique, les diagnostics et la surveillance.

La gestion de ces aspects qualitatif et quantitatif nous permettra d'éliminer les mauvaises qualités qui emmènent les clients à ne plus consommer les produits conduisant à faire des dépenses inutiles.

Après avoir étudié la capacité de réalisation envisagée, nous allons entamer maintenant le dernier chapitre qui s'intitule « études organisationnelles du projet ».

CHAPITRE III : ETUDES ORGANISATIONNELLES

Dans le chapitre précédent, nous sommes demandés sur la capacité de production envisagée par l'entreprise ainsi que ses prévisions de production de vente et ses achats prévisionnels. L'objectif principal est le développement du secteur de la télécommunication dans la région de Mahitsy.

Dans cette rubrique, nous allons nous intéresser à l'organisation administrative, l'organisation des ressources humaines, la gestion du personnel et l'organisation du travail en examinant la façon dont l'entreprise structure et gère ses activités.

SECTION 1 : ORGANIGRAMME ENVISAGE

1.1-Structure organisationnelle

La conception de l'organisation est le processus par lequel le management prévoit et détermine la structure et la forme du système de communication, d'exercice, de l'autorité et de répartition des responsabilités qui permettent à l'organisation d'atteindre ses objectifs.

En tant qu'entreprise prestataire de service, nous envisageons une structure organisationnelle simple mais efficace, capable de satisfaire la clientèle en matière de service.

A part le Gérant et le secrétaire comptable, nous embaucherons deux personnes comme agents opérateurs qui occuperont à la fois le service micro édition et le service Internet, elles garantiront le fonctionnement de ce service par l'accueil et l'assistance de la clientèle en cas de besoin.

Un technicien de haut niveau s'occupera du service maintenance (prestation assurant une disponibilité véritable des équipements qui nécessitent un entretien), et la suspension des activités des agents opérateurs, il sera en même temps responsable des prestations des services extérieurs.

Cependant, nous exigeons que ces agents opérateurs sachent manipuler les différentes machines en cas de besoin. Par contre, pour éviter le conflit entre personnel et la sécurisation des outils de travail, nous avons décidé d'attribuer à chaque service des responsables.

1.2-Organigramme type

C'est un schéma représentant l'organisation générale au sein d'une entreprise. En voici celui que nous envisageons pour l'exploitation du télécentre est donné par :

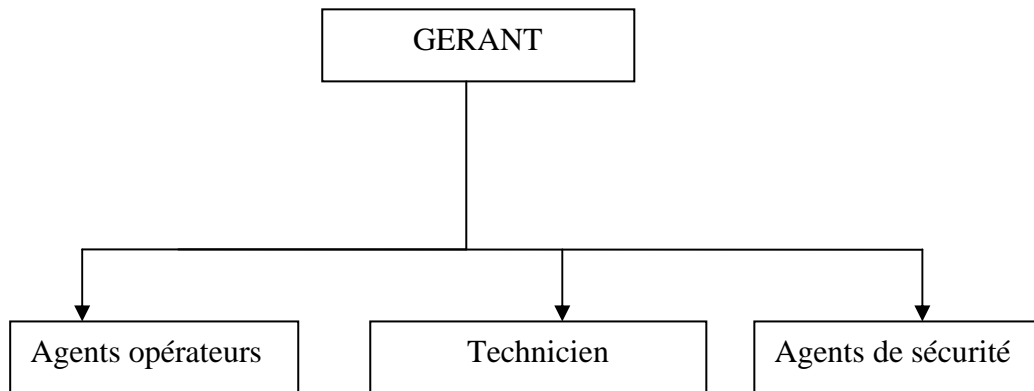


Figure N° 09 : Organigramme pour les deux premières années

Cette représentation structurelle est simple c'est-à-dire qu'il n'y a que deux niveaux hiérarchiques dans l'organigramme pour les deux premières années.

Il est à noter que le secrétaire comptable ne sera recruté qu'à la troisième année d'exploitation, ce poste sera donc assuré par le Gérant pour l'année précédente, en plus nous allons recruter aussi un agent pour renforcer l'équipe de notre projet.

Voyons donc la représentation finale de l'organigramme ci- après :

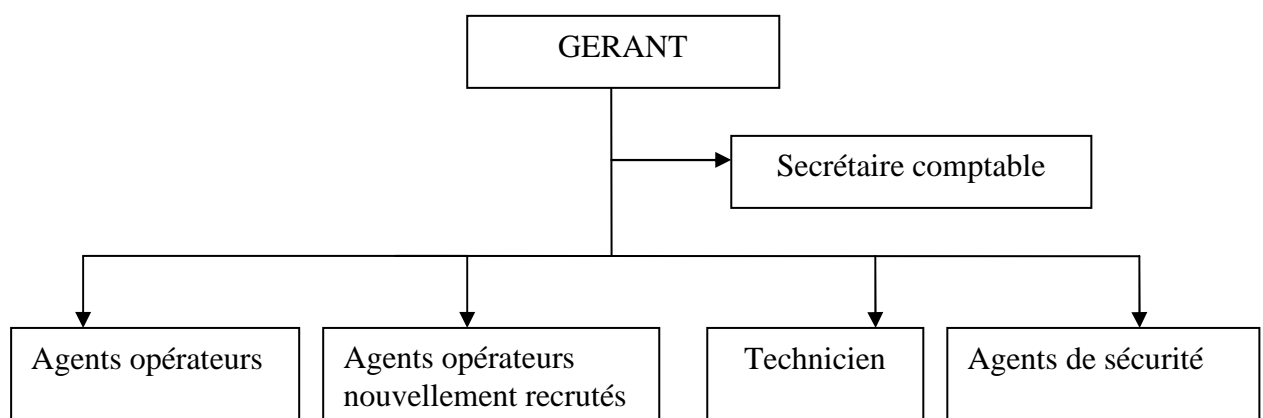


Figure N° 10 : Organigramme à partir de l'année trois

SECTION 2 : ORGANISATION ADMINISTRATIVE

2.1-Organisation juridique

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

Les sociétés commerciales (société de capitaux ou société individuelle y compris les sociétés par action et les sociétés à responsabilité limitée) sont régies par la loi du 07 Mars 1925. Le texte a pris ses sources dans le droit français.

La procédure de création de société dépend de son statut juridique. Toutefois, les points essentiels sont :

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

2.2-Statut juridique de l'entreprise

- Dénomination sociale : TELECENTRE dénommé « **NEW- TECH** »
- Forme juridique : Société à Responsabilité Limitée (SARL)
- Capital social : Ar 8 397 516
- Objet : Centres multimédias
- Siège social : Mahitsy
- Nombre des associés : 03

2.3- Attribution des tâches

Elle décrit les responsabilités et les profils exigés pour le personnel du télécentre. Ils doivent avoir deux ans d'expériences.

2.3.1- Le Gérant

Cette fonction est à la tête de l'entreprise. Elle assure :

- L'élaboration de la politique générale et des stratégies de l'entreprise ;
- La recherche de financement nécessaire ;

- La gestion du personnel ;
- La bonne marche de la firme ;
- Les relations extérieures ;
- Et l'harmonisation et la coordination du travail.

2.3.2- Le secrétaire comptable

Le secrétaire comptable est en liaison fonctionnelle avec le Gérant.

Responsabilités :

- réception des documents destinés à la comptabilité ;
- enregistrement de toutes les opérations comptables ;
- tenue des livres et imputations comptables
- préparation des états de rapprochement bancaire ;
- tenue des fiches de stocks comptables
- préparation des déclarations obligatoires (TVA, CNaPS, OSIE.....)

Profil :

- Bac +3 minimums en COMPTABILITE
- Bonne maîtrise des outils informatiques
- Maîtrise parfaite du logiciel CIEL COMPTA
- Bonne capacité de l'organisation et de communication
- Bonne maîtrise du français et l'anglais serait un atout.

2.3.3- Agents opérateurs

Ils sont les premiers responsables dans ce domaine.

Responsabilités :

- assumer le service concernant le micro édition et la téléphonie ;
- assurer l'envoi des messages électroniques vers les autres utilisateurs l'Internet et la réception des courriers ;
- faciliter la connexion sur les sites Web ;
- guider les clients qui ne sont pas habitués à manipuler l'Internet c'est-à-dire les aider à naviguer sur le web et à s'en servir ;
- et enfin, gérer l'envoi des documents télécopiés.

Profil :

- Niveau Bacc minimum
- Très bonne connaissance en informatique
- Parlant et rédigeant le français et l'anglais sera un atout
- Avoir le sens de l'organisation, disponible, intègre, ses de relation humaine.

2.3.4- Technicien

Il stipule le suivi et le contrôle des machines.

Responsabilités :

- la gestion adéquate à l'utilisation optimale des machines ;
- la gestion du programme de maintenance et la tenue des fiches techniques des machines ;
- la survie et le contrôle de la bonne marche des machines ainsi que la maintenance des matériels ;
- et enfin, la relation avec les fournisseurs de matériels d'exploitation (en cas de contrat de maintenance de logiciel dans le laboratoire) ;

Profil :

- Bacc + 2 minimum en maintenance informatique et entretien
- Avoir un diplôme d'études en HARDWARE des outils informatiques
- Justifier de bonnes expériences en SOFTWARE
- Maîtrise parfaite du français et anglais
- Sens de travail d'équipe, dynamique et rigoureux

2.3.5- Gardien

Il assure la sécurité maximum à l'intérieur et à l'extérieur du site d'implantation.

Profil :

- Niveau BEPC minimum
- Avoir des connaissances techniques de self défense
- Honnête, loyal, intègre, sens de travail d'équipe

SECTION 3 : CHRONOGRAMME DES ACTIVITES

3.1- Déroulement de l'activité

Tout comme les entreprises prestataires de service exerçant cette activité, nous envisageons de travailler six jours par semaine (jour ouvrable) sans interruption sauf en cas de panne (machine ou réseau), de coupure électrique...

L'entreprise travaillera 12 mois par an et un planning de congé sera mis en place chaque début de l'année. Ainsi, nous fixerons l'heure d'ouverture de 8 heures à 19 heures du lundi au samedi. Ce qui fait 11 heures de travail par jour. Toutefois, un système de rotation sera mis en place pour le personnel pour le respect du code de travail qui stipule que la durée légale de travail d'un employé ne peut excéder 40 heures par semaines.

