SOMMAIRE

REMERCIEMENTS **4**
INTRODUCTION **7**
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET **9**
CHAPITRE I : PRÉSENTATION GÉNEÉRALE DU PROJET **10**
SECTION 1 : CARACTERISTIQUES DU PROJET ***10***
SECTION 2 : BUT, OBJECTIF ET INTERET DU PROJET ***13***
SECTION 3 : MONOGRAPHIE DE LA ZONE ***15***
CHAPITRE II : ÉTUDE DU MARCHÉ **22**
SECTION 1 : DESCRIPTION DU MARCHÉ ***22***
SECTION 2 : ANALYSE DE LA DEMANDE ET DE L'OFFRE ***24***
SECTION 3 : ANALYSE CONCURRENTIELLE ***31***
CHAPITRE III : PLANIFICATIONS STRATEGIQUES ET POLITIQUES ET STRATEGIES MARKETING A ADOPTER **35**
SECTION 1 : PLANIFICATION STRATEGIQUE DU PROJET ***35***
SECTION 2 : LES POLITIQUES ET STRATEGIES MARKETING A ADOPTER. ***36***
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET **42**
CHAPITRE I : ETUDE TECHNIQUE **43**
SECTION 1 : REGLEMENTATION EN VIGUEUR ***43***
SECTION 2 : TECHNIQUES CULTURALES DU GERANIUM ***49***
SECTION 3 : TECHNIQUE D'EXTRACTION ***58***
SECTION 4 : COUT DE PRODUCTION ***63***
CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE **66**
SECTION 1 : LA CAPACITE DE PRODUCTION DE L'UNITE ***66***
SECTION 2 : PROGRAMME DE PRODUCTION ET DE VENTE ***66***
SECTION 3 : PLAN DE CONSOMMATION DE MATIERES PREMIERES ***68***
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE **69**
SECTION 1 : RESSOURCES NECESSAIRES ***69***
SECTION 2 : ORGANIGRAMME ENVISAGE ***70***
SECTION 3 : ORGANISATION DU TRAVAIL ***72***
PARTIE III : ETUDES FINANCIERES ET EVALUATION DU PROJET **80**
CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS **81**
SECTION 1 : INVESTISSEMENTS NECESSAIRES ***81***
SECTION 2 : AMORTISSEMENTS ET INVESTISSEMENTS INITIAUX ***85***
SECTION 3 : FINANCEMENT DU PROJET ***89***
CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE **92**
SECTION 1 : COMPTE DE GESTION ***92***
SECTION 2 : COMPTES DE RESULTAT PREVISIONNEL ***96***
SECTION 3 : LE PLAN DE TRESORERIE ET LES BILANS PREVISIONNELS ***100***
SECTION 4 : LES TABLEAUX DE FLUX DE TRESORERIE ***110***
CHAPITRE III : EVALUATIONS DU PROJET **114**
SECTION 1: EVALUATIONS FINANCIERES DU PROJET ***114***
SECTION 2: ANALYSES DES RATIOS ET LE SEUIL DE RENTABILITE ***117***
SECTION 3 : EVALUATIONS SOCIO-ECONOMIQUES ***123***
CONCLUSION ***127***
BIBLIOGRAPHIE **129**
LISTE DES TABLEAUX **130**
LISTE DES FIGURES **133**
TABLES DES MATIERES **134**

REMERCIEMENTS

Le présent mémoire est le fruit de nos quatre années d'études universitaires à la Faculté de Droit, des Sciences Economiques et de Gestion de l'Université de Toamasina, sans aucune négligence de toutes les éducations reçues antérieurement au cours de la vie courante.

Nous voulons préciser que cet ouvrage n'aurait pu être réalisé sans l'aide et la contribution de certaines personnes à l'endroit de qui nous tenons à exprimer nos vifs remerciements, ainsi que notre profonde gratitude ; et nous soulignons en particulier à :

- Monsieur ANDRIANTIANA Mohajy notre encadreur enseignant qui a accepté la direction du présent mémoire et dont les conseils nous ont été d'une très grande importance, il nous a proposé le sujet et guidé dans la conception et la réalisation de ce travail.
- Monsieur RAZANAKOLONA Diny Chef d'Antenne Régional de l'O.M.E.F Atsinanana et Analanjirofo, notre encadreur professionnel qui a accepté de nous encadrer professionnellement malgré ses lourdes responsabilités, de nous offrir d'inestimables consignes tout au long de l'élaboration de ce mémoire.
- Monsieur Le Président de l'Université de Toamasina HORACE Gatien, car grâce à lui notre université a sa raison d'être jusqu'à présent.
- Monsieur Le Doyen de la Faculté de Sciences Economiques de Gestion VELONTRASINA Julien qui a toujours cherché les moyens de rendre meilleur notre Faculté
- Nous remercions également tous les enseignants qui nous ont permis d'acquérir l'ensemble des connaissances durant le cursus d'études au sein de la Faculté de Droit, des Sciences Economiques et de Gestion de l'Université de Toamasina.
- Enfin, nous tenons à exprimer une pensée particulière aux membres de notre famille qui ont beaucoup prié pour nous tout au long de la réalisation de ce travail.

RAELIJAONA Cynthia Eliette

LISTE DES ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

A.F.NOR : Association Française de Normalisation

D.S.R.P : Document de Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté

E.D.B.M : Economie Développement Board of Madagascar

F.F.O.M : Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces

F.O.B : Free On Board (Franco a Bord)

F.O.P : Fonction Publique

I.N.STAT : Institut National de la Statistique

I.P.P.T.E : Initiative en faveur des Pays Pauvres Très Endettés

I.S.O : International Organization Standardization

M.A.E.P : Ministère de l'Agriculture, de l'Elévage et de la Pèche

M.E.F.B : Ministère de l'Economie, des Finances et du Budjet

M.C.A : Milenium Chalenge Account

MIN.FOP : Ministère de la Fonction Publique

N : Année

N.B.S : National Bureau of Standards

O.M.E.F : Observation Malgache de l'Emploi et de la Formation professionnelle continue et entrepreneuriale

O.N.P.P.A.M : Office National Interprofessionnel des Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales

O.N.U : Organisation des Nations Unis

P.H.E.D : Poly Ethylène de Haute Densité

P.I.B : Produit Intérieur Brute

S.I.M : Système d'Information Marketing

S.M.EM : Société Malgache d'Emballage Metallique

SY.P.E.A.M : Syndicat des Producteurs d'Extraits Aromatiques Alimentaires et Médicinaux de Madagascar

T.R.I : Taux de Rentabilité Interne

U.S.A.I.D : United States Agency International Develpment

V.A.N : Valeur Annuelle Nette

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

MÉTHODOLOGIE

Notre choix du sujet inspire un double intérêt, personnel et professionnel, à l'égard des questions du développement régional.

A titre de méthodologie et pour avoir le maximum de données nécessaires à l'élaboration de l'étude, nous avons effectué des recherches auprès de divers centres de documentation et d'Information (OMEF, CITE Hairaha, …), quelques sites sur la géraniculture, au Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche et l'Institut National de Statistique (INSTAT). Enfin nous avons aussi effectué des sondages d'opinion auprès des ménages et consommateurs potentiels pour déceler leurs éventuels besoins ; ainsi que des descentes sur terrain afin de voir la réalité dans la région.

INTRODUCTION

Bien que Madagascar possède des potentialités naturelles et humaines réellement reconnues, son faible niveau de développement le classe parmi les pays les plus pauvres. Inverser cette tendance constitue un défi aussi bien pour le gouvernement que pour les sociétés malgaches en général. Madagascar a maintenant choisi la voie du libéralisme économique et laisse beaucoup plus de places aux opérateurs privés prêts à investir dans tous les secteurs d'activités où ils doivent jouer la libre concurrence. Il s'agit notamment de relancer l'économie nationale en créant des emplois et des richesses... Dans ce contexte, la création d'entreprises est plus que jamais d'actualité.

Les analyses menées récemment aboutissent toutes à la conclusion que l'une des stratégies à privilégier serait la promotion du secteur privé pour lutter contre la pauvreté et avoir une économie significative, dans une perspective de développement humain durable et soutenu.

En outre, nous savons que Madagascar est un exportateur majeur de produits naturels tels que les épices et les huiles essentielles. Beaucoup de ces produits viennent des plantes qui sont endémiques à Madagascar et servent ainsi comme produits de rentes importants dans le commerce des produits naturels.

La Côte Est particulièrement la Région Atsinanana sont constituées, en majeure partie, par des « Tanety » ou des sols de type ferralitique, marqués par l'abondance d'éléments minéraux et des qualités physico-chimiques plus ou moins bonnes favorables à la géraniculture.

Dans la région où l'on note une abondance des surfaces cultivées, on ne trouve, dans la majeure partie des terres cultivées, que les cultures de rente et les cultures vivrières de subsistance. La fertilité de ces sols est favorable pour pouvoir planter industriellement le géranium bourbon, plante à huile essentielle, qui peut pousser convenablement sur ces Tanety.

Cette plante est intéressante car son essence est une des essences les plus importantes utilisées en parfumerie. En raison de son odeur caractéristique, elle se prête tout particulièrement à la préparation d'une large gamme de produits de parfumerie de haut de gamme. Par conséquent, elle peut être considérée comme source potentielle de devises.

Nous nous intéressons à cette plante qui pourrait améliorer le niveau de vie des cultivateurs dans la Région, en leur offrant une possibilité d'installation de culture

d'exportation. En effet, l'agriculture tient une place non négligeable dans le revenu des paysans de la région et ces derniers présentent une assez grande disponibilité en main d'œuvre.

Dans le cadre de l'analyse sur les secteurs porteurs d'emplois productifs, l' OMEF (ou l'Observatoire Malgache de l'Emploi et de la Formation professionnelle, continue et entrepreneuriale) prend part d'une toute première initiative à la réalisation du projet de culture de géranium pour diversifier les spéculations de région qui portent généralement sur l'autosubsistance. Suite à la requête de partenariat technique de MINFOP, le MCA a renforcé l'initiative de plantation de géranium dans toutes les régions de Madagascar.

Face à cette politique de l'Etat, nous envisageons de réaliser un « **PROJET DE CRÉATION D'UNE UNITÉ DE GÉRANICULTURE POUR EXTRACTION ET COMMECIALISATION DANS LA RÉGION ATSINANANA** »

Les huiles essentielles constituent un créneau particulièrement intéressant dans le cadre d'une diversification. Premièrement, parce qu'il s'agit de matières premières aromatiques à haute valeur ajoutée, permettant de valoriser, économiquement parlant, toute production horticole. Concrètement, cet aspect revêt un intérêt particulier pour un pays qui cherche à diversifier sa production par crainte de voir son économie s'effondrer à la moindre crise. Deuxièmement, il est possible d'extraire des huiles essentielles de plantes dont le potentiel est sous exploité.

Ce projet va apporter également une réponse aux principales problématiques suivantes :

- la réponse immédiate au marché,
- l'amélioration de revenus des paysans par la diversification et l'introduction de plantes pérennes dans la région.

De tout ceci, la première partie de cette étude est consacrée à l'identification du projet dans laquelle nous allons aborder la présentation générale du projet, l'étude du marché. Quant à la deuxième partie, nous présentons la conduite du projet dont les principales rubriques en sont la technique de conditionnement et de production, l'étude organisationnelle ainsi que la capacité de production envisagée. Enfin, la troisième partie sera consacrée entièrement l'étude financière du projet, à savoir la nature et le coût des investissements, les comptes de gestion et l'évaluation du projet.

PREMIERE PARTIE :

IDENTIFICATION DU PROJET

Cette première partie comportera trois chapitres. Le premier chapitre est consacré à la présentation du projet en tenant compte des caractéristiques en suite le but, objectif et intérêt du projet, en fin la monographie de la zone. Le deuxième consiste à faire une étude du marché ciblé en analysant la demande et l'offre. Il viendra y ajouter d'étude de la concurrence. Enfin, le dernier chapitre nous amène à montrer les planifications stratégiques et politiques et les stratégies marketing à adopter.

CHAPITRE I : PRÉSENTATION GÉNEÉRALE DU PROJET

Le présent projet consiste à implanter une unité d'extraction de l'huile essentielle de GÉRANIUM dans la Région Atsinanana. Pour mieux cerner l'étude, les caractéristiques du projet sont présentées ci - après avec les coordonnées de son lieu d'implantation.

SECTION 1 : CARACTERISTIQUES DU PROJET

D'abord une analyse descriptive de la dite plante et de la problématique est nécessaire. Ensuite, les objectifs et les intérêts de ce projet sont indiqués dans les paragraphes qui suivent.

1.1 . Plante « GÉRANIUM »

1.1.1. Généralités sur la plante.

Historique :

Originaire du Cap de Bonne Espérance (Afrique Australe) le géranium a été introduit en Europe vers la fin du 17ème siècle.