3.2- Recrutement du personnel

Selon le planning des activités préalables dans le calendrier de mise en œuvre, le recrutement se déroulera 2 mois avant la mise en service du télécentre, pour une adaptation et une création d'un esprit d'équipe au sein du milieu professionnel

Le tableau suivant récapitule le salaire du personnel ainsi que leur fonction respective, le nombre des employés à embaucher et leur évolution

Tableau N° 12 : Charges de personnel pour le premier mois

Poste	Effectif	Salaire mensuel/Personne	Salaire Total
Gérant	1	240 000	240 000
Agents opérateurs	2	90 000	180 000
Technicien	1	130 000	130 000
Gardien	1	80 000	80 000
Total	5		650 000

Le télécentre dispose pour la première année d'exploitation de cinq salariés. En fonction du développement et la croissance des activités, l'évolution de l'effectif se présente comme suit :

Tableau N° 13 : Tableau de l'évolution de l'effectif sur cinq (05) ans

POSTES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	01	01	01	01	01
Secrétaire comptable	-	-	01	01	01
Agents opérateurs	02	02	03	03	03
Technicien	01	01	01	01	01
Gardien	01	01	01	01	01
TOTAL	05	05	07	07	07

Suite à l'augmentation du client, nous procéderons à une embauche d'un autre agent opérateur afin de privilégier la zone d'implantation et un secrétaire comptable à partir de l'année3.

3.3- Politique de formation du personnel

« Les pays où les résultats sont des meilleurs en termes d'emploi sont ceux qui ont les systèmes de formation les plus greffés sur la réalité économique et les besoins des entreprises ». J. C. Paye, Secrétaire Général de l'OCDE.

Pour l'entreprise, la formation est un moyen d'accroître les compétences de ses salariés et de renforcer ainsi leur degré d'adaptation à leur poste ou à leur environnement.

Le plan de formation sert à déterminer les besoins et à envisager les méthodes appropriées pour sa bonne réalisation, vu que la firme se doit d'optimiser la performance et l'efficacité de ses personnels pour la recherche de la stabilité escomptée.

3.4- Motivation du personnel

Le terme « motivation » sert à désigner les forces qui agissent sur une personne ou en elle-même, pour la pousser à se conduire d'une manière spécifique orientée vers un objectif.

L'un des principes de base du management est que le rendement d'une personne est fonction de son niveau de compétence et de motivation.

En effet, les motifs spécifiques auxquels obéissent les employés dans leur travail affectent leur productivité, nous prévoyons donc une hausse de salaire de 5 % dès la deuxième année pour les agents opérateurs, le technicien et l'agent de sécurité.

On peut donc consigner dans le tableau ci-dessous les montants des charges de personnel permanent pour les cinq (05) années successives :

Tableau N° 14 : Charges de personnel (montant en Ariary)

Poste	Charges annuelles				
	Année1	Année2	Année 3	Année4	Année5
Gérant	2 880 000	2 880 000	2 880 000	2 880 000	2 880 000
Secrétaire comptable			1 200 000	1 200 000	1 200 000
Agents opérateurs	2 160 000	2 160 000	2 268 000	2 268 000	2 268 000
Agent opérateur nouvellement recruté			1 080 000	1 080 000	1 080 000
Technicien	1 560 000	1 560 000	1 638 000	1 638 000	1 638 000
Gardien	960 000	960 000	1 008 000	1 008 000	1 008 000
Total 1	7 560 000	7 560 000	10 074 000	10 074 000	10 074 000
Cnaps (13%)	982 800	982 800	1 309 620	1 309 620	1 309 620
Ostie (5%)	378 000	378 000	503 700	503 700	503 700
Total 2	1 360 800	1 360 800	1 813 320	1 813 320	1 813 320
Total 3 (3=1+2)	8 920 800	8 920 800	11 887 320	11 887 320	11 887 320

A partir de la troisième année, nous procéderons à une embauche d'un autre agent opérateur afin de privilégier la zone d'implantation et le recrutement du secrétaire comptable.

Nous n'avons prévu une augmentation pour le Gérant, il bénéficiera du résultat positif de la société.

Pour l'entreprise, les charges patronales sont les suivantes :

- 13 % pour la CNaPS
- 5 % pour l'OSIE

Le montant de la première année se calcule comme suit:

$$\text{Salaire annuel} = \text{Salaire mensuel} \times 12$$

La troisième année est marquée par une augmentation de 5 % sur la masse salariale pour chaque poste. Donc, le calcul devient :

$$\text{Salaire mensuel à partir de l'année 3} = [\text{Salaire mensuel} + (5\% \times \text{salaire mensuel})]$$

3.5- Détail de calcul des charges patronales et sociales

3.5.1- Répartition de l'Impôt Général sur le Revenu (I.G.R.)

L'Impôt Général sur le Revenu est un impôt mensuel perçu sur les salaires des personnes physiques au profit du budget général de l'Etat. Le versement d'IGR doit s'effectuer dans le 15 jours du mois suivant. Il s'agit d'une retenue mensuelle n'excédant pas la somme de Ar 1000 « sur imprimé N° 256 » établi en quatre exemplaires.

Tableau N° 15 : Le calcul d'IGR (montant en Ariary)

Revenus	Taux	Montant	cumul
0 à 50 000		300	300
50200 à 100000	5	2500	2800
100200 à 200000	15	15000	17800
200200 à 300000	25	25000	42800
Plus de 300000	30		

Mode de calcul :

$$42800 + (240000 - 200000) \times 15\% = 48\,800$$

$$[2800 + (90000 - 50000) \times 15\%] \times 2 = 17\,600$$

$$17800 + (130000 - 100000) \times 15\% = 22\,300$$

$$2800 + (80000 - 50000) \times 15\% = 7\,300$$

Pour les nouveaux recrutés

$$2800 + (100000 - 50000) \times 15\% = 10\,300$$

$$2800 + (90000 - 50000) \times 15\% = 8\,800$$

Tableau N° 16 : Montant de l'IGR pendant les cinq années d'exercices (montant en Ariary)

Poste	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	585 600	585 600	585 600	585 600	585 600
Secrétaire comptable			123 600	123 600	123 600
Agents opérateurs	211 200	211 200	227 400	227 400	227 400
Agent opérateur nouvellement recruté			105 600	105 600	105 600
Technicien	267600	267600	279300	279300	279300
Gardien	87600	87600	94800	94800	94800
TOTAL	1 152 000	1 152 000	1 416 300	1 416 300	1 416 300

L'IGR à payer pour les années 01 et 02 est le même d'où IGR= Ar 1188000 / année (soit 99000x12).

Tandis que l'IGR pour les années 03, 04, et 05 s'élève à Ar 118100, donc IGR = Ar 1417200 / année (soit 118100x12)

Tableau N° 17 : Calcul de l'impôt

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année4	Année 5
Droit d'enregistrement	400000				
Vignette automobile	2400	2400	2400	2400	2400
	1 152	1 152	1 416	1 416	1 416
IGR	000	000	300	300	300
Autres impôts et taxes	20000	20000	20000	20000	20000
Total	1574400	1174400	1438700	1438700	1438700

CONCLUSION PARTIELLE

Cette partie a été consacrée aux différents processus de prestation pour la réalisation du projet et ce, compte tenu des moyens mis en œuvres.

C'est cette deuxième partie qui constitue le point focal de l'investissement et qui nous a indiqué les éléments moteurs du projet qui restent à savoir la recherche et la détermination des éléments vitaux.

Quant à la troisième partie, elle concernera l'étude financière

TROISIEME PARTIE

TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET

Comme tout projet, il nécessite un appui financier tant au crédit d'investissement qu'au crédit de fonctionnement. La réalisation du projet a besoin d'un emprunt financier aux investisseurs étrangers comme le bailleur de fonds.

La confiance des investisseurs dépend de la régularité de l'utilisation des crédits demandés et surtout de la rentabilité du projet.

Les ressources financières occupent une place importante dans une firme. En tant que futur gestionnaire, spécialisé en Finances et Comptabilité, nous intégrerons dans notre recherche l'étude et l'analyse de la situation financière de l'entreprise à un instant donné, compte tenu de ses perspectives d'avenir.

Dans cette partie, nous pouvons fournir les documents nécessaires pour analyser la situation économique du projet.

Cette partie comporte alors trois grandes parties :

- les investissements nécessaires et le compte de gestion
- l'étude de faisabilité
- et l'évaluation et l'impact du projet

CHAPITRE 1 : LES INVESTISSEMENTS NECESSAIRES ET LE COMPTE DE GESTION

L'exécution du projet est d'abord technique mais il ne peut pas être élaboré sans la mobilisation des capitaux nécessaires à l'exploitation.

Dans ce chapitre, nous allons évaluer les investissements nécessaires et déterminer le fonds de roulement initial puis le plan de financement ainsi que le tableau des amortissements et remboursement de dettes, et enfin le compte de gestion.

SECTION 1 : NATURE ET COUT DES IMMOBILISATIONS

Cette section recense les immobilisations incorporelles et corporels nécessaires à l'exploitation.

1.1-Immobilisation incorporelle

Pour l'entreprise, il s'agit des dépenses engagées au moment de sa constitution et à l'acquisition des moyens nécessaires à l'exploitation. C'est le frais d'établissement. Il est estimé à Ar 600 000.

1.2- Immobilisations incorporelles

Ce sont les matériels indispensables à la réalisation de ces travaux de télécentre.

- **Terrain** : Nous disposons d'un terrain de 100 m² pour planter et pour construire les bâtiments du télécentre. Le coût d'acquisition est évaluée à Ar 1000 000 soit Ar 10 000 le m².

- La construction :

Trois bâtiments sont nécessaires à l'exploitation :

- La première pour l'accueil des clients
- La deuxième pour le bureau du personnel
- Pour le gardien

Le coût de la construction s'élève à Ar 3 000 000.

- Matériel de transport :

On achètera une voiture d'occasion en bon état Renault Express pour assurer l'acheminement des différentes courses faites par l'entreprise. Elle est évaluée à Ar 3 400 000.

- Agencement, aménagement et installation (A .A.I.).....Ar 960 000

Tableau N° 18 : Agencement, Aménagement et Installation (montant en Ariary)

Désignation	Montant
Eau et Electricité	500 000
Téléphone et Fax	260 000
Réseau	200 000
Total	960 000

- Matériel et Mobilier de Bureau (M.M.B.).....Ar 1 334 000

Tableau N° 19 : Matériel et Mobilier de Bureau (montant en Ariary)

Désignation	QTTE	P.U	Montant
Chaises	10	16 000	160 000
Tables ordinateurs	5	54 000	270 000
Tables de bureau	2	60 000	120 000
Armoire	1	150 000	150 000
Coffre	1	300 000	300 000
Téléphone fixe	1	85 000	85 000
Téléphone portable	2	120 000	240 000
Agrafeuse	2	4 500	9 000
Total			1 334 000

- Matériel informatique.....Ar 7 039 000

Tableau N° 20 : Matériel informatique**(Montant en Ariary)**

Désignation	QTTE	P.U	Montant
Imprimante+ Photocopie couleur+ scanner+Fax+Téléphone avec combiné	1	480 000	480 000
Imprimante laser Noir et Blanc (HP 1020 Laser Jet)	1	450 000	450 000
Machine à reliure (DOWBING P 100)	1	487 000	487 000
Machine photocopieuse	1	460 000	460 000
Graveur CD (Gigabit)	1	65 000	65 000
Onduleur (600VA IN LINE)	5	95 000	475 000
ordinateur (Intel Pentium IV 2,4 Ghz)	5	880 000	4 400 000
RAM DDR (256 Mo)	1	82 000	82 000
Disque Dur (40 Go ATA)	1	140 000	140 000
Total			7 039 000

1.3- Récapitulation des immobilisations

Le tableau suivant récapitule les investissements du projet.

Tableau N° 21 : Récapitulation des immobilisations (montant en Ariary)

Désignation	Montant
Frais d'établissement	600 000
Terrain	1 000 000
Construction	3 000 000
Matériel de Transport	3 400 000
Aménagement, Agencement, Installation	960 000
Matériels Informatiques	7 039 000
Matériel et mobilier de bureau	1 334 000
Total	17 333 000

SECTION 2 : LE FONDS DE ROULEMENT

Le fonds de roulement concerne le montant nécessaire pour couvrir toutes les charges au moment du démarrage de l'activité jusqu'à la première vente, qui est dans notre projet le mois Janvier de l'année 1.

Elle est constituée par :

- les achats et autres achats
- les charges externes et les autres charges externes
- les impôts et taxes
- les charges salariales

Tableau N° 21 : Fonds de roulement de la société pour le premier mois d'activité (montant en Ariary)

Désignation	Montant
Achat	1 087 633
Autres achats	125 000
Charges externes	411 667
Impôts et Taxes	402 400
Charges de personnel	743 400
Autres charges	58 750
Total	2 828 850

D'après ce tableau, le fonds de roulement de l'entreprise pour le premier mois d'activité s'élève à Ar 2 828 850. Pour ce projet, nous prévoyons le fonds de roulement d'un mois pour un mois pour un montant total de Ar 2 828 850 afin d'assurer la viabilité du projet.

SECTION 3 : TABLEAU DES AMORTISSEMENTS

3.1- Notion d'amortissement

Amortir un bien signifie que l'on a acquis un bien à une valeur d'achat et que l'on intègre dans les comptes annuels de l'entreprise la dépréciation de cette valeur.

L'amortissement signifie donc une réduction irréversible répartie sur une période déterminée, du montant porté à certains postes du bilan.

Il y a deux types d'amortissements :

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

Nous allons appliquer le principe de l'amortissement linéaire. Le montant des amortissements se calcule comme suit :

$$a = \frac{V O}{n}$$

avec : a : amortissement

Vo : valeur d'origine

n : durée d'utilité

3.2- Tableau d'amortissement

Tableau N° 23 : Tableau d'amortissement des immobilisations (montant en Ariary)

Désignation	Valeur d'origine (VO)	Taux (%)	Annuité	VNC
Frais d'établissement	600 000	33,1/3	200 000	400 000
Construction	3 000 000	5	150 000	2 850 000
Matériel de Transport	3 400 000	20	680 000	2 720 000
AAI	960 000	10	96 000	864 000
MMB	7 039 000	10	703 900	6 335 100
Matériels Informatiques	1 334 000	10	133 400	1 200 600
Total	16 333 000		963 300 ¹	14 369 700

VCN : Valeur Comptable Nette

Tableau N° 24 : Amortissement des immobilisations pendant cinq ans (montant en Ariary)

Désignation	VO	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Frais d'établissement	600 000	200 000	200 000	200 000		
Construction	3 000 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Matériel de Transport	3 400 000	680 000	680 000	680 000	680 000	680 000
AAI	960 000	96 000	96 000	96 000	96 000	96 000
MMB	1 334 000	133 400	133 400	133 400	133 400	133 400
Matériels Informatiques	7 039 000	703 900	703 900	703 900	703 900	703 900
Total	16 333 000	1 963 300	1 963 300	1 963 300	1 763 300	1 763 300

Nous tenons à déterminer d'une manière précise que notre remboursement commence dès la deuxième année. Nous constatons ici que les intérêts diminuent chaque année ce qui induit l'augmentation annuelle de l'amortissement.

SECTION 4 : PLAN DE FINANCEMENT

4.1- Définition

Le plan de financement est un état financier au même titre que le bilan et le compte de résultat. Il recense les emplois stables et les ressources stables en expliquant les variations du fonds de roulement et de la trésorerie.

4.2-Plan de financement proprement dit

Pour l'entreprise, les ressources de financement au moment de la démarrage se présente comme suit :

- Apport propre : 45.53% soit Ar 9 444 735
- Emprunt : 54.46% soit Ar 11 000 000

Ces apports sont de natures diverses que nous allons illustrer comme suit :

- Apport en nature : Ar 1 000 000
- Apport en numéraire : Ar 8 444 735

Tableau N° 25 : Illustration du plan de financement (montant en Ariary)

Emplois	Montant	Ressources	Montant
Immobilisations	17 333 000	Apport personnel	9 444 735
FRI	2 828 850	Emprunt	11 000 000
Imprévus (FRI)*10%	282 885		
Total	20 444 735	Total	20 444 735

SECTION 5 : Tableau de remboursement des dettes

5.1- Définition

Le tableau de remboursement des dettes est un tableau récapitulatif qui inscrit pour chaque année l'annuité du capital non remboursé et l'amortissement.

Ces caractéristiques sont les suivantes :

- Montant emprunté : Ar 11 000 000
- Taux d'intérêt : 20%
- Début de remboursement : 1 an après la date de mise en activité

Présentation des formules qui nous servent à calculer l'annuité :

1) L'intérêt

$$\text{Intérêt} = \text{Capital restant dû} \times \text{taux d'emprunt}$$

2) Capital restant dû

$$\text{Capital restant dû} = \text{Capital au début de la période} - \text{Amortissement de l'année}$$

3) Amortissement

$$a = V_0 \times \frac{i}{1 - (1+i)^{-n}}$$

4) Annuité

$$\text{Annuité} = \text{amortissement} + \text{Intérêt}$$

Avec :

a : Amortissement

V_0 : Valeur d'origine

i : Intérêt

n : Durée de remboursement

Tableau n°26 : Remboursement des dettes

(montant en Ariary)

Année	Capital restant dû en début de période	Intérêts (20%)	Amortissements	Annuité	Capital en fin de période
2	11 000 000	2 200 000	2 750 000	4 950 000	8 250 000
3	8 250 000	1 650 000	2 750 000	4 400 000	5 500 000
4	5 500 000	1 100 000	2 750 000	3 850 000	2 750 000
5	2 750 000	550 000	2 750 000	3 300 000	-

SECTION 6 : COMPTES DE GESTION

6.1- Compte de gestion pour les charges

Les charges sont les dépenses de l'entreprise pendant son exploitation. En se référant au classement des charges du Plan Comptable Générale 1987, elles sont constituées par :

6.1.1-Les achats

Ils sont déjà calculés dans la partie II, chapitre II, section 2.

Tableau N° 27 : Récapitulations des Achats

(montant en Ariary)

Désignation n	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
ACHATS	13 561 600	17 147 000	23 021 500	26 869 900	31 086 800
Total	13 561 600	17 147 000	23 021 500	26 869 900	31 086 800

6.1.2-Les autres achats

- Eau et électricité :

Pour ce poste, nous prévoyons ainsi une consommation électricité d'environ 120 KWH par mois.

Nous avons estimé pour :

- Année1 : 250 000
- Année2 : 250 000
- Année3 : 250 000
- Année4 : 300 000
- Année5 : 300 000

- Fournitures de bureaux

Ce poste est constitué essentiellement par les diverses fournitures nécessaires pour le bon déroulement de notre activité comme les stylos, les papiers, encre, gomme...

Elles sont fixées à Ar 50 000 par an pendant les cinq années d'exercice.

- Carburants et lubrifiants

Ils sont destinés aux matériels de transports. La consommation des carburants sont évalués comme suit :

- Année1 : 1 200 000
- Année2 : 1 200 000
- Année3 : 1 200 000
- Année4 : 1 500 000
- Année5 : 1 500 000

6.1.3- Charges externes

Ce sont les besoins en facteur d'exploitation c'est-à-dire les services extérieurs fournis par l'entreprise.

Elles sont évaluées dans le tableau ci-après :

Tableau N° 28 : Prévision des dépenses de charges externes (montant en Ariary)

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Entretien et réparation	200 000	200 000	200 000	250 000	250 000
Loyer au BlueLine	4 560 000	4 560 000	4 560 000	4 650 000	4 650 000
Assurance Foudre	60 000	60 000	60 000	72 000	72 000
Assurance Voiture	120 000	120 000	120 000	120 000	120 000
Total	4 940 000	4 940 000	4 940 000	5 092 000	5 092 000

6.1.4- Autres charges externes

Nous allons présenter les autres charges externes dans le tableau ci-après :

Tableau N° 29 : Prévisions des dépenses de s autres charges externes (montant en Ariary)

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Publicité	255 000				
Redevances téléphoniques	450 000	450 000	450 000	475 000	475 000
Total	705 000	450 000	450 000	475 000	475 000

6.1.5- Charges de personnel

Il s'agit des rémunérations du personnel permanent de la firme. On peut les présenter dans le tableau qui suit :

Tableau N° 30: Récapitulation des charges de personnel permanent (montant en Ariary)

Désignation	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Personnel	8920800	8920800	11887320	11887320	11887320
Total	8920800	8920800	11887320	11887320	11887320

6.1.6- Impôts et taxes

Ils s'agissent du droit d'enregistrement, de la vignette automobile, l'IGR et les autres impôts et taxes.