L'utilisation du géranium par les industriels de la parfumerie a débuté au 19ème siècle.

La culture a pris naissance en Grèce, puis se développait rapidement en Algérie vers 1880.

Ensuite, La Réunion devint, et durant fort longtemps, le premier producteur mondial d'huile essentielle de Géranium.

L'Algérie et La Réunion ont ensuite vu leurs productions diminuées progressivement à cause de la cherté de la main d'œuvre

- L'Algérie de 120 tonnes en 1925 à 10 tonnes en 1950.
- La Réunion de 172 tonnes en 1925 à 62 tonnes en 1972, à 25 tonnes en 1991.

Il commençait à être cultivé à Madagascar dans les années 80, et est connu sous le nom de *« MPIANDRIVELONA »*. Le cas de La Réunion intéresse plus particulièrement Madagascar. La baisse de sa production a amorcé la production du géranium de type « bourbon » à Madagascar.

Les huiles essentielles sont des substances volatiles et odorantes, sécrétées par des parties spécifiques de certains végétaux, parmi lesquels le géranium. Ce sont des composés aromatiques liquides, en général insoluble dans l'eau, mais totalement solubles dans les

alcools, dans l'éther et dans les huiles végétales et minérales. En général, elles ne sont pas

grasses au toucher. Elles sont utilisées pour apporter de la saveur et un arôme à certaines boissons. Ce sont les ingrédients de base pour la préparation des parfums.

D'après les analyses des essences produites à Madagascar, le taux de GUAIADIENE est relativement élevé de l'ordre de 5 à 6%, ce qui fait l'originalité de nos essences et pourrait être un jour l'origine du label malgache.

Origine : Le Géranium bourbon est originaire de la Réunion. Connu depuis le XIX° siècle, il était alors considéré comme un vulnéraire exceptionnel, capable de souder les fractures.

Famille : Des Géraniacées.

Genre : Pélargonium

Variété : Bourbon

1.1.2. Description botanique.

Il y a différentes espèces de géranium générées par deux groupes de plantes distinctes mais voisins : le Pelargonium est le vrai géranium.

Les vrais Géranium sont des plantes presque toujours herbacées et vivaces. Leurs fleurs sont très régulières et on compte seulement une ou deux fleurs par pédoncule. Les feuilles très fines sont excessivement découpées.

Les Pelargonium, quant à eux, sont vivaces et contrairement aux autres géraniums, leurs fleurs sont assez irrégulières. Le calice est profondément divisé en 5 parties inégales. A la base de l'une de ces parties, on remarque une cavité étroite, nectarifère, que les botanistes nomment un éperon, soudé contre le pédoncule.

Les feuilles sont duveteuses, rugueuses, découpées à l'extrême et fortement aromatiques pour certains. La classification botanique suivante :

Règne : VEGETAL

Sous règne : METAPHYTE

Embranchement : CORMOPHYTES

Sous embranchement : ANGIOSPERMES

Classe : DICOTYLEDONES

Sous classe : DIALYPETALES

Série : DISCIFLORES

Ordre : GERANIALES

Famille : GERANIACEES

Genre : PELARGONIUM

Espèces : Géranium

Variété : Bourbon

Méthode d'extraction : Distillation à la vapeur d'eau.

Parties utilisées : Feuille, rameaux

Mode de culture : Conventionnel.

L'unité a choisi le type bourbon car il produit l'huile la plus recherchée dans le monde par son arôme exceptionnel.

1.1.3. Les exigences du Géranium.

Elles définissent les conditions nécessaires pour la culture afin d'obtenir un meilleur rendement de biomasse d'huile essentielle.

a- Exigences climatiques

- **La température** : C'est un facteur important pour la culture de géranium Car cette plante a besoin de chaleur pour constituer ses essences. Sa température favorable se situe entre 18 et 34°C, par contre, le géranium ne supporte pas une température inférieure à 5°C et est très sensible aux gels.
- **La lumière** : C'est une plante héliophile. Elle exige une forte insolation pour l'obtention d'une haute teneur en principes actifs (huile essentielle). Sans lumière, ses feuilles se décolorent et s'amoindrissent. Il faut donc choisir un terrain bien exposé au soleil, jouissant d'une forte luminosité. Il faut éviter les plantations très serrées. Cependant, un grand écartement provoquerait une signification plus importante au détriment des feuilles.
- **L'eau** : Le géranium ne supporte ni une forte humidité, ni une sécheresse prolongée. Le crachin pendant l'hiver est favorable à son développement. Les pluies persistantes lui sont dommageables et pourront favoriser les maladies cryptogamiques. La sécheresse, par contre, ralentit sa croissance.

b- Exigences édaphiques

Le géranium préfère les sols sains, légers et riches. La culture sur terres lourdes est à déconseiller. L'importance des exportations en potassium et surtout en calcium par les récoltes entraîne le dépérissement des plantes. La restitution de ces éléments est donc indispensable.

SECTION 2 : BUT, OBJECTIF ET INTERET DU PROJET

2.1. But et objectif du projet

Madagascar est caractérisé à la fois par la richesse de ses ressources naturelles et humaines que par la faiblesse de son économie.

Actuellement, le Gouvernement Malagasy a ainsi mis en œuvre, depuis plusieurs années, une stratégie globale pour un développement rapide et durable. Cela n'est pas toujours évident en terme de revenu des ménages parce que le pays plonge dans une crise économique très profonde et une instabilité observée des prix à la consommation ; hausse globale du prix du carburant et du prix du riz au début de l'année 2005, les tarifs élevés de la JIRAMA.

Rappelant que dans cette région, nous observons une abondance de main d'œuvre mais nous ne trouvons que des cultures de subsistance. C'est la raison pour laquelle, nous allons choisir la plantation de culture d'exportation du Géranium. Selon les estimations, le secteur des produits naturels de Madagascar est à l'origine de plus de $ 250 millions en exportations annuelles.

La croissance des exportations et la compétitivité du secteur des produits naturels constituent un pas important dans le développement économique du pays.

Alors, cette étude tiendrait à répondre aux besoins de la Nation et de la population locale (régions, Districts et communes) en mettant en valeur les potentialités agricoles de la région.

Son intégration dans la région Atsinanana contribuerait certainement à son développement économique.

Les objectifs de l'unité sont de cultiver et d'extraire des huiles essentielles de géranium bourbon, ayant la qualité propre aux normes internationales, destinée à l'exportation.

2.2. Intérêt du projet

Dans le cas du présent projet, du point de vue socio-économique, le secteur agro-industriel est un phénomène à grands impacts comme la création de nouveaux emplois dans

certaines branches d'activités telles que la plantation et la production d'huile essentielle ; et ce système couvre 2 aspects principaux du développement du pays à savoir :

- la santé de tout le monde et utilisation à toutes sortes de maladies (anti – inflammatoire, plaies, coupures, hémorroïde, vaginales, digestives, rhumatisme…), produits utilisées par l'Homéopharma.
- la promotion des femmes ou des hommes : la beauté (le massage, le parfum,…).

D'aucuns n'ignorent que l'affluence des opérateurs étrangers dans le pays drainent avec eux des supports techniques plus efficaces pour favoriser la culture du Géranium partout dans le pays ainsi que d'autres opérateurs qui assurent la collecte et la vente des produits (soit des masses vertes, de l'huile essentielle) sur le marché international.

Il en résulte que, la relance de l'économie requiert la remise en confiance des investisseurs tant nationaux qu'étrangers. C'est pourquoi, l'Etat malagasy adopte une politique de promotion des investissements, par la mise en place d'un système de facilitation de l'implantation des investisseurs étrangers sur place, par la remise en question des problèmes sur la lenteur administrative, par l'acquisition des terrains et la modification ou bien l'amélioration apportée sur le code des investissements applicables à Madagascar, en d'autre terme un environnement sain où tout se joue sur la libre concurrence et l'économie de marché.

En définitive, on peut affirmer que l'analyse des contextes environnementaux donne une idée sur la réussite du projet car grâce à la connaissance du milieu, on se sent plus en sécurité et sûr d'investir en rapport avec les opportunités et les menaces que l'on peut rencontrer ainsi que les forces et les faiblesses (interne et externe) liés au projet avant même le lancement définitif. Cela est indispensable pour la survie du projet et pour son efficacité.

SECTION 3 : MONOGRAPHIE DE LA ZONE

I.1. Contexte physique et environnemental

I.1.1. Caractéristiques physiques

La Région Atsinanana doit son originalité à son relief. C'est son altitude qui la distingue des autres Régions avoisinantes. Effectivement, son paysage est caractérisé par une zone de plaines basses et étroites étirées du Nord au Sud le long du littoral et d'une zone de déclivité de plus en plus accidentée en mesure qu'elle gravite vers l'ouest. La Région embrasse ainsi des formes variées de la côte à l'intérieur : plaine côtière, zones de collines et hauts massifs cristallins, ce qui lui fait l'une des plus diversifiées de Madagascar.

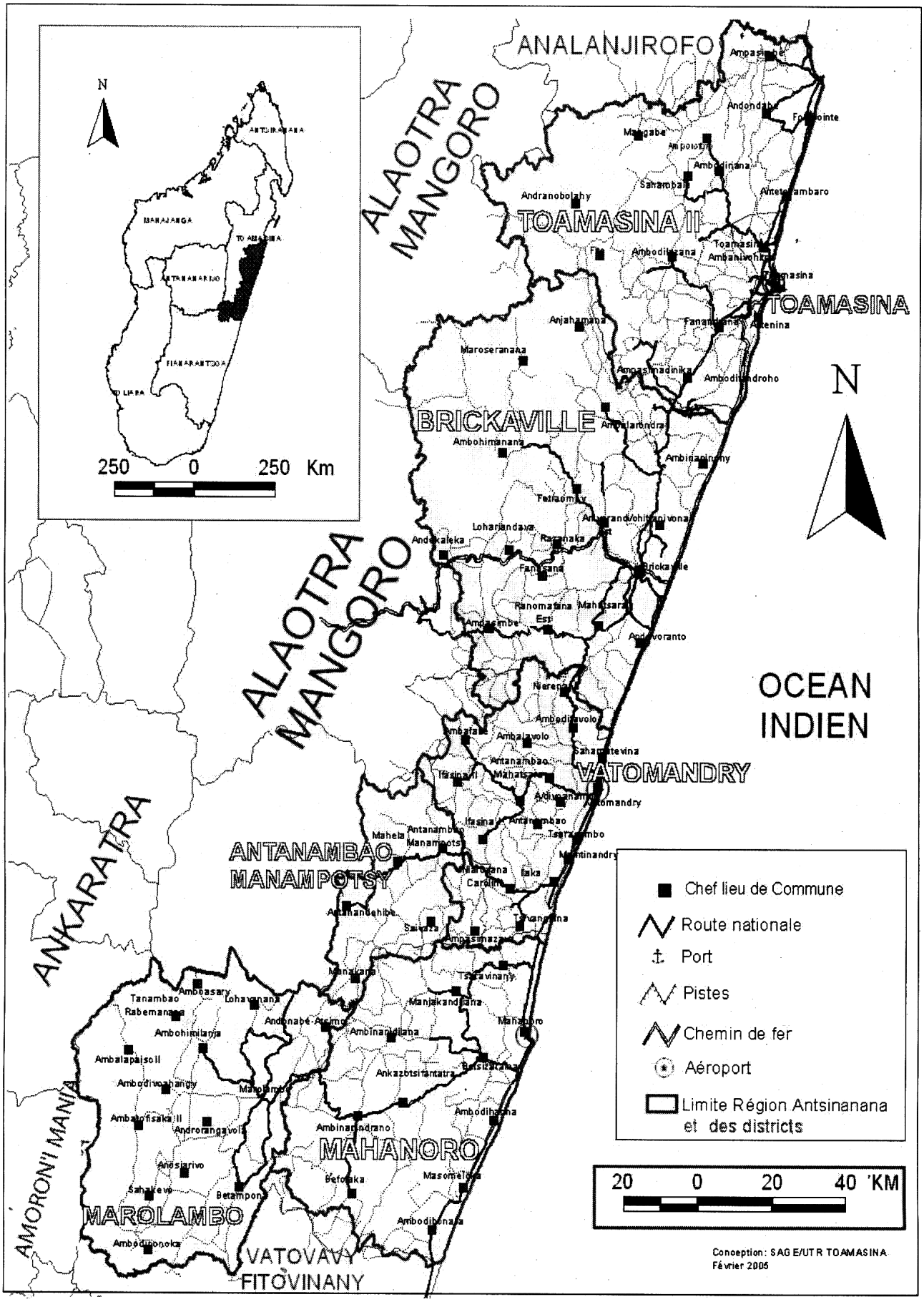
Le relief accidenté caractérise la partie occidentale de Vatomandry et le centre du district de Mahanoro. Les districts de Marolambo, Antanambao Manampotsy, et l'Ouest de Mahanoro sont des zones à haute altitude, où prédominent des massifs forestiers et des collines couvertes de Savoka ou parfois des cultures de rente et vivrières sur brûlis ou tavy. En ce qui concerne la plaine côtière, celle-ci est délimitée par des systèmes d'élévations et de rivages littoraux. Cette partie recèle une énorme potentialité agricole grâce à la meilleure qualité de ses sols.