Tableau N° 31 : Les impôts et taxes (montant en Ariary)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Droit d'enregistrement	400000				
Vignette automobile	2400	2400	2400	2400	2400
IGR	1 152 000	1 152 000	1 416 300	1 416 300	1 416 300
Autres impôts et taxes	20000	20000	20000	20000	20000
Total	1574400	1174400	1438700	1438700	1438700

6.1.7- Récapitulation des charges (montant en Ariary)

Tableau N° 32: Récapitulation des charges (montant en Ariary)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Achat	13 561 600	17 147 000	23 021 500	26 869 900	31 086 800
Autres achats	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 875 000	1 875 000
Charges externes	4 940 000	4 940 000	4 940 000	5 092 000	5 092 000
Autres charges	705 000	450 000	450 000	475 000	475 000
Impôts et Taxes	1 574 400	1 174 400	1 438 700	1 438 700	1 438 700
Charges de personnel	8 920 800	8 920 800	11 887 320	11 887 320	11 887 320
Total	31 201 800	34 132 200	43 237 520	47 637 920	51 854 820

6.2- Compte de gestion pour les produits

6.2.1- Prestation vendue

Ceux-ci concernent les ventes obtenues annuellement pour chaque activité qui forment le chiffre d'affaires pour l'entreprise.

Elles sont déjà calculées dans le tableau N° 09, mais en voici la récapitulation :

Tableau N° 33 : Récapitulation du Chiffre d'affaires prévisionnel (montant en Ariary)

Désignation	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Prestation vendue	31 332 200	38 476 860	46 580 100	60 389 720	68 296 160
Total	31 332 200	38 476 860	46 580 100	60 389 720	68 296 160

Dans ce premier chapitre, nous pouvons identifier les coûts des investissements nécessaires de ce projet et les recettes prévisionnelles résultant de la vente des produits de l'entreprise.

Nous allons voir maintenant dans le second chapitre l'étude de faisabilité du projet.

CHAPITRE 2 : ETUDE DE FAISABILITE

SECTION 1 : LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL

Le compte de résultat est un état récapitulatif des charges et des produits réalisés par l'entreprise au cours d'une période considérée.

Il traduit l'enrichissement ou l'appauvrissement de l'entreprise. A partir de ce compte que nous pourrions justifier si l'activité est capable de rembourser ou non les emprunts et de dégager des résultats positifs.

Tableau N° 34 : Compte de résultat prévisionnel suivant le PCG 1987 (montant en Ariary)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 04	Année 5
PRODUITS	31332	384768	465801	6038972	68296
	200	60	00	0	160
Prestations vendues	31332	384768	465801	6038972	68296
	200	60	00	0	160
	29437	317688	398167	4322507	46768
CHARGES	912	40	50	8	436
	11120	140605	188776	2203331	25491
Achats	512	40	30	8	176
	12300	123000	123000		15375
Autres achats	00	0	0	1537500	00
	40508	405080	405080		41754
Charges externes	00	0	0	4175440	40
	57810				47500
Autres charges externes	0	369000	369000	389500	0
	15744	117440	143870		14387
Impôts et taxes	00	0	0	1438700	00
	89208	892080	118873	1188732	11887
Charges de personnel	00	0	20	0	320
Dotations aux	19633	196330	196330		17633
amortissements	00	0	0	1763300	00
CHARGES FINANCIERES	0	0	0	1100000	0
	18942	450802	511335	1606464	20977
Résultat avant impôt	88	0	0	2	724
	56828	135240	153400		62933
IBS (30%)	6	6	5	4819393	17
Résultat net d'impôt	1326002	3155614	3579345	11245249	14684407

Depuis la première année, nous observons un résultat positif puis l'accroissement progressif des résultats par l'augmentation de notre prestation et notre prix. Cette situation est signe de rentabilité et de possibilité d'expansion de l'entreprise.

Cela veut dire que l'entreprise est bénéficiaire de Ar 1326002 en année 1. En outre, le résultat augmente de 137,98% en année 2 par rapport à l'année 1. Il ne cesse d'augmenter et cette croissance va de 214,17% en année 4 et 30.58% en année 5.

SECTION 2 : LE PLAN DE TRESORERIE

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

En outre, le plan de trésorerie permet de savoir si l'on ne rencontre pas de difficultés sur le remboursement des emprunts. Il est déterminé à partir des flux des encaissements et des décaissements.

Les encaissements se constituent par le capital et les prestations vendues tandis que les décaissements, ils sont constitués par les investissements, le remboursement des dettes, les charges financières, les achats et autres achats, les charges externes et les autres charges externes, impôts et taxes, les charges du personnel, la TVA à décaisser et l'IBS.

Tableau N° 35 : Budget de TVA

(montant en Ariary)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
TVA collectée	6 877 800	8 446 140	10 224 900	13 256 280	14 991 840
TVA déductible	3 727 188	4 326 660	5 384 070	6 176 142	6 935 184
Achats	2 441 088	3 086 460	4 143 870	4 836 582	5 595 624
Autres achats	270 000	270 000	270 000	337 500	337 500
Charges externes	889 200	889 200	889 200	916 560	916 560
Autres charges externes	126 900	81 000	81 000	85 500	85 500
TVA à décaisser	3 150 612	4 119 480	4 840 830	7 080 138	8 056 656

Tableau N° 36: Budget des encaissements

(montant en Ariary)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année4	Année 5
Apport personnel	8 397 516				
Emprunt	11 000 000				
Vente	38 210 000	46 923 000	56 805 000	73 646 000	83 288 000
Total	57 607 516	46 923 000	56 805 000	73 646 000	83 288 000

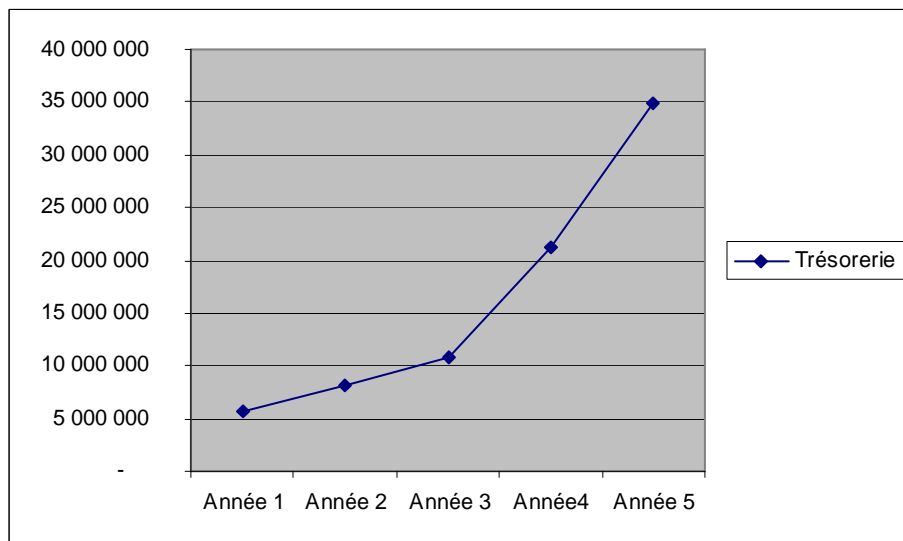
Tableau N° 37 : Budget des décaissements

(montant en Ariary)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année4	Année 5
Immobilisations	17 333 000				
Imprévus	187 683				
Remboursement		2 750 000	2 750 000	2 750 000	2 750 000
Intérêts		2 200 000	1 650 000	1 100 000	550 000
Achats	13 561 600	17 147 000	23 021 500	26 869 900	31 086 800
Autres achats	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 875 000	1 875 000
Charges externes	4 940 000	4 940 000	4 940 000	5 092 000	5 092 000
Autres charges externes	705 000	450 000	450 000	475 000	475 000
Impôts et taxes	1 574 400	1 174 400	1 438 700	1 438 700	1 438 700
Charges de personnel	8 920 800	8 920 800	11 887 320	11 887 320	11 887 320
TVA à payer	3 150 612	4 119 480	4 840 830	7 080 138	8 056 656
IBS		1 352 406	1 534 005	4 819 393	6 293 317
TOTAL	51 873 095	44 554 086	54 012 355	63 387 451	69 504 793

Tableau N° 38 : Budget de trésorerie**(montant en Ariary)**

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année4	Année 5
Encaissements	57 607 516	46 923 000	56 805 000	73 646 000	83 288 000
Décaissements	51 873 095	44 554 086	54 012 355	63 387 451	69 504 793
Flux de trésorerie	5 734 421	2 368 914	2 792 645	10 258 549	13 783 207
Situation initiale		5 734 421	8 103 335	10 895 980	21 154 529
Situation finale	5 734 421	8 103 335	10 895 980	21 154 529	34 937 736

Figure N° 12 : Evolution de la trésorerie

D'après ce tableau, on constate que notre trésorerie augmente progressivement grâce à notre capacité de prestation et à notre prix unitaire mais nous prévoyons d'investir pour les années ultérieures. Nous tenons à remarquer que seuls les achats, les autres achats, les charges externes et les autres charges externes sont frappées de la TVA déductible.

SECTION 3 : TABLEAU DE GRANDEURS CARACTERISTIQUES DE GESTION (T.G.C.G.)

Le Tableau de Grandeurs Caractéristiques de Gestion est un état qui représente une série d'agrégats expliquant la formation des résultats net de l'exercice.

On appelle aussi compte de résultat en liste présenté de manière à fournir la comptabilité nationale.

Ces agrégats seront présentés sous forme d'un tableau appelé T.G.C.G ou bien Compte de résultat en liste suivant le PCG 1987. Citons quelques agrégats et leurs significations :

- **Le chiffre d'affaires annuel** : c'est la vente effectuée dans une année.
- Consommations intermédiaires (C.I.) sont des charges relatives à la prestation. Autrement dit achats des biens ou services effectués par l'entreprise auprès des tierces personnes.

- **La valeur ajoutée** : c'est un instrument de mesure :
 - Pour marquer la contribution de l'entreprise à l'économie nationale
 - Pour cerner la dimension ou la taille économique de l'entreprise
 - Pour déterminer la richesse créée par l'entreprise

La valeur ajoutée est calculée à partir de la différence entre la prestation de l'exercice et les consommations intermédiaires. Elle mesure l'apport grâce à son activité.

- **L'Excédent Brut d'Exploitation (E.B.E.)** : il exprime le résultat obtenu par la mise en œuvre du capital économique et indépendamment des conditions de financement de l'entreprise. C'est donc le résultat brut ne tenant compte des modalités de calcul des amortissements, des charges financières et d'impôt sur le bénéfice. En effet, il représente la capacité d'autofinancement de l'exercice avant éléments financiers, éléments exceptionnels et l'impôt sur le bénéfice.

- **Résultat d'exploitation** : ce résultat permet de comparer entre entreprise indépendante de leur structure financière ; c'est l'indicateur qui sert le plus pour mesurer la performance avant financement.

- **Résultat avant impôt** : il permet de déterminer le montant sur le bénéfice à percevoir par l'administration fiscale.

- **Résultat net** : c'est le résultat final figurant au bilan. Il est obtenu finalement par la différence entre le résultat de l'exercice avant impôt sur les bénéfices

Tableau N° 39 : TGCG suivant le PCG 1987 (montant en Ariary)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 04	Année 5
1. Marge commercial					
2. Prestation de l'exercice	31332200	38476860	46580100	60389720	68296160
Prestation vendue	31332200	38476860	46580100	60389720	68296160
3. Consommations intermédiaires	16979412	19710340	24527430	28135758	31593616
(+) Achats	11120512	14060540	18877630	22033318	25491176
(+)Autres achats	1230000	1230000	1230000	1537500	1537500
(+) Charges externes	4050800	4050800	4050800	4175440	4175440
(+)Autres charges externes	578100	369000	369000	389500	389500
4. Valeur ajoutée (4=2+1-3)	14352788	18766520	22052670	32253962	36702544
(+)Prestation de l'exercice	31332200	38476860	46580100	60389720	68296160
(-)Consommations intermédiaires	16979412	19710340	24527430	28135758	31593616
(+)Marge commercial					
5. Excédent Brut d'Exploitation	3857588	8671320	8726650	18927942	23376524
(+) Valeur ajoutée	14352788	18766520	22052670	32253962	36702544
(-) Impôts et taxes	1574400	1174400	1438700	1438700	1438700
(-)Charges de personnel	8920800	8920800	11887320	11887320	11887320
6. Résultat d'exploitation	1894288	6708020	6763350	17164642	21613224
(+) Excédent Brut d'Exploitation	3857588	8671320	8726650	18927942	23376524
(-) Dotations aux amortissements	1963300	1963300	1963300	1763300	1763300
7. Résultat financier	0	-2200000	-1650000	-1100000	-550000
(+) Produits financiers					
(-) Charges financières		2200000	1650000	1100000	550000
8. Résultat de l'exercice avant impôt (8=6+7)	1894288	4508020	5113350	16064642	21063224
Résultat d'exploitation	1894288	6708020	6763350	17164642	21613224
Résultat financier	0	-2200000	-1650000	-1100000	-550000
9. Résultat net de l'exercice	1326002	3155614	3579345	11245249	14769907
Résultat de l'exercice avant impôt	1894288	4508020	5113350	16064642	21063224
Impôt sur le bénéfice	568286	1352406	1534005	4819393	6293317

L'augmentation des chiffres d'affaires entraîne la croissance massive des résultats pour les cinq années d'exploitation.

Nous remarquons aussi que les charges de personnel ne représentent que les 31.38% du chiffre d'affaires à la première et la deuxième année d'activité et notre valeur ajoutée durant les cinq années d'exercices augmente d'une année à l'autre d'après ce que nous avons vu sur le tableau ci-dessus. En moyenne, elle représente 53.21% de notre chiffre d'affaires.

SECTION 4 : LE BILAN PREVISIONNEL

Le bilan prévisionnel est un tableau qui montre la situation patrimoniale d'une entreprise. Il est représenté sous forme de tableau qui représente l'emploi de ces capitaux à l'actif et l'origine des capitaux au passif ainsi que les augmentations des ressources lors de la période de démarrage et les différentes utilisations de ces fonds. L'étude s'étend sur cinq années de prévision.

Tableau N° 40 : Bilan prévisionnel pour les cinq années d'exercices (montant en Ariary)

Bilan d'ouverture suivant PCG 1987 (montant en Ariary)

ACTIF	Montant net	PASSIF	Montant net
Actifs immobilisés		Capitaux propres	
Immobilisation incorporelle		Capital	8 397 516
Frais d'établissement	600 000	Dettes financières	
Immobilisations corporelles		Emprunt à long et moyen terme	11 000 000
Terrain	1 000 000		
Construction	3 000 000		
Matériel de transport	3 400 000		
A.A.I	960 000		
M.M.B	1 334 000		
Matériel informatique	7 039 000		
Fonds de roulement initial	1 876 833		
Imprévus	187 683		
Total	19 397 516	Total	19 397 516

Bilan au 31/12/N suivant PCG1987 (montant en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amts	Montant net	PASSIF	Montant net
Actifs immobilisés :				Capitaux propres	
Immobilisation incorporelle				Capital	8 397 516
Frais d'établissement	600 000	200 000	400 000	Résultat	1 326 002
Immobilisations corporelles				Dettes financières	
Terrain	1 000 000		1 000 000	Emprunt à L et MT	11 000 000
Construction	3 000 000	150 000	2 850 000		
Matériel de transport	3 400 000	680 000	2 720 000		
A.A.I	960 000	96 000	864 000		
M.M.B	1 334 000	133 400	1 200 600		
Matériel informatique	7 039 000	703 900	6 335 100		
Actif circulant :					
Imprévus	187 683		187 683		
Disponibles					
Caisse	5 166 134		5 166 134		
Total actif	22 686 818	1 963 300	20 723 518	Total passif	20 723 518

Bilan au 31/12 / N+1 suivant PCG 1987 (montant en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amts	Montant net	PASSIF	Montant net
Actifs immobilisés :				Capitaux propres	
Immobilisation incorporelle				Capital	8 397 516
Frais d'établissement	400 000	200 000	200 000	Résultat	3 155 614
Immobilisations corporelles				Report à nouveau	1 326 002
Terrain	1 000 000		1 000 000	Dettes financières	
Construction	2 850 000	150 000	2 700 000	Emprunt à L et MT	8 250 000
Matériel de transport	2 720 000	680 000	2 040 000		
A.A.I	864 000	96 000	768 000		
M.M.B	1 200 600	133 400	1 067 200		
Matériel informatique	6 335 100	703 900	5 631 200		
Actif circulant :					
Imprévus	187 683		187 683		
Disponibles					
Caisse	7 535 048		7 535 048		
Total actif	23 092 432	1 963 300	21 129 132	Total passif	21 129 132

Bilan au 31/12/N+2 suivant PCG 1987(montant en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amts	Montant net	PASSIF	Montant net
Actifs immobilisés :				Capitaux propres :	
Immobilisation incorporelle				Capital	8 397 516
Frais d'établissement	200 000	200 000	0	Résultat	3 579 345
Immobilisations corporelles				Report à nouveau	4 481 616
Terrain	1 000 000		1 000 000	Dettes financières :	
Construction	2 700 000	150 000	2 550 000	Emprunt à L et MT	5 500 000
Matériel de transport	2 040 000	680 000	1 360 000		
A.A.I	768 000	96 000	672 000		
M.M.B	1 067 200	133 400	933 800		
Matériel informatique	5 631 200	703 900	4 927 300		
Actif circulant :					
Imprévus	187 683		187 683		
Disponibles					
Caisse	10 327 693		10 327 693		
Total actif	23 921 777	1 963 300	21 958 477	Total passif	21 958 477

Bilan au 31/12/N+3 suivant PCG 1987 (montant en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amts	Montant net	PASSIF	Montant net
<u>Actifs immobilisés :</u>				<u>Capitaux propres :</u>	
Immobilisations corporelles				Capital	8 397 516
Terrain	1 000 000		1 000 000	Résultat	11 245 249
Construction	2 550 000	150 000	2 400 000	Report à nouveau	8 060 961
Matériel de transport	1 360 000	680 000	680 000	<u>Dettes financières :</u>	
A.A.I	672 000	96 000	576 000	Emprunt à L et MT	2 750 000
M.M.B	933 800	133 400	800 400		
Matériel informatique	4 927 300	703 900	4 223 400		
<u>Actif circulant :</u>					
Imprévus	187 683		187 683		
Disponibles					
Caisse	20 586 243		20 586 243		
Total actif	32 217 026	1 763 300	30 453 726	Total passif	30 453 726

Bilan 31/12/N+4 suivant PCG 1987 (montant en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amts	Montant net	PASSIF	Montant net
<u>Actifs immobilisés :</u>				Capitaux propres	
Immobilisations corporelles				Capital	8 397 516
Terrain	1 000 000		1 000 000	Résultat	14 769 907
Construction	2 400 000	150 000	2 250 000	Report à nouveau	19 306 210
Matériel de transport	680 000	680 000	0		
A.A.I	576 000	96 000	480 000		
M.M.B	800 400	133 400	667 000		
Matériel informatique	4 223 400	703 900	3 519 500		
<u>Actif circulant :</u>					
Imprévus	187 683		187 683		
Disponibles					
Caisse	34 369 449		34 369 449		
Total actif	44 236 933	1 763 300	42 473 633	Total passif	42 473 633

Nous tenons à remarquer que nous avons mis en évidence le report à nouveau dès la deuxième année d'exercice. Ceci concerne le cumul de notre résultat pendant les années précédentes.

CHAPITRE 3 : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET

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

D'ailleurs, notre projet a des impacts sur son environnement. Alors nous allons étudier ce sujet en analysant les impacts économique, social et financier.

SECTION 1 : EVALUATION DU PROJET

1.1- Evaluation économique

1.1.1- Notion de valeur ajoutée

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

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

On obtient la formule suivante :

$$\text{Valeur ajoutée} = \text{Prestation de l'exercice} - \text{Consommation intermédiaire}$$

1.1.2- Projection de la valeur ajoutée

Elle concerne l'évolution des valeurs ajoutées de cinq années d'exercice. Les données étant tirées du Tableau de Grandeurs Caractéristiques de Gestion.