La Région Atsinanana est desservie par de nombreux cours d'eau, la plupart à courant rapide sur la partie moyenne de leur cours. La navigabilité est limitée par la présence de nombreux seuils de rochers, au fur et à mesure que l'on pénètre à l'intérieur des terres. Le débit des eaux est fortement lié à la pluviométrie et les rivières réagissent vite à celle-ci. Les crues sont soudaines et violentes pendant la saison de pluies. Toute la zone côtière comprend une multitude de bacs et de ponts, souvent emportés ou détruits lors des crues.

En ce qui concerne le climat, l'influence de l'alizé toute l'année est une des caractéristiques du littoral oriental, ce qui entretient des températures modérées dont les moyennes se situent entre 18 à 28°C. Le climat de la Région est du type tropical chaud et humide avec une forte pluviométrie annuelle. La pluie s'amoindrit au fur et à mesure que l'on avance vers l'intérieur.

Deux types de terrains géologiques caractérisent cette région : les terrains sédimentaires et les terrains cristallins. Les terrains sédimentaires caractérisent la partie Nord-Est et Sud-Est. Il s'agit d'alluvion, de sables, de dunes vives, de grès peu solidifiés, bordant la côte de Toamasina à Mahanoro. Les terrains cristallins de type Infra graphite concernent la partie de Toamasina I - II et Brickaville. Mais la formation des pegmatites est remarquée dans la partie de Vatomandry, Mahanoro, Marolambo et Antanambao Manampotsy.

I.1.2. Carte de la région Atsinanana



I.1.3. Ressources naturelles exploitables

La Région Atsinanana est aussi riche en forêt et environnement. En effet, elle possède des domaines forestiers et des aires protégées, qui sont des potentiels considérables pour l'écotourisme, et il y a également l'exploitation et la production forestière. On peut citer entre autres les bois de valeur tels que le Palissandre, le Merana, l'Amboara et le Varongo.

La pratique traditionnelle des cultures sur brûlis et des mises à feu pour le renouvellement des pâturages est l'un des facteurs qui freinent le développement de la Région. L'environnement continental se dégrade actuellement par suite de déforestation amplifiée et la pratique des techniques traditionnelles comme le tavy. Même le corridor de la falaise Betsimisaraka commence à disparaître.

En ce qui concerne l'environnement marin, les cyclones chroniques provoquent des érosions sur la côte littorale. Il n'y a plus protection des berges. Par exemple, pour la ville de Vatomandry, on ne trouve plus des haies anti-érosives au bord de la mer (filao, voatronaka, etc…).

I.2. Contexte social

Le contexte social comprend essentiellement la démographie, la santé, l'éducation, la sécurité, la communication et l'énergie.

I.2.1. Démographie

La ville de Toamasina I représente la plus faible superficie, soit 0,13% mais il est le premier en terme de densité de population qui est de 7 061,50 habitants/km². Suivie par, les districts de Mahanoro et de Vatomandry représentent des densités de populations atteignant près de 60 habitants/km².

Tableau N° I : Superficie et population de la région

Districts	Superficie (en km²) (1)	Pourcentage superficie	Nombre communes (1)	Population 2004 (2)	Pourcentage population	Densité de population (habitant/km²)
Toamasina I	28	0,13%	1	197 722	17,70%	7 061,50
Toamasina II	5 063	22,62%	17	188 295	16,86%	37,19
Brickaville	5 297	23,67%	17	172 944	15,48%	32,65
Vatomandry	2 732	12,21%	19	158 720	14,21%	58,10
Mahanoro	3 857	17,23%	11	233 306	20,88%	60,49
Marolambo	3 764	16,82%	14	132 390	11,85%	35,17
Antanambao Manampotsy	1 641	7,33%	5	33 742	3,02%	20,56
REGION	**22 382**	100,00%	**84**	**1 117 119**	100,00%	**49,91**

Source : PRD Atsinanana, 2005; (2) INSTAT, 2004

Rapport-Gratuit.com

L'évolution et quelques caractéristiques de la population dans la région se résument également dans le tableau suivant : un taux de croissance assez élevé de l'ordre de 4,34%, une espérance de vie de 57,6 ans, et une majorité de la population vivant encore dans la pauvreté avec un taux de 70% de la population total.

Tableau N° II : Les caractéristiques de population de la Région Atsinanana

Taux de chômage	Taux de natalité	Taux de mortalité	Taux de croissance	Espérance de vie	Taux de pauvreté	Taille de ménage
7,27%	25,6 ‰	8,18 ‰	4,34 %	57,6 ans	69,8% de ménages	Plus de 5,5

Source : Tableau de bord social (INSTAT : PNUD) Décembre 2002

Le tableau suivant présente la population de la région Atsinanana selon la classe d'âge et le sexe. Les femmes dépassent légèrement les hommes, elles représentent 50,09% de la population régionale ; la population est plutôt jeune car 44,47% ont 14 ans et moins et la moitié se situent entre 15 et 59 ans. Ceux qui ont plus de 59 ans ne représentent que 4,19% de la population, c'est évident puisque l'espérance de vie dans la région est de 57,6 ans.

Tableau N° III : Population de la région Atsinanana selon la classe d'âge et le sexe

CLASSE D'AGE	HOMME	Part	FEMME	Part	TOTAL	Part
Enfants âgés de moins de 6 ans	122 400	21,96%	121 500	21,71%	243 900	21,83%
Population scolarisable (âgée de 6 à 10 ans)	74 900	13,43%	73 300	13,10%	148 200	13,27%
Adolescents âgés de 11 à 14 ans	52 600	9,43%	52 100	9,31%	104 700	9,37%
Individus âgés de 15 à 59 ans	283 200	50,80%	290 300	51,88%	573 500	51,34%
Individus âgés de plus de 59 ans	24 400	4,38%	22 400	4,00%	46 800	4,19%
Total	**557 500**	**100,00%**	**559 600**	**100,00%**	**1 117 100**	**100,00%**
Pourcentage selon sexe	**49,91%**		**50,09%**			

Source : INSTAT, 2004, les 22 régions en chiffre

I.3. Contexte économique et organisationnel

I.3.1. Contexte économique national

En 2004, 72,1%[1] de la population malgache vivent au dessous du seuil de pauvreté (le taux est de 77,3% en milieu rural). L'agriculture est l'activité principale car elle occupe

[1] INSTAT, janvier 2006, EPM2004

environ 63,6% des ménages malgaches en 2004, (le taux est de 74,5% en milieu rural) mais la plupart sont des petits exploitants. Paradoxalement, le poids de l'agriculture dans le PIB est assez faible, il s'est situé à 17.5% en 1990 et 15.3% en 2001. Les principaux produits agricoles sont notamment les produits de rente tels que le riz, le café, la vanille, le girofle, le poivre, la canne à sucre, le cacao, les crustacés, et les produits de l'élevage tels que les bovins, les ovins et les caprins.

La politique économique de l'Etat est inscrite dans le DSRP ou Document de Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté, qui est lié à l'Initiative en faveur des Pays Pauvres Très Endettés (IPPTE). C'est un programme de développement et de lutte contre la pauvreté. Ce programme comporte trois « Axes stratégiques » et la présente étude sur la région Atsinanana s'inscrit dans l'axe n°2 : « Susciter et promouvoir une croissance économique à base sociale très élargie. Les stratégies[2] consistent en la dynamisation du secteur privé et l'ouverture de l'économie malgache à une plus grande concurrence.

I.3.2. Contexte économique régional

I.3.2.1. Activités de la population (secteurs d'activité)

Selon les résultats de l'enquête effectuée dans la région, le secteur primaire domine et occupe 66% des activités. Le secteur tertiaire arrive en deuxième position avec 30% suivi du secteur secondaire avec seulement 4%. Les cinq branches d'activités dominantes sont, entre autres, l'agriculture, le commerce de détail, l'élevage et pêche, l'Hôtel-restaurant et enfin l'enseignement.

Comparée à la situation en 2001, la dominance du secteur primaire reste encore, mais on constate la croissance du secteur tertiaire, dû probablement à l'activité de commerce et au tourisme. L'agriculture tient la première place dans le secteur primaire (74,67%), suivi de loin par la pêche (3,33%) et enfin l'élevage (1,5%).

Tableau N° IV : Répartition de la population active de la région, selon les secteurs d'activité en 2001

District	Branche du Secteur primaire			Secteur primaire	Secteur secondaire	Secteur tertiaire
	Agriculture	Pêche	Elevage			
Toamasina I	0,20	0,60	5,00	**5,80**	**36,20**	**58,00**
Toamasina II	76,87	9,40	1,60	**87,87**	**6,70**	**5,43**
Vatomandry	87,15	5,20	0,00	**92,35**	**0,09**	**7,56**
Mahanoro	91,90	1,45	0,90	**94,25**	**0,45**	**5,30**
Antanambao Manampotsy	95,92	0,00	0,00	**95,92**	**0,00**	**4,08**
Marolambo	96,00			**96,00**		**4,00**
REGION 2001	**74,67**	**3,33**	**1,50**	**78,70**	**8,69**	**14,06**
REGION 2005 (1)				**66,00**	**4,00**	**30,00**

Source : calculs à partir des bases de données de « Cornell University – Ilo » en 2001
(1) KAIZEN, 2005 (Répartition des activités)

I.3.2.2. Niveau de revenu (pauvreté)

La majorité des malgaches vivent encore en dessous du seuil de pauvreté (=1$/jour[3]), le revenu moyen de la population dans la région Atsinanana confirme cette tendance, avec 438 000 Ariary/tête/an, soit près de 0,6$/jour/personne. C'est même encore en dessous du revenu par tête au niveau national enregistré en 2002, soit 0,79$/jour/personne[4].

Tableau N° V : Revenu moyen par tête dans la région Atsinanana

LOCALITE	REVENU MOYEN (AR / TETE / AN)
Région Atsinanana	438 000
District de Vatomandry	547 500
District de Mahanoro	511 000
Communes rurales de la région	328 500

Source : KAIZEN, 2005

I.3.2.4. Financement

Les résultats de l'enquête dans la région montrent que la majorité des unités de production autofinancent leur activité, tant pour les secteurs formels (72%) que pour les secteurs informels (75%). Moins de 10% des organismes enquêté annoncent n'avoir pas besoin d'autres financements.

[3] Seuil fixé par l'ONU

[4] MEFB, 2002, le PIB/habitant/an était de 291$.

Tableau N° VI : Financement des unités de production dans la région

Auto financement	Formel	Informel
Oui	72,32%	75,33%
Non	27,68%	24,67%
Total	**100,00%**	**100,00%**
Besoin en financement	**Formel**	**Informel**
Oui	8,93%	3,33%
Non	91,07%	96,67%
Total	**100,00%**	**100,00%**

Source : KAIZEN - OMEF, 2005

CHAPITRE II : ÉTUDE DU MARCHÉ

Les informations marketing à Madagascar semblent difficiles à se procurer, faute de disponibilité et d'organisation. Ce fait est d'autant plus aigu en matière de données sectorielles et / ou régionales.

Ces conditions rendent les techniques scientifiques connues d'étude de marché relativement inefficaces (élasticité de la demande, enquête d'intention d'achat, marché témoin…).

Il est donc recommandé d'exploiter les renseignements obtenus et de les interpréter prudemment, ce qui motive la simplification du contenu de ce chapitre pour obtenir une vision correcte de l'état du marché. L'étude du marché joue un rôle très important dans un projet de création d'une entreprise car elle vise à connaître effectivement les besoins à satisfaire sur le marché (avoir une connaissance globale du marché, faire une recherche sur le prix, le produit, …) et à étudier les opportunités d'un créneau porteur, autrement dit amener une rentabilité.

Ce chapitre, est subdivisé en cinq sections :

- description du marché
- analyse de la demande
- analyse de l'offre
- analyse de la concurrence
- politique et stratégie marketing à adopter ou marketing mix

SECTION 1 : DESCRIPTION DU MARCHÉ

1.1. Définition[5]

Concept géographique : « Le marché est un lieu de rencontre de l'offre et de la demande, et où s'effectue l'échange de propriétés d'un produit ».

Concept financier : « Le marché est une offre et une demande, un contrat de fourniture d'un produit ou service ».

[5] RAZAFIMBAHINY Christian Alphonse ; Manuel de Marketing pour Madagascar ; Edition CECOR ; Année 2006 ; 230 pages

Concept marketing : « Le marché c'est l'ensemble des individus (population, entreprise, organisation,…) qui consomment ou susceptibles de consommer un produit ou un service dans une zone géographique donnée et pour une période de temps définie ».

1.2. Etude de marché proprement dite

L'étude sert à analyser l'offre et la demande, qui consiste à tirer partie de la connaissance du marché pour élaborer les programmes marketing dont dépendent la production et l'administration financière.

Notre étude de marché se rapporte :

- aux usagers, pour prévoir le mode d'achat et le prix.
- à la concurrence, pour adopter la meilleure stratégie selon la durée de vie du profit.
- à l'information économique sur tout ce qui influence l'offre et la demande, en raison de la variation politique, monétaire, démographique….

Progressant du général au particulier, notre étude du marché utilise les techniques et les méthodes du S.I.M (Système d'Information Marketing). Elle peut être détaillée par des « études directes », comme celle de la motivation ou de l'exploitation du panel.

En effet, un marché n'existe que par la présence simultanée de clients solvables et motivés ou groupes d'acheteurs susceptibles d'acheter les produits proposés. Dans le cas du Géraniculture, la plupart des produits sont basées sur l'exportation. Les huiles essentielles sont utilisées dans des centaines de produits, principalement dans les arômes alimentaires, les produits de beauté, et les parfums. Traditionnellement, le commerce des huiles essentielles se fait par l'intermédiaire des revendeurs qui achètent auprès des producteurs et exportent aux traiteurs ou aux fabricants de produits finaux dans les pays importateurs. Aujourd'hui, le commerce se fait de plus en plus entre producteurs et transformateurs ou utilisateurs finaux.

De nombreux acheteurs d'huiles essentielles naissent du fait du nombre croissant d'applications du produit. La principale application se trouve dans l'industrie de l'arôme et des fragrances. Les entreprises, dans cette industrie, incluent des fabricants de parfums, les fabricants de produits cosmétiques, les fabricants de médicaments (Homéopharma) et les entreprises d'aromathérapie dont le développement est récent.

En somme, pour qu'un marché existe, il faut que 3 éléments soient satisfaits :

- un besoin clairement défini et susceptible d'exprimer par une demande solvable.

- une demande qui soit prête à payer un produit ou service pour satisfaire un besoin ressenti.
- une offre qui propose un produit ou service répondant plus ou moins à ce besoin exprimé.

Pour cela, il nous faut analyser la demande, l'offre, l'action de la concurrence pour mieux apprécier les besoins qui semblent très importants, dans la mesure où nous en sommes en phase d'implantation dans une zone moins connue.

SECTION 2 : ANALYSE DE LA DEMANDE ET DE L'OFFRE

2.1. Analyse de la demande

« La demande est un besoin ressenti par un individu, susceptible de se traduire par une décision d'achat ».

Pour notre cas, l'analyse de la demande est basée précisément sur les données statistiques existantes (venant d'autres sources d'informations), les plus récentes possibles pour le choix de la population cible et pour mettre en évidence l'action commerciale que nous envisageons de pratiquer tout au long de notre opération.

Pour cela, nous divisons notre étude de la demande en trois sous sections pour plus d'informations possibles, à savoir :

- diagnostic de la demande
- évolution de la demande globale
- impact économique

2.1.1. Diagnostic de la demande.

Les principaux marchés d'huiles essentielles sont : USA, Canada, Europe, Japon. D'une façon générale, il apparaît que l'offre est nettement insuffisante par rapport à la demande qui est très importante, mais on ne prévoit pas une augmentation de la demande d'huiles essentielles naturelles du fait que la consommation du produit synthétique est en rapide expansion.

La demande totale est de 150 tonnes / an dont la majorité pour l'Europe. Selon « THE PUBLIC LEDGER » en Mars 2006, la part de marché de Madagascar est de 412kg exportées en 2004.

Le marché potentiel est la possibilité d'opportunités pour Madagascar de fournir jusqu'à 10T/an avec un prix intéressant jusqu'à 100$/kg si meilleure qualité.

Le prix de l'huile essentielle est de 50.00 à 78.00$ /kg sur le marché international, suivant la qualité du produit par rapport au principal pays producteur renommé international comme la Chine et l'Egypte. Les normes fréquemment utilisées sont les normes ISO et ASTA. Il est difficile pour Madagascar de concurrencer ces deux pays, sauf si Madagascar peut produire la qualité « BOURBON » comme celle de ce présent projet dont nous allons envisager de produire dans notre projet.

2.1.2. Evolution de la demande.

L'évolution de la demande du marché est un point très important à surveiller de près pour pouvoir appliquer une bonne politique de produit, prix, placement, promotion afin de s'adapter au marché spéculatif (exemple : évolution du produit synthétique).

La gamme d'huiles essentielles est si vaste qu'il est impossible de déterminer la production totale dans le monde ; néanmoins, en sélectionnant les principales variétés, soit une cinquantaine environ, on estime la production à 40 000t /an d'huiles essentielles (source MCA Madagascar).

Ce cas réel nous montre que la demande d'huiles essentielles de géranium évolue indéfiniment

a) La demande locale

Les huiles essentielles de géranium sont très peu commercialisées sur le marché local, les consommateurs sont donc très peu nombreux. A Madagascar, il n'y a que deux catégories de demandes d'huiles essentielles sur le marché local :

- les huiles essentielles dont leurs constituants sont utilisées dans les industries pharmaceutiques : les essences ainsi obtenues sont vendues directement aux usines utilisatrices.

  Exemple : OFAFA, FARMAD, HOMEOPHARMA

- les huiles essentielles utilisées dans l'industrie cosmétique.

  Dans ce cas, les entreprises fabriquent leurs propres produits à partir des matières achetées sur place.

  Exemple : Savonnerie tropicale

Tableau N° VII : Demandes locales de huiles essentielles

Industries	Pourcentage	Quantités demandées / an (tonnes)
Industries de parfumerie et pharmaceutiques	65%	7
Industries agroalimentaires	15%	1
Industries de cosmétologie	20%	2
Total	**100%**	**10**

Source : nos propres enquêtes

La part du marché local n'est pas suffisante et ne présente qu'une minorité. A cet effet, la recherche des éléments étrangers sur le marché international serait nécessaire. Cependant, les grands utilisateurs de l'huile essentielle de géranium se trouvent à l'extérieur.

b) La demande internationale.

L'huile essentielle du géranium de Madagascar est la plus connue et la plus appréciée dans le monde de la parfumerie. Mais il n'est pas facile de vendre nos produits aux utilisateurs finaux à cause du facteur d'éloignement.

Par conséquent, le produit parcourt un long projet et passent à différentes étapes, avant d'être à la portée des consommateurs. Il existe plusieurs intermédiaires entre le consommateur et le producteur.

On assigne aux intermédiaires 5 fonctions principales :

- la fonction de contrat : l'intermédiaire constitue à cet égard un relai efficace.
- la fonction d'assortissement : l'intermédiaire a plusieurs sources d'approvisionnement et il peut proposer divers assortissements
- la fonction de distribution physique : cette fonction comporte essentiellement les opérations de stockage et de livraison.
- la fonction stimulation de la demande : il s'agit ici d'un effort déployé par l'intermédiaire pour faciliter l'écoulement du produit.
- La fonction d'information : dans ce dernier, l'intermédiaire est plus près du consommateur et il espère recueillir auprès de ses intermédiaires des informations susceptibles d'intéresser sa politique commerciale.

Sur le marché Européen, il occupe la majorité des importations et utilisation des essences ou autres extraits végétaux.

Les pays Européens importent plus de 100 tonnes d'huiles essentielles par an et les grands utilisateurs sont les industries de parfumerie 40% et 35% les agroalimentaires et le reste pour les industries de cosmétologie.

Tableau N° VIII : Demandes d'huiles essentielles en Europe.

Industries	**Pourcentage**	**Quantités demandées (tonnes)**
Industries de parfumerie	40%	40
Industries agroalimentaires	35%	35
Industries de cosmétologie	25%	25
Total	**100%**	**100**

Source : Service d'appui à l'exportation (2007)

Aux Etats-Unis, la totalité des importations en essences ou extraits végétaux dépasse les 225 tonnes/an dont 40% venant des pays orientaux tels que la Chine et l'Egypte

- 30% venant de la Réunion
- 20% venant du Maroc
- 10% venant pour les autres

Tableau N° IX : Demandes d'huiles essentielles aux Etats-Unis

Industries	**Pourcentage**	**Quantités demandées (tonnes)**
Industries de parfumerie	40%	90
Industries agroalimentaires	20%	45
Industries de cosmétologie	40%	90
Total	**100%**	**225**

Source : Service d'appui à l'exportation (2007)

Pour les Etats-Unis, presque la moitié des produits importés sont utilisés pour les produits d'esthétiques et de parfumeries.

2.1.3. Impacts économiques.

Les enquêtes effectuées dans l'Est de Madagascar (Mahanoro, Moramanga, Vatomandry) et sur les hauts- plateaux (Fianarantsoa, Ambositra et la périphérie d'Antananarivo), ont fait ressortir les difficultés de la filière « Huile Essentielle » à assurer les besoins monétaires des populations rurales. Cette filière ne peut donc être considérée comme une activité principale au même titre que la riziculture ou l'élevage. Elle reste une simple source de revenu d'appoint pour les paysans « dans la zone où ces matières vertes sont disponibles en grande quantité ».

Même si les retombées économiques locales de la valorisation des plantes aromatiques demeurent aujourd'hui peu importantes et difficiles à évaluer, il n'en est pas de même au niveau macroéconomique. En effet, la valorisation de certaines plantes à travers la filière Huiles Essentielles procure, aux opérateurs privés, plusieurs milliards d'Ariary et également, une somme non négligeable à l'Etat à travers le prélèvement des redevances, des ristournes et des impôts.

Certes, les retombées économiques locales ne sont pour le moment que dérisoires, mais la filière malgache d'huile essentielle rapporte plusieurs millions en devises. D'après les données de l'INSTAT (2005), l'exportation d'huiles essentielles rapporte en 2000 la somme de 4.40 millions d'euros ; 5,75 millions en 2001 ; environ 5,5 million en 2002 et 3,33 millions d'euros en 2004.

Cependant, malgré ce rôle macroéconomique majeur, la filière huiles essentielles n'a pas permis aux communautés locales de sortir de leur situation de vulnérabilité et de précarité, et la pression sur les ressources naturelles s'accroît. Néanmoins, une restructuration est observée, notamment à travers le montage de différents groupements, et aussi via la recherche de solutions concertées pour la conservation.

Il est intéressant de faire une étude de l'offre pour ou permettre de nous situer sur le marché et pour confirmer la pertinence du projet.

2.2. Analyse de l'offre

L'offre se définit comme un ensemble de services, de produits fournis pour satisfaire le besoin et la demande des consommateurs. L'offre doit correspondre à la demande. Ainsi, l'importance du secteur informel dans le secteur de distribution est une force ou contexte dont l'entreprise doit tenir compte.

2.2.1. Diagnostic de l'offre.

Elle représente une opportunité de marché international pour Madagascar, mais une condition est indispensable au niveau de la croissance de la production par rapport à la demande et la qualité. C'est un produit offrant une opportunité pour Madagascar au niveau du marché international, car le pays principal concurrent, comme la Chine, au niveau de la production, est en phase de déclin.

Les promoteurs Malagasy se regroupent dans une coopération de producteur pour mieux maîtriser le besoin du marché international et son évolution, à savoir Entreprise JACOB CHRISTOPHE, BIO EXTRA, BIO AROMA, SYPEAM, SOMALCO, SMIA, FIFIFI Organisme international gouvernemental, l'entreprise GERANIUM, l'HOMEOPHARMA…

Les principales régions de production sont : Lac Alaotra, Moramanga, Toamasina, Anjozorobe, Antananarivo.

Le potentiel de croissance rapide est de produire à très forte potentialité car le cycle de produit est court qui permet d'augmenter rapidement la production actuelle.

Tableau N° X : Exportation d'huiles essentielles à Madagascar (en tonne)

2005	**2006**	**2007**	**2008**
21	22	42	46

Source : INSTAT

Cette dégression de l'exportation est provoquée par la crise économique de 2001 mais depuis, la balance commerciale exige de se à rétablir de plus en plus mais reste encore insuffisante. Le solde de commerce extérieur s'est progressé à cause de la croissance du besoin des pays consommateurs et de l'importance du produit sur le marché. Le produit prend progressivement sa place dans le monde moderne où la société actuelle utilise beaucoup ces produits au niveau de la parfumerie, cosmétique, pharmaceutique, aromatique et que le besoin fait sa propre promotion sur le produit.

Plus de la moitié de la production mondiale est assurée par les pays en voie de développement qui jouent un rôle important sur le marché extérieur.

Mais, on rencontre parfois des contraintes majeurs de production dont :

- faible niveau de productivité
- non maîtrise de technique de production de géranium
- inexistence de mécanisme de financement pour les producteurs
- inexistence des normes

2.2.2. Estimation de l'offre

L'huile essentielle de géranium malgache est très recherchée sur le marché international grâce à ses qualités. Cependant, on ne peut pas imposer le prix sur le marché si on n'arrive pas à offrir une certaine quantité (500 – 1000 kg). Le problème actuel pour chaque société exportatrice se focalise sur cette quantité.