Tableau N°41 : Projection de la valeur ajoutée (montant en Ariary)

Désignation	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Valeur ajoutée	14 352 788	18 766 520	22 052 670	32 253 962	36 702 544
Evolution (en Ariary)		4 413 732	3 286 150	10 201 292	4 448 582
Pourcentage de la VA par rapport à la prestation	39,85	44,62	48,87	51,27	51,57

Il s'ensuit de ce tableau que la valeur ajoutée augmente de façon croissante. Cela marque le degré d'intégration de l'entreprise.

1.2- Ratio de performance économique

L'objectif fondamental de cette méthode consiste à mieux connaître l'entreprise et à évaluer précisément l'importance de ses qualités et ses défauts.

Les ratios qui suivent montrent l'efficacité du projet sur le plan économique.

- R1 : Ratio de rémunération des facteurs

$$R1 = \frac{\text{Charges de personnel}}{\text{Valeur ajoutée}}$$

- R2 : Ratio de performance économique

$$R2 = \frac{\text{Bénéfice net}}{\text{Valeur ajoutée}}$$

- R3 : Ratio de rentabilité financière

$$R3 = \frac{\text{Bénéfice net}}{\text{Capitaux propres}}$$

Dans notre cas, ces ratios se présentent comme suit :

Tableau N° 42: Les différents ratios

Désignation	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Valeur ajoutée	14 352 788	18 766 520	22 052 670	32 253 962	36 702 544
Charges de personnel	8 920 800	8 920 800	11 887 320	11 887 320	11 887 320
Bénéfice net	1 326 002	3 155 614	3 579 345	11 245 249	14 684 407
Capitaux propres	8 397 516	9 723 518	12 879 132	16 458 477	27 703 726
R 1	0,66	0,47	0,45	0,35	0,31
R 2	0,05	0,16	0,25	0,36	0,41
R 3	0,07	0,31	0,51	0,62	0,5

Malgré l'évolution des charges du personnel, les indicateurs montrent une prestation toujours croissante du facteur de travail.

Cette situation est expliquée par la valeur ajoutée créée annuellement par chaque employé et qui augmente progressivement. Elle atteint Ar 36 702 544 à la cinquième année. La variation des charges du personnel est moins proportionnelle par rapport à celle de la valeur ajoutée. Telle situation favorise la performance économique de notre firme.

1.3- Evaluation financière

1.3.1- Selon les outils d'évaluation

1.3.1.1-La valeur actuelle nette

C'est un autre critère d'évaluation de la rentabilité des ressources du projet. La valeur actuelle nette permet de juger si l'investissement est acceptable ou non par l'expression des cash-flows au moment de l'évaluation à l'aide du taux d'intérêt de l'emprunt.

Nous avons la formule suivante :

$$VAN = \sum_{j=1}^{j=n} MBA(1+t)^{-j} - C$$

Avec MBA : Marge Brute d'Autofinancement

t : taux d'actualisation (20%)

n : Nombre d'année

C : Montant du capital investi

Tableau N° 43 : Calcul de la valeur actuelle nette (montant en Ariary)

Désignation	Année 1	Année2	Année3	Année4	Année5
Résultat net d'impôt	1 326 002	3 155 614	3 579 345	11 245 249	14 684 407
Dotations aux amortissements	1 963 300	1 963 300	1 963 300	1 763 300	1 763 300
MBA	3 289 302	5 118 914	5 542 645	13 008 549	16 447 707
(1+i)	0,83	0,69	0,58	0,48	0,4
MBA Actualisée	2 730 120	3 532 051	3 214 734	6 244 104	6 579 083
MBA Actualisée cumulée	2 730 120	6 262 171	9 476 905	15 721 009	22 300 092

$$VAN = 22\,300\,092 - 17\,333\,000$$

D'où

$$VAN = 4\,967\,092 > 0$$

Nous avons donc trouvé une VAN positive de Ar 4 967 092. Or d'après la théorie, si une VAN est positive, la rentabilité est donc supérieure au taux exigé t. Alors le projet est rentable et viable.

1.3.1.2-Le taux de rentabilité interne (TRI)

Le taux de rentabilité interne correspond au taux d'actualisation qui ramène la valeur actuelle nette de notre projet à zéro. Ce point constitue le taux maximum pour que l'emprunt effectué ne conduise pas l'entreprise à une perte.

On va donc déterminer le taux de rentabilité qui égalise la valeur actuelle nette et l'investissement

$$\text{TRI} \leftrightarrow \text{VAN} = 0$$

Pour calculer la TRI, nous devons calculer la valeur actuelle nette avec un taux de 35%.

Tableau N° 44 : Tableau de calcul du TRI (montant en Ariary)

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
MBA	3 289 302	5 118 914	5 542 645	13 008 549	16 447 707
$(1+i)^{-n}$	0,74	0,55	0,41	0,3	0,22
MBA Actualisée	2 434 083	2 815 403	2 272 484	3 902 565	3 618 495
MBA Actualisée cumulée	2 434 083	5 249 486	7 521 970	11 424 535	15 043 031

$$\text{VAN} = 15\,043\,031 - 17\,333\,000$$

$$\text{VAN} = -2\,289\,969 < 0$$

$$\text{Calculons: } i = 35\% \rightarrow -2\,289\,969$$

$$i = \text{TRI} \rightarrow 0$$

$$i = 20\% \rightarrow 4\,967\,092$$

Pour déterminer le TRI, nous allons effectuer le calcul par interpolation linéaire

D'où

$$0,35 < i < 0,20$$

$$-2\,289\,969 < 0 < 4\,967\,092$$

$$\frac{0,20 - 0,35}{4\,967\,092 + 2\,289\,969} = \frac{i - 0,35}{2\,289\,969}$$

$$\frac{-0,15}{7\,257\,061} = \frac{i - 0,35}{2\,289\,969}$$

Comme le produit de moyens est égal au produit des extrêmes,

On a:

$$i - 0,35 = 0,047$$

$$i = 0,397$$

D'où

TRI = 39,7 %

Le TRI de l'ordre de 39,7% est largement supérieur au taux d'actualisation 20%, ce qui veut dire que l'entreprise dispose une marge de sécurité de 19,7%. Donc, on peut dire encore que notre projet est rentable et nous pouvons s'endetter davantage.

1.3.1.3-L'Indice de Profitabilité

D'après la théorie que nous avons vu dans la première partie, l'indice de profitabilité veut dire le rapport entre la somme des MBA actualisées et la somme des capitaux investis. L'indice de profitabilité se calcule à partir de la formule ci-après :

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

$$IP = \frac{22\,300\,092}{17\,333\,000}$$

IP = 1,29

L'indice de profitabilité est 1,29 supérieur à 1, donc la rentabilité est supérieure au taux exigé t. Aussi, Ar 1 du capital investi génère Ar 0,29 de profit. Donc l'investissement est rentable.

1.3.1.4- Le délai de récupération des capitaux investis (DRCI)

On entend par délai de récupération des capitaux investis nécessaire au bout duquel le projet pourra récupérer le fonds de départ

Tableau N° 45 : Calcul de DRCI

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
MBA	3 289 302	5 118 914	5 542 645	13 008 549	16 447 707
$(1+i)^n$	0,83	0,69	0,58	0,48	0,4
MBA actualisée	2 730 120	3 532 051	3 214 734	6 244 104	6 579 083
MBA actualisée cumulée	2 730 120	6 262 171	9 476 905	15 721 009	22 300 092

$$VAN = 4\,967\,092$$

$$1 < x < 2$$

$$2\,730\,120 < 4\,967\,092 < 6\,262\,171$$

$$\frac{x - 1}{4\,967\,092 - 2\,730\,120} = \frac{2 - 1}{6\,262\,171 - 2\,730\,120}$$

$$\frac{x - 1}{2\,236\,972} = \frac{1}{3\,532\,051}$$

Comme le produit des moyens est égal au produit des extrêmes :

$$(x - 1) 3\,532\,051 = 2\,236\,972$$

$$3\,532\,051x - 3\,532\,051 = 2\,236\,972$$

$$3\,532\,051x = 5\,769\,023$$

$$x = 1,63$$

D'où DRCI = 1 an 7 mois 17 jours

On peut dire que les capitaux investis seront récupérés au bout de 1 an 7 mois 17 jours c'est-à-dire le 17 juillet de l'année2 inférieur à 5 ans. Donc le projet est rentable et viable.

1.3.2- Le Seuil de Rentabilité et le Point Mort

Le seuil de rentabilité appelé aussi chiffre d'affaires critique est le montant du chiffre d'affaires par lequel l'entreprise ne réalise ni perte ni bénéfice. Le SR rend nul le résultat d'exploitation.

Le SR de rentabilité est obtenu à partir de la formule suivante :

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

Tandis que le point mort est la date à laquelle on atteint le seuil de rentabilité. Le point mort est un indicateur de performances. Il retrace le niveau d'activité à partir duquel l'entreprise gagne de l'argent

Le point mort est donné par la formule suivante :

$$PM = \frac{12 \times SR}{CA}$$

Avec SR : seuil de rentabilité

MSCV : marge sur coût variable (MSCV = CA - CV)

CA : Chiffre d'affaires

CV : Coûts variables

CF : Coûts fixes

PM : Point mort

Tableau n°46 : Calcul du seuil de rentabilité et point mort

(Montant en Ariary)

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 04	Année 5
Chiffre d'affaires	31 332 200	38 476 860	46 580 100	60 389 720	68 296 160
Coûts variables	16 979 412	19 710 340	24 527 430	28 135 758	31 593 616
MSCV	14 352 788	18 766 520	22 052 670	32 253 962	36 702 544
Coûts fixes	12 458 500	14 258 500	16 939 320	16 189 320	15 639 320
Seuil de rentabilité	27196787	29 234 099	35 779 578	30 311 579	29 101 675
Point mort	10,40	9,12	9,22	6,02	5,11
Date	10mois 12 jours soit le 12 Novembre	9mois 4 jours soit le 4 octobre	9mois 7jours soit le 7 octobre	6 mois 1 jour soit le 1 juillet	5 mois 3 jours soit le 3 juin

Les charges ou coûts peuvent être classés en fixes ou variables en fonction des critères d'activité.

Les charges variables ou opérationnelles sont les charges qui évoluent avec le volume d'activité concerné. Généralement, cette évolution prévisionnelle est considérée comme proportionnelle à l'activité. Elles correspondent aux achats, les charges externes et les autres charges externes.

Les charges fixes ou charges de structure sont les charges dont le montant reste à peu près stable même lorsque la production varie. Elles englobent les impôts et taxes, les charges du personnel, les charges financières et l'amortissement. Le montant des charges fixes est stable quelque soit le volume d'activité de l'entreprise.