Le volume fourni doit être plus de 50kg à chaque livraison. Les prix de kilo des huiles varient **de 140 000 à Ar 220 000.**

Par rapport au nombre abondant des exportateurs, on peut déduire que le marché des huiles essentielles représente encore une grande opportunité sur le marché international; une possibilité de partenariat est fortement possible au niveau du producteur des matières premières et les opérateurs, étant donné que la demande est encore supérieure à l'offre.

a) L'offre locale.

Les distillateurs informels opèrent dans le triangle de Vavatenina, Soanierana Ivongo, Toamasina et pratiquent la sous-traitance.

Le SYPEAM (Syndicat des Producteurs d'Extraits Aromatiques Alimentaires et Médicinaux de Madagascar), qui regroupe 60 à 70% des industries malgaches d'extraction, a participé au symposium sur la normalisation (Maurice), au Forum Agricole Business (Zimbabwe), pour faire connaître sur le marché international la qualité et les spécificités des huiles essentielles malgaches.

Bien que nous soyons certains que la transformation en huiles essentielles est présente sous forme informelle, les documents adéquats sur les différents opérateurs et les statistiques de productions ne sont pas toujours aisément disponibles. C'est précisément notre objectif de créer une entreprise formelle. Entre temps nous devrons chercher les informations auprès des producteurs de géranium, non pas en tant que plantes ornementales mais comme matières premières pour la fabrication d'huiles essentielles. Dans notre cas, ce sont les planteurs de géranium dans la Région ATSINANANA qui nous ont inspiré ce projet. Les essais de transformations sont en cours et c'est là que notre projet entre dans le processus, en vue du développement durable de cette région.

Mais en 2000, notre pays a fait un grand effort (21 tonnes) après une faible production 681 kg en 1999. Nous pouvons donc conclure que le marché n'est pas encore saturé pour notre projet.

Dans notre recherche, Anjozorobe prend la place du pionnier dans la culture de géranium à Madagascar. Elle a commencé en 1991. Quant aux rendements, elle a exporté 400kg d'huile essentielle de cette plante en 1995 qui représente 80% de la production de Madagascar.

Le développement du marché dépend de la régularité de produit et de l'assurance des parfumeurs d'être toujours ravitaillés à des prix assez stables.

Actuellement, l'huile essentielle de géranium Malgache est très recherchée pour sa meilleure qualité, ainsi, elle est la plus chère huile essentielle de géranium du monde.

SECTION 3 : ANALYSE CONCURRENTIELLE

Par définition, la concurrence englobe toutes offres rivales, actuelles ou potentielles qu'un acheteur peut prendre en considération.[2]

L'existence des concurrents ne doit pas constituer un obstacle pour l'entreprenariat ni un prétexte pour rebrousser chemin. En fait, la concurrence entre aussi en compte dans l'élaboration de la stratégie pour mieux se positionner sur le marché.

Dans notre étude, on distingue deux catégories de concurrents : les concurrents nationaux et les concurrents internationaux.

3.1. Les principaux concurrents

Le marché de l'huile essentielle est à dimension internationale. L'existence des partenaires qu'il soit distributeurs ou utilisateurs présente une dimension considérable et importante. La réputation de marque distinctive constitue un argument commercial crucial (importance de l'image) exemple : géranium de la Réunion ; que Madagascar devrait imposer son image de marque sur le marché international. On s'efforcera de développer une gamme spécifique pour imposer une image et ne peut être soumis à la tendance spéculative du marché.

Les principaux pays producteurs et concurrents sur le marché international sont : Indonésie, Brésil, Mexique, Inde, Chine, Haïti, Comores, Pérou, Maroc, Sri Lanka, Egypte, La Guinée, USA 1er rang producteur.

Mais les principaux marchés d'huiles essentielles sont : USA, Canada, Europe, Japon.

a) <u>Les concurrents nationaux</u>.

Ce sont des entreprises locales susceptibles d'exporter des huiles essentielles que nous présentons dans le tableau ci – après :

Tableau N° XI : Entreprises locales susceptibles d'exporter.

NOM FIRME	**NOM FIRME (groupement PRONABIO / SYPEAM)**
ABAMAD	BIOPLUS
SIPEAM	BIOMAX SA
BIOAROMA	CAIF/SHEM
BIOAROMA	COS D'AGUZON
BIOTECHNOLOGIE DE MADA	CNARD
GENERAL CHEMICAL	EXPAM/HOMEOPHARMA
HOMEOPHARMA	FANALAMANGA
PHAEL – FLOR	HERBORA
MADA TRADE UNION	ITO
ULARUM	LABEL CBA
SOMALCO	LEDAMA
SEPHAL	LES PLANTATIONS DE MON DESIR
SODICROIVAL	MILLOT
SYPEAM	PABION
SOTRAMEX	PARAPHARMA
SMCIA	PHAEL FLOR
GROUPE JCR	RAMANANDRAIBE
HEM SARL	SPPM
	SATRANA
	SAVONNERIE TROPICALE
	SCRIMAD
	SOAVOANIO
	SOTRAEX – MAD
	UNIMAD
	SOCIETE INDUSTRIELLE DE LA SOIE

Source : Chambre de commerce 2007

b) <u>Les concurrents internationaux.</u>

Les principaux pays producteurs d'huiles essentielles de géranium sont l'Égypte, la Chine, la Réunion, l'Algérie, le Maroc, avec un volume approximatif de 300 tonnes par année (en 1985). L'Italie figure aussi parmi les producteurs d'huiles essentielles. Les principaux pays en développement sont l'Indonésie, le SRI LANKA, la Guinée, Haïti, les Comores. Madagascar est encore absente de cette liste.

Les principaux producteurs mondiaux d'huile essentielle de géranium sont la Chine (40-80tonnes), l'Egypte (45tonnes), La Réunion (20tonnes), l'Inde (15tonnes), et le Maroc (4tonnes). De nos jours, Madagascar peut prétendre placer 25 à 45 tonnes.

Tableau N° XII : Offres mondiales d'huiles essentielles (production)

Pays	**Chine**	**Egypte**	**La Réunion**	**Inde**	**Maroc**	**Madagascar**
Quantité (tonnes)	80	45	20	15	4	45
%	32	18	8	8	1,6	18

Source : INSTAT

Face à la demande mondiale la production actuelle de Madagascar ne peut honorer qu'une faible partie de cette demande.

Tableau N° XIII : Exportation d'huiles essentielles de géranium

Pays	2003		2004		2005	
	Valeur Ar 1000	**Poids Net Kg**	**Valeur Ar 1000**	**Poids Net Kg**	**Valeur Ar 1000**	**Poids Net Kg**
Belgique	5 329	40	2 569	139	-	-
France	62 015	504	82 534	686	45 756	593
Gibraltar	5 669	51	-	-	4 045	30
Suisse	129	18	-	-	-	-
Etats-Unis	-	-	1 662	15	5 970	51
Pays-Bas	-	-	-	-	1 179	6
Pro	-	-	-	-	89	1
	73 142	613	68 765	839	59 039	681

Source : INSTAT, 2005

A noter que les petits pays producteurs comme Madagascar sont obligés de procéder à la diversification de leurs produits pour augmenter leur part de marché

3.2: Le prix actuel pratiqué

Le prix de l'huile essentielle sur le marché international est de $ 50.00 à 78.00 le kilo mais Madagascar peut avoir une possibilité d'opportunités avec un prix intéressant jusqu'à $100/kg si la qualité est meilleure et satisfaisante.

Le tableau suivant nous montre le prix de production appliqué par les concurrents nationaux dont ils ont été contactés de se collaborer.

CHAPITRE III : PLANIFICATIONS STRATEGIQUES ET POLITIQUES ET STRATEGIES MARKETING A ADOPTER

SECTION 1 : PLANIFICATION STRATEGIQUE DU PROJET

Planifier c'est décider aujourd'hui pour demain et non programmer pour les décisions du futur. Pour ce faire, nous devrions analyser les paramètres suivants :

1.1. Analyse de la FFOM : Forces- Faiblesses- Opportunités- Menaces

L'analyse externe du marché et de la concurrence, de la perspective de l'environnement, d'une part et l'analyse interne de l'organisation et des stratégies du passé, d'autre part, permettent de voir les Forces, les Faiblesses, les Opportunités et les Menaces qui s'imposent.

Cette analyse nous permet d'entrer sur l'analyse diagnostique et les pronostics en vue de déterminer les objectifs de la politique générale en marketing.

Nous allons présenter dans le tableau suivant les Forces, les Faiblesses, les Opportunités et les menaces.

Tableau N° XIV : La recherche du marché

FORCES	**FAIBLESSES**
- Pertinence des démarches adoptées. - Nombre d'entreprises acceptant la collaboration. - Amélioration de la balance commerciale.	- Non compétitivité des prix par rapport à ceux des concurrents. - Rigueur des normes de qualité requises (contrôle de qualité à l'export)
OPPORTUNITES	**MENACES**
- Produits à forte valeur ajoutée. - Relation directe entre producteurs et marché. - Collaboration stable et pérenne. - Commerce équitable. - Débouché assuré lequel motive les paysans à produire.	- Dépendance vis- à- vis du marché extérieur. - Non respect des conditions exigées par les entreprises (quantité, qualité). - Concurrence sur le marché local et international.

Source : Notre propre Etude 2009

Tableau N° XV : L'identification des zones d'intervention.

FORCES	FAIBLESSES
- Zone à forte potentialité agricole et à écologie favorable à la production du bourbon. - Disponibilité en main d'œuvre et en terres cultivables. - Culture déjà adoptée et adaptée dans la région. - Besoin immense des paysans en matière d'appui technique et de commercialisation des produits. - Facilité dans les échanges commerciaux.	- Faible niveau de productivité. - Réputation du groupe dans le cas de mauvaise expérience des autres membres sur la qualité, la stabilité, la sécurité.
OPPORTUNITES	**MENACES**
- Regroupement de paysans maîtrisant déjà : ce qui faciliterait le renforcement de leur capacité de production et de transformation des techniques. - Intervention conjointe de différents organismes de développement.	- Réticence des producteurs suite aux nombreux échecs de projet mis en œuvre dans cette zone.

Source : Notre propre Etude 2009

SECTION 2 : LES POLITIQUES ET STRATEGIES MARKETING A ADOPTER.

L'attitude marketing ou l'état d'esprit équivaut à se délacer systématiquement du point de vue des consommateurs et à analyser constamment les besoins et les désirs de la clientèle de façon à s'y adapter plus efficacement que la concurrence. L'optique marketing est une logique des besoins, elle revient à proposer aux clients des produits, la satisfaction qu'ils souhaitent à l'endroit, à la forme et aux prix qui leur conviennent.

2.1. Décisions stratégiques.

Les décisions stratégiques consistent à répondre aux questions des clients cibles, la segmentation du marché et à saisir la part du marché.

a) <u>Les clients cibles.</u>

Par définition, la cible c'est le segment du marché que l'entreprise veut atteindre. L'objectif est de déterminer le client susceptible de devenir potentiel pour l'unité afin qu'on puisse appliquer la stratégie marketing convenable.

Notre étude est basée totalement sur l'exportation de l'huile essentielle. Les principaux pays importateurs sont les pays européens. Le solde du commerce extérieur s'est progressé à cause de la croissance du besoin des pays consommateurs comme clients cibles et l'importance du produit sur le marché. On rappelle que le produit prend progressivement sa place dans le monde moderne où la société actuelle utilise beaucoup ses produits au niveau de la parfumerie, cosmétique, pharmaceutique, aromatique.

b) <u>Segmentation de la clientèle.</u>

Il s'agit de découper un sous ensemble des différentes clientèles cibles du marché. Le monde de commercialisation dépend du type de clientèle, visées, leur catégorie, leur motivation et les prestations de service recherchées.

Dans notre cas, nous pouvons tenir compte des préférences des clients, la différenciation et la spécification du produit, la qualité distinctive et la stabilité du prix.

c) <u>La part du marché.</u>

La part du marché est le rapport de ventes de l'entreprise et le total des ventes de toutes entreprises. Elle correspond au pourcentage de ces ventes par rapport au total des ventes de la profession. La formule se présent comme suit :

$$Part\ .de.marché\ = \frac{Vente\ .de.l'\ Entreprise}{Vente\ .totales\ .de.toute\ .la.profession} * 100$$

D'un coté, les données obtenues à l'INSTAT nous ont permis de connaître les ventes totales réalisées par les entreprises productrices et exportatrices d'huiles essentielles déjà existantes à Madagascar. Elles s'élèvent en moyenne 4.000 kg.

De l'autre côté, nous estimons écouler en moyenne 400 kg d'huiles essentielles chaque année.

D'où $$Part\ .de.marché\ = \frac{400}{4.400} * 100\ = 9{,}09\%$$

2.2. Stratégie marketing.

On distingue plusieurs types de stratégies, mais dans le cas de notre projet, nous appliquerons l'élément moteur dont l'entreprise va compter essentiellement pour réussir, d'où la Stratégie Push et la Stratégie Pull.

a) Stratégie Push et Pull

- La stratégie « Push » consiste à pousser directement les produits offerts vers les clients donc il est nécessaire de passer à une promotion publicitaire et à offrir un meilleur produit pour les clientèles.
- La stratégie Pull, elle s'efforce d'attirer des clients à acheter les produits, il s'agit donc de réaliser une communication étroite entre les clientèles cible, et l'entreprise.

b) Quelques stratégies à appliquer

L'objectif global est le développement de l'extraction de l'huile essentielle dans la région Atsinanana plus, précisément autour de Toamasina. A cet effet, il faudrait appliquer les stratégies suivantes :

- la stratégie de développement qui consiste à développer les produits et les services avec des caractéristiques nouvelles en s'adressant au marché visé ;
- la stratégie nationale et/ou internationale qui consiste à s'adresser à une zone géographique importante, avec grand investissement pouvant être mieux rentabilisées ;
- la stratégie de pénétration de marché : elle consiste à prendre pied sur un marché afin d'y occuper une position dominante. Alors le moyen de cette stratégie est la gamme performante et le verrouillage du marché qui assurent un monopole temporaire.

2.3. Marketing mix.

Par définition, le marketing mix est un ensemble de moyens et techniques permettant à une entreprise d'optimiser sa rentabilité dans le cadre d'une politique générale. Ainsi, l'offre est organisée pour mieux répondre aux besoins actuels et potentiels de la clientèle par rapport à ses concurrents. L'évolution de la demande du marché est un point très important à surveiller de près pour pouvoir appliquer une bonne politique de produit, prix, distribution, communication ou promotion afin de s'adapter au marché spéculatif. Pour ce faire, un essai pour vendre une image attractive et pour mettre en valeur la différenciation des produits offerts pourrait être envisagé. En effet, la fonction commerciale joue un rôle important pour que la conception marketing puisse être appliquée.

a) Politique de produit.

En marketing, le produit est l'expression physique de la réponse de l'entreprise à la demande. Pour arriver à ses fins, l'entreprise devra à la fois tenir compte des attentes des clients (qualité et quantité des produits), de ses capacités technologiques, son potentiel commercial et financier.

Rappelant que notre projet est basé sur l'extraction de l'huile essentielle, nous allons produire la qualité « BOURBON » dont nous pouvons concurrencer les autres pays exportateurs comme la Chine et l'Egypte. La réputation de marque distinctive constitue un argument commercial crucial (importance de l'image).

La différenciation des produits : cette stratégie met en évidence des différences destinées à distinguer l'offre par rapport à ses concurrents. Par exemple, du point de vue technique, le traitement du géranium doit être effectué 24h au plus tard après la récolte, pour prévenir la diminution de la teneur en huiles.

b) Politique de prix.

Le prix est la valeur chiffrée d'un bien. C'est aussi un élément essentiel pour mesurer la rentabilité de l'entreprise. Le prix joue un rôle important dans le comportement d'achat des consommateurs. Il est donc intéressant d'imposer un prix adéquat et à la portée de notre cible visée. La politique de prix dépendra donc des objectifs prévus par l'entreprise.

Actuellement, le prix des huiles essentielles malagasy n'est pas compétitif au niveau mondial. Cela est dû, entre autres, aux coûts de production élevés. En effet, certains pays arrivent à produire des huiles avec un coût très réduit et vendent à des prix défiant toute concurrence. En conséquence, il est particulièrement important de maîtriser la qualité des produits et la demande.

Dans le cas présent, il est envisageable d'utiliser les paramètres de prix à partir des éléments suivants :

- les coûts
- les prix
- la qualité.

En principe, le prix que nous allons appliquer est abordable, face à cette situation et surtout pour donner satisfaction aux clients.

Pour cette politique, le prix du kilo des huiles essentielles varie de 140 000 à 220 000Ar si le volume fourni serait de plus de 50kg à chaque livraison et si on n'arrive pas à offrir une certaine quantité (500-1000 kg).

c) Politique de distribution.

Nous allons adopter deux types de circuit de distribution :

1) **circuit long** : il existe différents types d'intervenant jusqu'au consommateur final qui peut être une entreprise de cosmétologie, une parfumerie, une pharmacie,…

2) **circuit court** : les intervenants diminuent parce que l'entreprise assure elle – même les différentes étapes.

- quelques grandes entreprises existent et qui assurent elles mêmes chaque niveau d'opération dont : production, exploitation, exportation tel que le BIOSEVE.
- les entreprises industrielles se focalisent seulement dans l'exploitation et la transformation comme HOMEOPHARMA, par exemple, qui achète la matière première et le transforme en produit fini afin de le commercialiser localement.
- un troisième circuit devrait être opté par notre entreprise. Un circuit extrêmement court dont notre entreprise elle-même s'occupe de toutes les opérations possibles depuis la transformation en produits finis jusqu'à l'arrivée des produits à l'extérieur.

Pour le moment, nous allons coopérer avec le MCA et le ministère de la Fonction Publique et des Lois Sociales pour l'exportation de nos produits.

La meilleure stratégie de distribution c'est qu'on assiste à une réduction du nombre d'intermédiaires entre les différents acteurs. Les grandes entreprises utilisatrices doivent négocier directement des accords avec les producteurs.

d) Politique de communication.

On entend par communication l'ensemble des signaux émis par l'entreprise en direction de ses clients, de ses distributions, et d'une manière générale en direction du public. Alors, la communication concerne l'ensemble des actions permettant de faire connaître le service offert par l'entreprise, ce service est l'image qu'elle veut donner d'elle-même.

Les techniques de communication mises en œuvre dans ce contexte auront donc pour objet d'inciter le client à accepter l'offre de l'entreprise et à réagir face à celle-ci.

1) Les moyens de communication

Utilisation régulière de système de communication (téléphone, Internet, fax, le site web, base des données, autres) pour avoir une connaissance permanente de leurs besoins et pour avoir une fluidité d'informations envers les clients.

2) La promotion

Selon les avantages présentés par l'huile essentielle de géranium de Madagascar, dont la qualité d'huiles extraites recherchées au marché international, des produits à forte valeur ajoutée, la demande Européenne ne cesse d'accroître.

Pour réaliser la promotion de l'huile essentielle, les éléments suivants devraient être mis en œuvre :

- élaboration d'un reportage médiatique pour promouvoir la culture du géranium et l'extraction de l'huile essentielle.
- Collaboration étroite avec le Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche, le Ministère de la FOP, et le MCA.
- Manifestation spéciale de promotion, foire nationale, présentation des produits.

Pour lancer des activités de géranium et promouvoir la destination aux huiles essentielles à Madagascar, l'étude du marché constitue une activité très importante, car elle permet de recueillir les données fiables et pertinentes sur le marché, indispensable, à toute décision à prendre ultérieurement.

DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET

La conduite du projet nous amène à entrer plus profondément sur l'étude du projet. Nous envisageons, au cours de cette recherche, d'indiquer comment nous allons procéder pour produire l'huile essentielle de géranium. De plus, nous ferons un inventaire des facteurs de production. Nous finirons par adopter une structure organisationnelle, étant donné que finalement, aucune entreprise ne peut fonctionner sans l'être humain.

Pour cela, il s'agit tout d'abord de décrire les techniques de plantation et d'extraction de l'huile de géranium. Ensuite, Il faut envisager notre capacité de production. Et enfin, la mise en place d'une organisation structurelle de l'entreprise est nécessaire.

C'est cette deuxième partie qui constitue le point focal de l'investissement.

CHAPITRE I : ETUDE TECHNIQUE

L'étude technique consiste à fournir les prescriptions générales sur les travaux ainsi que les plans des différentes infrastructures.

D'abord, cette étude permettrait d'envisager les réglementations en vigueur et les constructions à réaliser. Ensuite, les capacités de production envisagée s'avèrent nécessaires afin de déterminer le volume de marché. Enfin, une étude organisationnelle doit être identifiée pour la mise en marche du projet.

SECTION 1 : REGLEMENTATION EN VIGUEUR

Comme toute entreprise implantée à Madagascar, la création d'entreprise peut être soumise à un conditionnement et emballages, aux normes et des règles prescrites par le ministère de tutelle, afin de répondre aux normes internationales, face à l'exportation et aux exigences des investisseurs étrangers.

1.1 : La situation juridique.

La réglementation particulière n'existe pas aux entreprises productrices d'huiles essentielles. Les réglementations comptables, fiscales,… sont valables pour tous les secteurs.

Cependant, les entreprises doivent se constituer en société de droit malgache et se conformer aux dispositions réglementaires en vigueur. Les autres dispositions réglementaires tendent à la protection de l'environnement et de la santé publique. Les manufactures, ateliers, usines et tous autres établissements qui présentent des causes de danger ou des inconvénients pour la sécurité, la salubrité ou la commodité du voisinage sont régis par des dispositions réglementaires qui présentent trois classes d'établissements.

Les établissements qui doivent être éloignés des habitations constituent la première classe ; tandis que la deuxième concerne les établissements dont l'éloignement des habitations n'est pas rigoureusement nécessaire mais dont l'exploitation ne peut être autorisée qu'à condition que des mesures soient prises pour prévenir des dangers ou incommodités ; la troisième classe est destinée aux établissements qui ne présentent pas des inconvénients graves ni pour le voisinage ni pour la santé publique ; ils sont seulement soumis à des prescriptions générales. Notre future unité fait partie de la dernière classe.

L'application des textes réglementant la protection de l'environnement n'est pas systématique si bien que des problèmes surgissent au cours de l'exploitation.

D'une manière générale, la réglementation actuellement applicable n'intervient pas dans les normes ou dans les techniques de fabrication. Les normes suivies par les entreprises à Madagascar sont celles des pays destinataires finaux. C'est-à-dire, des normes imposées par les clients étrangers et dont l'application se fait à travers l'envoi, par les clients, des fiches techniques modèle ou de cahiers de charges ainsi que par l'envoi des prototypes.

Nous devons fournir les pièces suivantes lors de la constitution de la société:

Tableau N° XVI : Dossier de constitution de société

PROCÉDURES	
1. DOCUMENTS A FOURNIR	Nombre exemplaire
- Statuts de société, paraphé par page	*8*
- Carte d'identité du ou des gérants (Copie passeport avec visa transformable si étranger)	*3*
- Certificat de résidence du ou des gérants	*2*
- Jouissance de Local: Contrat de bail ou lettre de mise à disposition gratuite visée par le Fokontany ou Contrat de domiciliation ***Pièces justificatives*** - Contrat de bail <u>ou</u> lettre de mise à disposition: Copie du titre de propriété ou certificat de situation juridique de moins de 3 mois ou acte de vente définitive enregistré. (2) - Contrat de Domiciliation: Extrait du Registre de Commerce moins de 3 mois et contrat de bail du domiciliataire	*4* *2*
2. FORMULAIRES FOURNIS A L'EDBM	
Declaration d'Existence	*5*
Fiche B1 (pour premier gérant) et B1-bis (si co-gérants)	*1*
Attestation de non-condamnation	*1*
Attestation de Filiation (pour gérant ou co-gérant étranger)	*1*

Fiche d'Investissements des Capitaux	*1*
Fiche d'Identification Fiscale	*1*
COUTS	
***3.* COUTS OCCASIONNES/**	Montant
Enregistrement des statuts/	0,5% capital
Enregistrement du Bail commercial *(% du montant du loyer pendant la durée du bail)*	*2%*
Immatriculation au Registre de Commerce (RCS)	15 500 Ar
Immatriculation Statistique	20 000 Ar
Impot Synthétique ou Acompte Provisionnel *IR* Transport	16 000 Ar 160 000 Ar minimum
DOCUMENTS DÉLIVRÉS	
1. Statuts enregistrés avec numéro de dossier fiscal 2. Reçu RCS avec numéro RCS 3. Carte Statistique et numéro statistique 4. Attestation d'immatriculation fiscale (NIF) **5.** Extrait de Registre de Commerce	APRÈS QUATRE (4) JOURS --

Source : EDBM (2008)

Ouverture compte bancaire:

Copie des statuts

Copie de l'extrait du Registre du Commerce et des Sociétés

Copie du Numéro d'identification Fiscal (NIF)

Copie de la carte statistique

Copie de la pièce d'identité du gérant

Certificat de résidence du gérant

En résumé, il est indispensable de tenir compte l'environnement du projet comme la situation socio-économique de la région et juridique afin de permettre à la future unité d'évoluer efficacement.

1.2: L'Exportation.