1.3.3- Selon les critères d'évaluation

Les éléments de ces critères d'évaluation sont déjà vus dans la première partie sur les théories générales et sur les outils et les critères d'évaluation du projet.

1.3.3.1- Pertinence

La réalisation du projet contribuera au développement de cette commune. En plus, la valeur ajoutée ne cesse d'augmenter d'une année à l'autre. C'est pourquoi, la création d'emploi générée par le projet est inévitable vis-à-vis de l'accroissement de notre prestation au niveau du marché.

1.3.3.2- Efficacité

D'après les calculs évoqués dans la troisième partie de notre étude, nous avons trouvé que notre projet est rentable. Ce qui justifie l'efficacité de la réalisation des objectifs avec l'utilisation des ressources mises en œuvres.

Rappelons donc que, notre Indice de Profitabilité est de 1,29 ce qui nous permet de dire que Ar 1 investi génère Ar 0, 29 de profit. Le profit est largement rentable et il est efficace.

1.3.3.3- Viabilité du projet

La viabilité du projet se caractérise par sa rentabilité. Dans notre cas, ce projet présente une rentabilité assez intéressante. Ce qui signifie que sa continuité étant toujours espérable avec sa bonne gestion, telle que la maîtrise des charges, la maîtrise de la concurrence...

Enfin, compte tenu de la rentabilité, notre projet est donc viable et continuelle.

SECTION 2 : IMPACTS

2.1- Impact économique

Parmi les environnements de notre projet, le domaine économique est un des plus grands critères d'évaluation.

Dans l'étude financière, nous savons que la Valeur Actuelle Nette exprime l'apport spécifique de l'activité économique nationale. Elle est fournie par les éléments qui constituent la comptabilité nationale.

Les Valeurs ajoutées apportées par chaque entreprise ou entité économique constituent le produit brut et qui permet de déterminer le taux de croissance économique du pays.

Les impôts versés au trésor public alimentent le fonctionnement de l'Etat Malagasy et la réalisation des programmes de la nation.

Sur le plan micro- économique, ce projet est une source de revenus pour les ménages.

2.2- Impact social

Un autre indice de l'importance de ce projet est sa capacité à créer des emplois. Il offre des possibilités d'embauche surtout pour les habitants dans cette commune. A cet effet, nous allons participer à l'amélioration de niveau de vie de la population par la connaissance acquise à travers les TIC.

2.3- Impact financier

Nos prévisions nous donnent quelques chiffres concernant les revenus apportés aux ménages et à l'Etat sous forme de ristourne.

Pour les ménages, la société procure des revenus annuels de Ar 8 920 800 en première année, Ar 11 887 320 en année 3-4-5. Ces revenus sont un des facteurs qui permettent d'augmenter le pouvoir d'achat de chaque ménage et lui permet de participer à l'extension de l'emploi des ressources de notre pays pour lutter contre la pauvreté.

Pour l'Etat, nous parlerons des ristournes au niveau de la commune pour un budget de fonctionnement et d'investissement. Il y a également les impôts et taxes.

CONCLUSION PARTIELLE

Il ressort de cette partie que la rentabilité et la viabilité du projet sont assurées c'est à dire que les comptes de gestion et l'évaluation du projet dégagent un TRI supérieur au taux de l'emprunt. L'entreprise dispose donc d'une grande marge pour l'emprunteur et une valeur actuelle nette positive.

En général, ce projet va satisfaire les besoins de la population massive et contribue au développement et à la relance économique aussi bien de la commune que du pays. Pour terminer, nous avons donné une conclusion finale à ce présent mémoire.

CONCLUSION GENERALE

En guise de conclusion, la commune rurale de Mahitsy connaît un certain retard en matière de technologie. Cela réside surtout sur le domaine d'infrastructure et sur l'insuffisance de centre de formations en informatiques. Notre projet de création de télécentre permet de remédier tous ces problèmes. Il prendra une part considérable sur le développement de cette commune et notamment dans le domaine éducatif et communicatif.

Sur le plan social, l'installation et l'exploitation de ce type de prestation de service dans cette commune nous permettront de désenclaver cette zone et de participer au développement du monde rural par l'accès de la nouvelle Technologie de l'Information et de la communication. Par ailleurs, au point de vue économique, ce projet est rentable car elle dégage un important bénéfice et améliore le niveau de vie de chaque individu en lui fournissant en même temps de l'emploi. En outre, il engendre un épanouissement des personnes cibles : jeunes élèves, étudiants, fonctionnaire dans leur centre d'intérêt.

Sur le plan financier, toutes les évaluations et tous les critères nécessaires pour dire que ce projet est rentable et viable, sont réunis et conformes aux normes exigées :

- la VAN est égale à Ar 4 967 092 largement positive donc ce projet est rentable ;
- l'IP est de 1,29 supérieur au taux exigé t ;
- le TRI qui équivaut à 39,7% est largement supérieur au taux d'actualisation de 20%. En effet, notre entreprise dégage une marge de sécurité de 19,7% qui nous a permis de s'endetter davantage ;
- les capitaux investis seront récupérés au bout de 1 an 7 mois 17 jours

Sur la politique générale de l'Etat, ce projet participe à la réalisation des stratégies adoptées au développement rapide et durable de notre pays. Ce projet contribue donc à la lutte contre la pauvreté qui tend vers la décentralisation d'un réseau Internet par l'installation des Télécentres mené par le Gouvernement Malagasy comme un programme d'appuis et de promoteur à tous les secteurs privés.

Le choix de ce projet de création nous permet de satisfaire les besoins des consommateurs qui sont sources de devises, d'améliorer leur niveau de vie des ménages et d'exploiter ce genre de service.

Pour clôturer cet ouvrage, notre projet de création d'un télécentre promet un avenir florissant pour le développement économique de notre pays surtout dans les zones suburbaines.

ANNEXES

ANNEXE I :
APPEL A MANIFESTATION D'INTERET AUX SECTEURS PRIVES
REPOBLIKAN'I MADAGASIKARA

Tanindrazana - Fahafahana -Fandrosoana

**MINISTERE DES TELECOMMUNICATIONS
DES POSTES ET DE LA COMMUNICATION**

SECRETARIAT GENERAL

Antananarivo le,

**DIRECTION GENERALE DES TECHNOLOGIES
DE L'INFORMATION ET DE LA
COMMUNICATION**

Réf : 2005/ -MTPC/SG/DGTIC

Objet : APPEL A MANIFESTATION D'INTERET AUX SECTEURS PRIVES

Le Directeur Général des Technologies de l'Information et de la Communication du Ministère des Télécommunication des Postes et de la Communication lance un Appel à Manifestation d'Intérêt en partenariat avec les secteurs privés pour promouvoir les TIC pour tous, à savoir gérer des télécentres aux seize (16) régions.

Ci-dessous les seize de région :

Localisation :

REGION	LOCALITE
ANALAMANGA	Andramasina
ITASY	Miarinarivo
BONGOLAVA	Tsiroanomandidy
SOAFIA	Antsohihy
BOENY	Marovoay
ATSINANANA	Marolambo
ANALANJIROFO	Nosy Boraha
AMORON'I MANIA	Ambatofinandrahana
HAUTE MATSIATRA	Ambalavao
ATSIMO ATSINANANA	Farafangana
IHOROMBE	Ihosy
MENABE	Miandrivazo
ATSIMO ANDREFANA	Toliara II (Ankililoaka)
ANDROY	Ambovombe
ANOSY	Amboasary
DIANA	Ambanja

Cet appel consiste à respecter les conditions citées ci-dessous :

- un contrat signé entre le gérant du télécentre et l'ISP (Wanadoo, Gulfsat ou autres) pour la connexion internet,
- un contrat signé entre le gérant du télécentre et TELMA pour l'abonnement de trois lignes téléphonique fixe,
- un contrat signé entre le gérant du télécentre et le Ministère des Télécommunications des Postes et de la Communication à la réception des matériels, au niveau du programme

promotion et de développement du Télécentre et en cas de non respect de son programme, le Ministère a le droit de récupérer ses matériels avec une pénalité de vingt cinq pour cent (25%) équivalent aux investissements acquis,

- Le Gérant doit avoir un chèque de caution à la valeur de 200 000 Ar comme garantie avec le contrat,
- Le gérant doit avoir la capacité de gestion, un technicien local pour réparer et entretenir et des consommables locaux disponibles pour les clients.

Condition nécessaire pour la localité du centre :

Cette localité doit être :

- accessible,
- au centre de la ville concernée,
- aéré,
- climatisé
- au surface de 10mx15m réparti comme suit : 1local serveur (IDU, ROUTEUR, SWITCH), 1salle de machine (internet, saisie et cours pour les débutants), 1 salle d'accueil pour le téléphone, photocopie et fax.

Concernant les matériels : 3 micro-ordinateur, 1 imprimante Laser, 1 imprimante à jet d'encre, 1 switch, câble réseau ou WIFI (LAN sans fil), 1 photocopieur, 1 télécopieur, 1 machine à reliaer, 3 lignes téléphone fixe qui sont offert par le Ministère des Télécommunications des Postes et de la Communication comme démarrage du financement de l'IPTE.

Tel est l'objet que Le Directeur Général des Technologies de l'Information et de la Communication du Ministère des Télécommunications des Postes et de la Communication informe au public de chaque région concerné pour des nouvelles installations Télécentre.

ANNEXE II :

Carte de la Commune Rurale de Mahitsy



LEGENDE

 Route Nationale

ANNEXE IV : Réseau Téléphonique de Madagascar



ANNEXE III : QUESTIONNAIRES ET RESULTATS DES ENQUETES

Nombre de personnes enquêtés : 50

Renseignements sur l'enquêté : (Résultat des enquêtes en pourcentage)

Nom et Prénom(s) :

Adresse :

1-Sexe :

Masculin	40
Féminin	50

2- Quel âge avez – vous ?

Age	%
[15-20[32
[20-35[40
35 et plus	28
Total	100

3 - Quelle est votre situation conjugale ?

Célibataire	35
Mariée	50
Autres	15

4 – quelle est votre principale activité ?

Etudiants	40
Agriculteurs	16
Fonctionnaires	12
Commerçants	24
Autres	08

Questionnaire sur le télécentre :

1-Communications

a) Communiquez-vous avec les proches à distance ?

Si oui, dans quelle(s) région(s) ?