Nous allons décrire successivement ici les opérations d'exportation concernant la marchandise, la banque, l'expédition, et l'encaissement.

a) Marchandise :

Après la production agricole ou la collecte et l'extraction industrielle, une analyse du lot produit est effectuée par un laboratoire.

Les meilleurs stockages se font dans un récipient en inox, bien isolé de l'air ambiant.

Le conditionnement d'export se fait en général en PEHD (plastique).

Des étiquetages, selon les normes du pays, sont collés sur les emballages, lesquelles normes sont reprises dans la note de colisage.

b) Banque :

Les opérations bancaires et formalités administratives sont assimilées, en raison du rapatriement obligatoire des recettes d'exportation à Madagascar : domiciliation, notification du client, ouverture de la lettre de crédit par les clients, si nécessaire.

c) Expédition :

Paletissage si besoin ou protection de l'emballage selon les normes admises, reétiquetage si besoin, livraison et mise à FOB à l'aéroport.

d) Encaissement

Remise à la banque des documents commerciaux d'exportation pour encaissement.

1.3: Utilisation et conditionnement.

a) Utilisation

L'essence de géranium ressemble à celle de rose qui coûte 20 fois plus chère. Les parfumeurs utilisent beaucoup cette essence « bon marché » qui d'ailleurs se marie bien avec celle de vétiver et le patchouli. Toutes les trois sont à la base de la parfumerie actuellement.

Dans chaque type de parfum, le « nez », c'est à dire l'homme ou la femme, qui utilise son talent pour composer des parfums, classe les huiles essentielles et les produits synthétiques à utiliser en trois notes :

- note de tête,
- note de cœur,
- note de fond.

La note de tête correspond à l'odeur qui s'évapore rapidement et que l'on sent pendant les cinq premières minutes,

La note de cœur est l'odeur que l'on sent pendant quelques heures,

Et la note de fond est celle qui peut rester assez longtemps.

L'odeur de géranium est plus forte que celle de la rose. En « note de tête », le géranium confère à la qualité d'un parfum masculin, et en « note de cœur » et de « fond », il est utilisé pour les parfums féminins.

b) Conditionnement

On définit le conditionnement comme l'ensemble des activités liées à la conception et à la fabrication de l'emballage du produit.

La décantation et la filtration des essences sont nécessaires avant leur commercialisation. La nature du matériel de fabrication des récipients de stockage est importante pour la conservation de la qualité de l'huile.

L'emballage est constitué par :

- *les emballages métalliques* (fût, tonnelets, bidons, estagnons), étanches, neufs, propres, secs et n'ayant aucun produit susceptible d'altérer la qualité et l'odeur de l'huile essentielle.
- les matières plastiques PEHD.

Pour l'huile essentielle de géranium, les emballages métalliques doivent être en fer parfaitement étamé, vitrifié ou galvanisé, en cuivre, en fer-blanc ou en aluminium.

Les récipients en verre de toute capacité ou de toute forme, à condition qu'ils soient assez résistants contre les bris et opaques à la lumière.

Actuellement, il n'existe pas d'entreprises spécialisées dans la fabrication d'emballages pour l'huile essentielle à Madagascar. Les opérateurs pourvoient eux-mêmes au conditionnement de leur produit.

Notons que la plupart des opérateurs font leur emballage principalement auprès de la SMEM (Société Malgache d'Emballage Métallique) pour les emballages métalliques.

Sinon, la récupération d'emballages en verre est très pratiquée.

D'autres entreprises, plus importantes, importent les emballages des huiles essentielles d'Afrique du Sud dans la plupart des cas. Ceci a l'avantage que l'Afrique du Sud se trouve à proximité de la grande Ile.

Pour notre projet, nous avons opté des fûts en inox pour le stockage au niveau de l'usine et des emballages plastiques PEHD pour l'expédition à l'extérieur.

Les contenances sont :

- *1kg (1.2 l)*
- *5kg (6 l)*
- *10kg (12 l)*

Pour les hydrolats, on utilise des bidons en plastique répondant aux normes alimentaires, de contenance variant de 20 à 200 litres.

Les récipients utilisés doivent être fermés de façon hermétique. Une couche d'air suffisante doit exister entre la surface de l'huile essentielle et le haut du récipient.

1.4: Les normes.

En ce qui concerne les normes, il existe beaucoup d'organismes qui surveillent la qualité des produits et l'application des modalités commerciales.

L'I.S.O (Organisation Internationale de Normalisation) a établi des normes concernant l'emballage et l'étiquetage.

Les pays francophones utilisent plutôt les normes françaises établies par l'Association Française des Normes (AFNOR)

Certains pays, liés aux Etats-Unis utilisent les normes de ces derniers, établis par le national Bureau of Standards (NBS)

Les normes techniques pour les huiles essentielles les plus largement reconnues sont celles établies par l'**I.S.O 4731-1978,** ainsi que celles fixées par les pharmacopées nationales.

De plus, dans certains pays, U.S.A. et Japon notamment, il est nécessaire de disposer de l'accord des organismes officiels pour vendre des huiles essentielles sur leur marché (les formalités d'homologation sont souvent longues).

Sur le plan pratique, la plupart du temps, l'huile essentielle produite est qualifiée par l'acheteur qui réalise préalablement une analyse par chromatographie sur échantillon. Cette analyse lui permet de savoir si la composition de l'huile correspond à ses besoins spécifiques.

SECTION 2 : TECHNIQUES CULTURALES DU GERANIUM

2.1. Généralités

Le géranium s'adapte bien aux conditions climatiques et édaphiques des Hauts-Plateaux malgaches. Il peut devenir une source de devises pour Madagascar, tout comme la vanille, le café et le girofle cultivés dans les régions côtières.

2.2. Les exigences du géranium :

Elles concernent les conditions nécessaires pour la culture afin d'obtenir un meilleur rendement.

a) Exigences climatiques

- **La température** : C'est un facteur important pour la culture de géranium Car cette plante a besoin de chaleur pour constituer ses essences.

Sa température favorable se situe entre 18 et 24°C, par contre, le géranium ne supporte pas une température inférieure à 5°C et est très sensible aux gels.

- **La lumière** : C'est une plante héliophile. Elle exige une forte insolation pour l'obtention d'une haute teneur en principe actif (huile essentielle). Sans lumière, ses feuilles se décolorent et s'amoindrissent. Il faut donc choisir un terrain bien exposé au soleil jouissant d'une forte luminosité. Il faut éviter les plantations très serrées. Cependant, un grand écartement provoquerait une signification plus importante au détriment des feuilles.
- **L'eau** : Le géranium ne supporte ni une forte humidité, ni une sécheresse prolongée. Le crachin pendant l'hiver est favorable à son développement. Les pluies persistantes lui sont dommageables et pourront favoriser les maladies cryptogamiques. La sécheresse, par contre, ralentit sa croissance.

b) Exigences édaphiques

Le géranium préfère les sols sains, légers et riches. La culture sur terres lourdes est à déconseiller. L'exportation en potassium et surtout en calcium par les récoltes entraîne le dépérissement des plantes. La restitution de ces éléments est donc indispensable.

2.3. La pépinière

Dans notre conception, la société va acquérir les pieds-mères à partir des agriculteurs (exemple : la pépinière de la Mania)

a) Bouturage.

La nutrition minérale et l'état phytosanitaire des pieds-mères sont des facteurs déterminants dans la réussite du bouturage.

Au fur et à mesure du vieillissement des pieds-mères, on observe généralement une diminution de l'aptitude à l'enracinement.

Les boutures mesurent 12 à 20 cm de long, c'est à dire 7 à 10 nœuds avec leur base sectionnée en biseau, juste en dehors d'un nœud. Elles sont mises en pépinière pendant 5 à 7 semaines pour l'enracinement.

B) Préparation de la plate-bande.

Choix du terrain : la pépinière est aménagée sur le sol exondé de tanety, près d'une source d'eau :

Les différentes opérations sont :

- défrichement du terrain
- labour, qui se fait manuellement à l'aide de l'angady
- émottage
- confection des plates-bandes : une plate-bande a une dimension de 1m x 1m x 0,15m. Elle est orientée Nord- Sud afin que l'ensoleillement soit bien réparti sur toutes les boutures plantées.
- tamisage pour avoir des terres fines permettant une aération favorable et une facilité du développement des racines.

Le tamis fait un angle oblique par rapport à la longueur de la plate-bande. Il est supporté par 2 branches de bois. Les terres sont lancées sur le tamis à l'aide de l'angady.

De ce fait, les terres fines traversent le tamis et tombent sur un côté tandis que les grosses particules et les débris de végétaux restent sur l'autre côté. Le tamis est déplacé à une autre position le long de la plate-bande au fur et à mesure de l'avancement des travaux.

- Reconfection de la plate-bande,
- Planage pour éliminer les bosses et les trous,

- Premier arrosage,
- Création des lignes de bouture : une ligne se fait à l'aide d'un bâton en bois placé sur la largeur de la plate-bande. En appliquant une certaine force sur le bâton, un petit canal ou ligne de bouture est formé. L'écartement entre bouture sur la ligne est de 8 cm à peu près,
- Installation d'une ombrière (à enlever après 2 semaines),
- Entretien : il se limite à l'arrosage tous les 2 jours et à l'arrachage des mauvaises herbes.

La durée du séjour sur pépinière est de 2 mois. Après ce délai, on effectue l'arrachage et l'habillage des plants destinés à la plantation.

La pépinière se résume dans le tableau suivant :

Tableau N° XVII : Le résumé de la pépinière

Opérations culturales	Techniques adoptées	Outils	Observations
Préparation des boutures	Confection, habillage, traitement.	Serpette de taille, canif, sécateur	Triage des tiges mères dans les matières végétales collectées
Préparation de la pépinière : - Défrichement - Labour - Emottage/ tamisage - Confection des plates bandes **Plantation (repiquage)**	Dimension 1m x 10m x 0.15m Densité : 3cm x 5 à 7 cm	Faucille Angady Hache Tamis	Orientation Nord- Sud
Entretien : - Ombrage - Arrosage - Arrachage	Ombrière de 0.60 à 0.80m de hauteur	Chaumes ou bambous	A enlever 2 semaines après plantation mais les remettre en cas de forte pluie ou de grêle. Eventuellement tous les deux jours

Source : Rafidison Rigobert (1988)

Contribution à l'étude du lancement de culture de géranium sur les hauts plateaux de Madagascar.

Le taux de réussite des boutures est de 80% maximum.

Pour le choix de l'emplacement, éviter :

- les sommets de collines et les fortes déclivités.
- les zones gorgées d'eau ou temporairement inondées, à proximité d'un cours d'eau.
- les pentes modérées ou les terrains plats

Selon la provenance des terres :

Terre Humifère : sous les arbres, en forêt

Terre arable : champs cultivés, jardins, vergers, terre en jachère.

Sable : lit de rivière

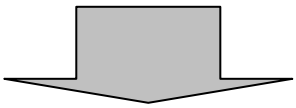
Compost, fumier, tourbe.

Cette figure représente la préparation des boutures, la préparation des plates bandes et la mise en place des boutures.

Figure n°1 : La préparation des boutures.

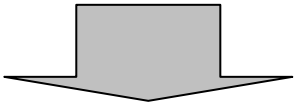
Préparation des boutures

- ***Tiges aoûtées de 12 à 20cm de long***
- ***Base taillée en biseau***
- ***Traitement antifongique.***



Préparation des plates bandes

- ***Mélange terre, sable, humus.***
- ***Tamisage***
- ***Confection de plate bande de 1m x 10m x 0.15m***



Mise en place des boutures

- ***Densité 3cm x 8 cm.***
- ***250m2 de pépinières pour 1ha de plantation***

2.4. Plantation

Elle se fait au trou avec :

- 10 000 à 35 000 plants/ ha avec la densité de 30*70 à 100cm
- 45000 plants/ ha avec la densité de 60*80cm.

Le tableau suivant résume les opérations culturales en Géraniculture.

Tableau N° XVIII :Le résumé les opérations culturales du géranium.

Opérations culturales	Techniques adoptées	Outils	Observations
I- Préparation du terrain : - Défrichement - Labour - Emottage - Contrôle de l'eau	 Défrichement manuel Labour attelé ou manuel. Emiettement ou pulvérisateur manuel ou attelé des mottes de terre. <u>En sol humide</u> : confection des canaux de drainage et d'assainissement. <u>En sol sec</u> : confection des canaux d'irrigation.	 Faucille, hache, angady, charrue Charrue, angady. Herse, Angady	 Une fois tous les 5-7 ans Une fois tous les 5-7 ans
II- Plantation : Plantation bouture	 Les boutures enracinées sont plantées au trou à raison de 40 000 à 50 000 plants/ ha selon la densité adoptée.	 Couteau, transplantoir et plantoir pour la trouai son.	 Une fois tous les 5-7 ans.
III- Entretien : - Désherbage - Remplacement des manquants	 Sarclage manuel 1 à 2 fois avant la première coupe et après celle-ci.	 Serfouette, binette. angady Couteau, transplantoir et plantoir pour la trouai son.	 Enherbement croissant d'année en année. 45 à 60 jours après plantation et éventuellement après la coupe.