20

Si non, pourquoi ?

80

b) Comment faites-vous pour vous communiquer ?

Lettre	20
Téléphone	45
Internet	15
Autres (à préciser)	20

c) Quels sont les problèmes fréquemment rencontrés suivant vos moyens ? (Réponse libre)

2- Téléphone

a) Utilisez-vous le téléphone ?

Si oui	45
Si non, pourquoi ?	55

b) Combien de fois en moyenne par mois vous téléphonez ?

Nombres	%
[0-6[34
[6-12[38
12 et plus	28
Total	100

c) Indiquez le(s) endroit(s) où vous téléphonez ?

Taxi- phone

d) Pensez-vous que le prix de la communication téléphonique est abordable ?

Oui	80
Si non, Combien proposez-vous ?	20

e) Quels sont les problèmes fréquemment rencontrés sur l'utilisation du téléphone ?
(Réponse libre)

Pas de réseau MADACOM, Publiphone défectueux

3- Internet

a) Connaissez- vous le terme Internet ?

Oui	65
Non	35

b) Combien de fois en moyenne par mois vous vous connectez ?

c) Indiquez la moyenne mensuelle de la durée de votre connexion ?

d) Vous-vous indiquer le(s) endroit(s) où vous utilisez l'Internet ?

Au Cybercafé

e) Pensez-vous que votre prix de connexion habituelle est abordable ?

Oui	
Si non, combien proposez-vous ?	

f) Quels sont les problèmes fréquemment rencontrés sur l'utilisation de l'Internet ?
(Réponse libre)

Pas de Cybercafé dans la Commune Rurale de Mahitsy

4- Services Bureautiques

a) Est-ce que les services bureautiques suivants sont- ils disponibles dans la commune

Photocopie	Oui	<input checked="" type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>
Reliure	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input checked="" type="checkbox"/>
Saisie	Oui	<input checked="" type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>
Plastification	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input checked="" type="checkbox"/>
Gravage	Oui	<input checked="" type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>
Scanning	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input checked="" type="checkbox"/>

b) Vous- arrive-t-il d'utiliser un ou plusieurs de services ?

Si non, pourquoi ?

Si oui, indiquer un à un ces services ?

c) Quels sont les problèmes fréquemment rencontrés dans le cadre de l'utilisation de ces services ? (Réponse Libre)

5- Télécentre

a) Connaissez- vous le terme de télécentre ?

Oui ☐

Si non (décrire les services fournis et poser les questions suivantes)

b) Pensez-vous que cela pourrait-vous intéresser de le mettre en place ici ?

Si oui, pourquoi ?

Si non, pourquoi ?

c) Selon vous, quels peuvent - être les impacts de la mise en œuvre d'un télécentre dans la région ?

Merci de votre compréhension !

BIBLIOGRAPHIE

- ❖ BEAUDOUX Etienne, Accompagner les ruraux dans leurs projets : « Orientations méthodologiques à partir de situations en Afrique Subsaharienne », Paris ; Montréal : HARMATTAN, 2000 - 235p
- ❖ BENGHOZI Pierre Jean, « Innovation et gestion de projet », Paris ; EYROLLES ,1990 – 153p
- ❖ Divers données sur TELMA au cours de la mission
- ❖ GASTON Zongo, « Projet d'établissement de télécentre à Madagascar », UIT/BDI, Octobre 2001, 180p
- ❖ GASTON Zongo, « Impact socio-économique et financier des télécentres privés au Sénégal », IGP-ITU Workshop, Kieste, Italie, 1996.
- ❖ JOLY Michel ; LE BISSONNAIS Jean ; MOLLER Jean Louis G : « Maîtrisez le coût de vos projets : manuel de coutenance, Paris ; AFNOR, 1993 -368p.
- ❖ Monographie de la Commune Rurale de Mahitsy
- ❖ « Organisation de coopération et développement économique » Nouvelle Gestion des services dans les zones rurales, les éditions de l'ANCE, 2 Rue André- Pascal, Paris, 1991, 128p.
- ❖ SEDES ; CHRISTOLF, « Méthodologie de la préparation d'un plan de développement de projets », Paris : SEDES, 1970 – 91p
- ❖ VALLET Gilles, « Technique de planification de projets, Paris, DUNOD, 1991 – 305p
- ❖ WWW. Apc. org

TABLES DE MATIERES

REMERCIEMENTS	
LISTE DE TABLEAUX	
LISTE DE FIGURES	
LISTE DES ABREVIATIONS	
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET.....	4
<i>CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET.....</i>	<i>4</i>
<i>SECTION 1 : HISTORIQUE DU PROJET.....</i>	<i>4</i>
<i>SECTION 2 : CARACTERISTIQUE DU PROJET</i>	<i>6</i>
2.1- Objectif global	6
2.2- Objectif spécifique	6
2.3-Intérêt du projet	6
<i>CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE.....</i>	<i>8</i>
<i>SECTION 1 : DESCRIPTION DU MARCHE.....</i>	<i>8</i>
1.1-Domaine d'études du projet.....	8
1.2-L'évolution du marché.....	9
1.3-La présentation du circuit de distribution	9
<i>SECTION 2 : ANALYSE DE L'OFFRE</i>	<i>10</i>
2.1- Les spécificités du service offert	10
2.2- La concurrence	11
<i>SECTION 3 : ANALYSE DE LA DEMANDE.....</i>	<i>12</i>
3.1- Caractéristiques de la demande.....	12
3.2- Besoins des clients	13
3.3- Analyse comparative des prix	13
<i>SECTION 4 : LE MODE DE COMMERCIALISATION.....</i>	<i>15</i>
4.1- La politique du produit	15
4.2- La politique du prix.....	16
4.3- La politique de distribution.....	16
4.4- La politique de communication ou de promotion	17
<i>CHAPITRE III : THEORIES GENERALES SUR LES OUTILS ET LES CRITERES D'EVALUATION.....</i>	<i>19</i>
<i>SECTION 1 : OUTILS D'EVALUATION.....</i>	<i>20</i>
1.1-Valeur Actuelle Nette (V. A .N.).....	20
1.2-Taux de Rentabilité Interne (T. R .I.).....	21
1.3-L'indice de profitabilité (I. P.).....	21
1.4-Délai de Récupération des Capitaux Investis (DRCI).....	22
<i>SECTION2 : CRITERES D'EVALUATION</i>	<i>23</i>
2.1- Pertinence	23
2.2- Efficacité	23
2.3- Efficience.....	23
2.4- Viabilité du projet	23
2.5- Impact	23

DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET	26
<i>CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION</i>	26
<i>SECTION 1 : IDENTIFICATION DES OUTILS DE REALISATION</i>	26
1.1-Les bâtiments	26
1.2- Les matériels de réalisation.....	26
<i>SECTION 2 : TECHNIQUE DE REALISATION ENVISAGEE</i>	29
2.1-Stratégie mise en œuvre	29
2.2- Le planning de réalisation de chaque tâche	31
<i>SECTION 3 : LES RESSOURCES A METTRE EN ŒUVRE</i>	35
3.1- Les ressources financières	36
3.2- Les ressources matérielles	36
3.3- Les ressources humaines.....	36
<i>SECTION 5 : LES AUTRES CHARGES LIEES A LA REALISATION</i>	37
<i>CHAPITRE II : CAPACITE DE PRESTATION ENVISAGEE</i>	38
<i>SECTION 1 : EVALUATION DU CHIFFRE D’AFFAIRES ET PRESTATION</i> <i>ENVISAGEE</i>	38
1.1-Estimation de la prestation	38
1.2- Evaluation du chiffre d'affaires	41
<i>SECTION 2 : ACHATS PREVISIONNELS</i>	43
<i>SECTION 3: ASPECTS QUALITATIFS ET QUANTITATIFS</i>	45
<i>CHAPITRE III : ETUDES ORGANISATIONNELLES</i>	46
<i>SECTION 1 : ORGANIGRAMME ENVISAGE</i>	46
1.1-Structure organisationnelle	46
1.2-Organigramme type	47
<i>SECTION 2 : ORGANISATION ADMINISTRATIVE</i>	48
2.1-Organisation juridique.....	48
2.2-Statut juridique de l’entreprise	48
2.3- Attribution des tâches	48
<i>SECTION 3 : CHRONOGRAMME DES ACTIVITES</i>	50
3.1- Déroulement de l’activité.....	50
3.2- Recrutement du personnel.....	51
3.3- Politique de formation du personnel.....	51
3.4- Motivation du personnel	52
3.5- Détail de calcul des charges patronales et sociales	53
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET.....	56
<i>CHAPITRE 1 : LES INVESTISSEMENTS NECESSAIRES ET LE COMPTE DE</i> <i>GESTION</i>	56
<i>SECTION 1 : NATURE ET COUT DES IMMOBILISATIONS</i>	56
1.1-Immobilisation incorporelle.....	56
1.2- Immobilisations incorporelles	56
1.3- Récapitulation des immobilisations	58
<i>SECTION 2 : LE FONDS DE ROULEMENT</i>	58
<i>SECTION 3 : TABLEAU DES AMORTISSEMENTS</i>	59
3.1- Notion d’amortissement	59

3.2- Tableau d'amortissement.....	60
SECTION 4 : PLAN DE FINANCEMENT.....	60
4.1- Définition	60
4.2-Plan de financement proprement dit.....	61
SECTION 5 : Tableau de remboursement des dettes.....	61
5.1- Définition	61
SECTION 6 : COMPTES DE GESTION.....	62
6.1- Compte de gestion pour les charges	62
6.2- Compte de gestion pour les produits	65
CHAPITRE 2 : ETUDE DE FAISABILITE.....	66
SECTION 1 : LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL.....	66
SECTION 2 : LE PLAN DE TRESORERIE	67
SECTION 3 : TABLEAU DE GRANDEURS CARACTERISTIQUES DE GESTION (T.G.C.G.).....	69
SECTION 4 : LE BILAN PREVISIONNEL	71
CHAPITRE 3 : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET.....	74
SECTION 1 : EVALUATION DU PROJET	74
1.1- Evaluation économique.....	74
1.2- Ratio de performance économique	75
1.3- Evaluation financière.....	76
SECTION 2 : IMPACTS.....	82
2.1- Impact économique	82
2.2- Impact social.....	82
CONCLUSION GENERALE	84
ANNEXES	
BIBLIOGRAPHIE	