IV- Fertilisation :	Fumure de fond /Ha : 20 à 30t de fumier 350kg de dolomie 160- 200kg de P2O5 30-60kg de K2O Ou 300Kg de NPK 11.22.16 Fumure d'entretien : 10 à 20t de fumier ou de compost de géranium. 35-45kg de N 60-65kg de P2O5 20-40kg de K2O. Ou 150Kg de NPK 11.22.16	Pique et épandage manuel.	En fonction de la densité. A enfouir avant émottage A enfouir après première coupe, lors d'une séchage .
V- Récolte	Coupe de la partie aérienne ; les jeunes pousses sont laissées comme tire sève.	Sécateur.	

Source : Rafidison Rigobert (1988)

Une taille de formation se fait 4 mois après la transplantation pour avoir un plant bien touffu ; ce moment coïncide avec la première coupe si les conditions sont optimales.

Voici le calendrier annuel de la pépinière ainsi que la plantation.

Tableau N° XIX : Calendrier cultural de la première année de plantation.

Opérations	**A**	**S**	**O**	**N**	**D**	**J**	**F**	**M**	**A**	**M**	**J**	**J**
Pépinière												
Préparation du sol												
Préparation des boutures												
Mise en place des boutures												
Champ de géranium												
Préparation du sol												
Fertilisation de fond												
Arrosage												

Transplantation													
Désherbage/sarclage/traitement phytosanitaire													
Remplacement des manquants													
Récolte													

- Pour la deuxième année de la plantation jusqu'au renouvellement de la plantation.

Tableau N° XX : Calendrier cultural à partir de la deuxième année de la plantation jusqu'à son renouvellement :

Opération	**A**	**S**	**O**	**N**	**D**	**J**	**F**	**M**	**A**	**M**	**J**	**J**
Fertilisation												
Désherbage/sarclage												
Remplacement des manquants												
Récolte												

Interprétation :

- Ce calendrier cultural suppose que la première coupe se fait 6 à 8 mois après la transplantation.
- La récolte de matière végétale après le première coupe se fait à raison de toutes 4 mois (3 coupes/ an).
- Si l'eau est disponible et suffisante (irrigation d'appoint/ crachin hivernal), toute coupe est suivie de la préparation et de la mise en place des boutures.

2.5. Le compostage

Le compostage transforme les déchets végétaux en en matière organique donnant de l'humus.

La fabrication du compost suit les étapes suivantes :

- La collecte des matières premières ;
- Les transformations éventuelles : triage, broyage, trempage ;
- La mise en tas ;
- Les entretiens (arrosage et recoupage) et contrôles.

La vitesse avec laquelle le stade de maturité du compost est atteint dépend de plusieurs facteurs : les apports en ferments, la taille des particules, la teneur en eau, la résistance de la structure, l'aération, le brassage et les dimensions du tas.

L'humidité du tas est évaluée par la consistance d'un échantillon pris au hasard. Si l'échantillon se comporte comme une éponge légèrement imbibée d'eau, l'humidité est optimale. Les cas échéants, le tas est soit sec, soit trop humide.

Caractéristique et qualité à apporter pour avoir la même valeur fertilisante (comparaison de l'unité fertilisante azote)

Tableau N° XXI : La comparaison de la teneur en unité fertilisante des différentes fumures.

Rubriques	**Caractéristiques**	**Observations**
N-P-K (11-22-16)	N : 11 P : 22 K : 16	Apport de 300 kg/ha
Fumier	N : 11 P : 22 K : 16	Apport de 5 tonnes/ha
Compost paysan	N : 11 P : 22 K : 16	Apport de 10 tonnes/ha
Compost industriel	N : 11 P : 22 K : 16	Apport de 5 tonnes/ha
Compost Andralanitra	N : 11 P : 22 K : 16	Apport de 5 tonnes/ha

Tableau N° XXII : Avantages et Inconvénients de la fumure organique.

Avantages	**Inconvénients**
- Amélioration de la qualité du sol (structure) ; - Lutte contre l'appauvrissement du sol (stockage de sels minéraux) ; - Amélioration de la rétention d'eau dans le sol ; - Activation de la vie du sol (microorganismes) - Destruction des organismes phytopathogènes dans les résidus organiques	- Effet lent sur les cultures mais pérenne sur le sol ; - Supplément de travaux • collecte des résidus • préparation • arrosage • construction et recoupage du tas - Apport en grande qualité (faible pourcentage en unité fertilisante)

2.6. Les ennemis et maladies.

Les insectes tels que les aleurodes de serres, les pucerons, les tarsonèmes et les noctuelles peuvent attaquer les plantations.

Le géranium ne résiste pas à l'excès d'eau qui entraîne la pourriture des racines favorisant la bactériose.

Viroses et bactérioses (agrobactérium tumefaciens, Xanthomonas pelargonii) peuvent faire succomber le pélargonium. Mais les maladies fongiques (Pythium spp, botrytis cinerea, verticilium dahliae et puccinia pelargonii- zonalis), qui peuvent survenir à tous les stades végétatifs, sont les plus à craindre en géraniculture.

Pour les prévenir, il faut que la plantation soit propre (minimum de mauvaises herbes, pieds malades incinérés et enfouis). Les boutures sont traitées avec des produits antifongiques dès leur préparation.

En lutte curative, il faut alterner ou associer plusieurs matières actives à mode d'action différent.

SECTION 3 : TECHNIQUE D'EXTRACTION

3.1. Les huiles essentielles.

Les huiles essentielles ou communément appelées « essences » sont des mélanges formés de composés odorants et volatils, c'est-à-dire facilement vaporisables, liquides ou semi-solides. Chaque substance possède un point d'ébullition déterminé et élevé (de l'ordre de 150 à 300°C), ainsi qu'une pression de vapeur définie.

L'ordre est une manifestation de la volatilité. Ces huiles essentielles sont localisées dans la plante dans des poches à huiles, de glandes à huiles ou des poils

3.2. Les méthodes d'extractions.

Trois différents procédés peuvent être appliqués pour l'extraction des huiles essentielles.

- entraînement à la vapeur d'eau (hydrodistillation, hydro diffusion),
- extraction par solvant (pour les matières premières fragiles comme les fleurs)
- pression (pour les zestes d'agrumes)

La distillation est l'étape ultime de la culture de géranium. On peut extraire facilement les essences de géranium et épuiser la matière végétale de ses principes odorants.

L’hydrodistillation est la méthode d’extraction la moins chère, la plus simple et elle donne d’excellents résultats. Et c’est ce procédé que nous allons appliquer pour ce projet.

En principe, une tonne des masses vertes fournit 1kg d’huile essentielle.

3.3. L’hydrodistillation proprement dite ou distillation par de l’eau.

L’entraînement à la vapeur est un procédé qui consiste à utiliser la vapeur d’eau pour entraîner les huiles essentielles hors des poches sécrétrices du géranium afin de les distiller.

Plus précisément, quand l’eau est portée à ébullition, la vapeur émise entraîne avec elle les huiles volatiles. Le mélange eau huile (distillat) se condense ensuite par un échange thermique au niveau d’un réfrigérant. Ici, notre réfrigérant est alimenté par un courant continu d’eau froide.

Le distillat recueilli est formé d’un mélange non miscible et d’essence. Quand le liquide est recueilli dans un essencier appelé florentin, l’huile étant en général plus légère que l’eau, elle surnage et il est alors facile de la séparer par un système de robinet.

La durée de distillation pour le géranium est de 3 heures.

A la sortie du condenseur, le liquide doit être absolument froid. Le rendement des huiles dépend de cette condition, dans le cas contraire, la vérification de la hauteur du col de cygne et de la surface des éléments du réfrigérant est indispensable.

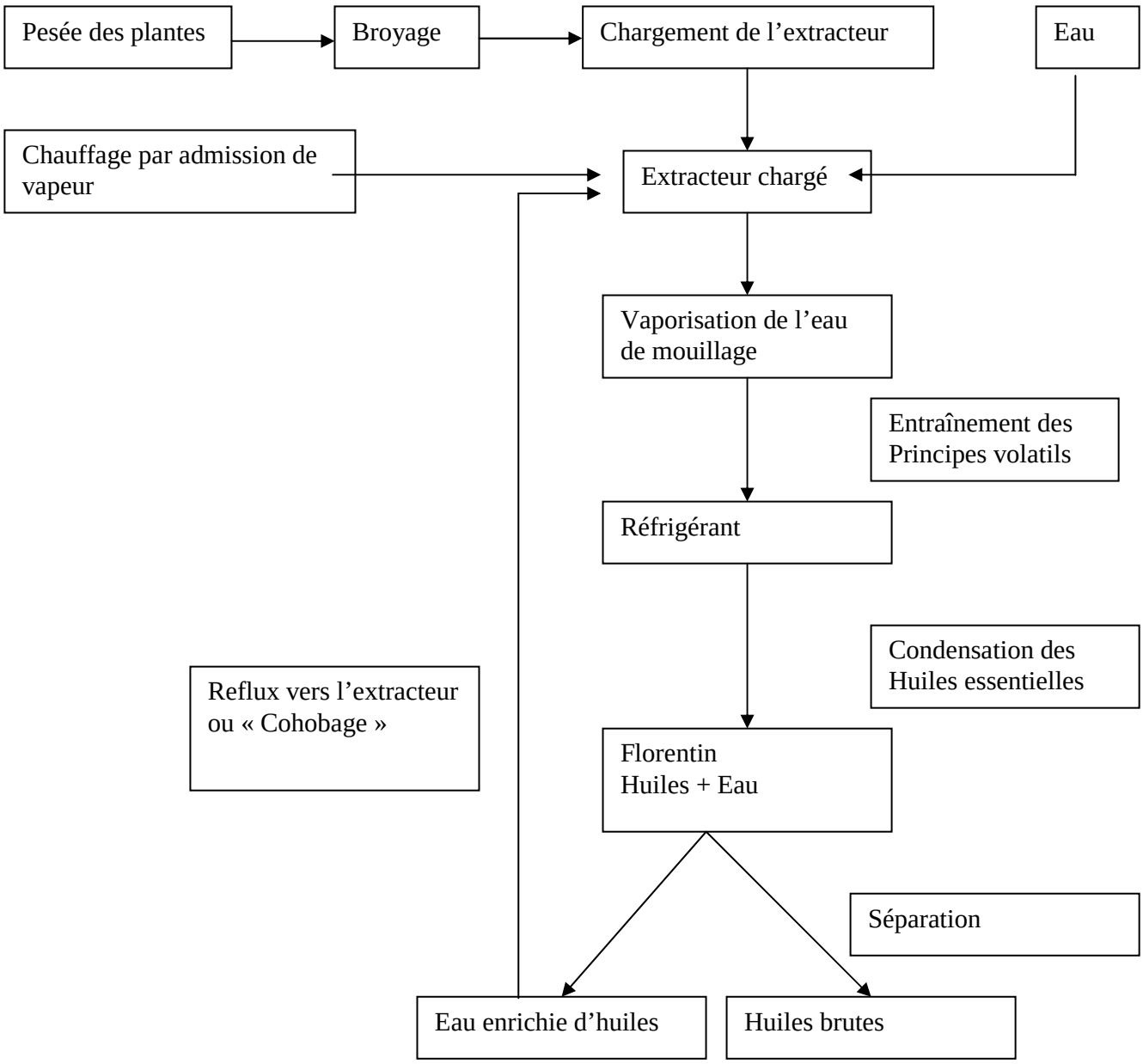
La « cohobation », une technique qui conduit automatiquement l’eau parfumée de la vase florentin dans l’alambic, permet d’éviter le manque d’eau au niveau de la cucurbite et d’obtenir un meilleur rendement.

3.4. Les avantages de l’hydrodistillation

La méthode d’extraction par hydrodistillation présente quelques avantages qui expliquent son emploi courant :

- le faible coût du solvant employé : l’eau,
- le recyclage des eaux de distillation qui diminue les pertes en huile essentielle,
- la possibilité d’opérer avec de faible quantité de matières végétales,
- la simplicité de la manipulation et de la réalisation, la faiblesse du montant des investissements nécessaires

Figure n° 2 : Schéma synoptique de l'entraînement à la vapeur d'huile essentielle.



Le tuyau passe dans une autre cuve remplie d'eau froide pour faire revenir la vapeur à l'état liquide, il sera alors facile de séparer l'huile de l'eau, l'huile étant plus légère. Ceci reste dans le « vase florentin » ; une partie de l'eau restante servira à remplir la cuve de cuisson, pour la prochaine cuisson, car il reste quelques résidus d'huiles, puis l'autre partie réservée pour être conditionnée en bouteilles sous l'appellation d'Hydrolat. On pourra s'en servir pour faire des bains de bouche etc…

3.5. Equipements de production.

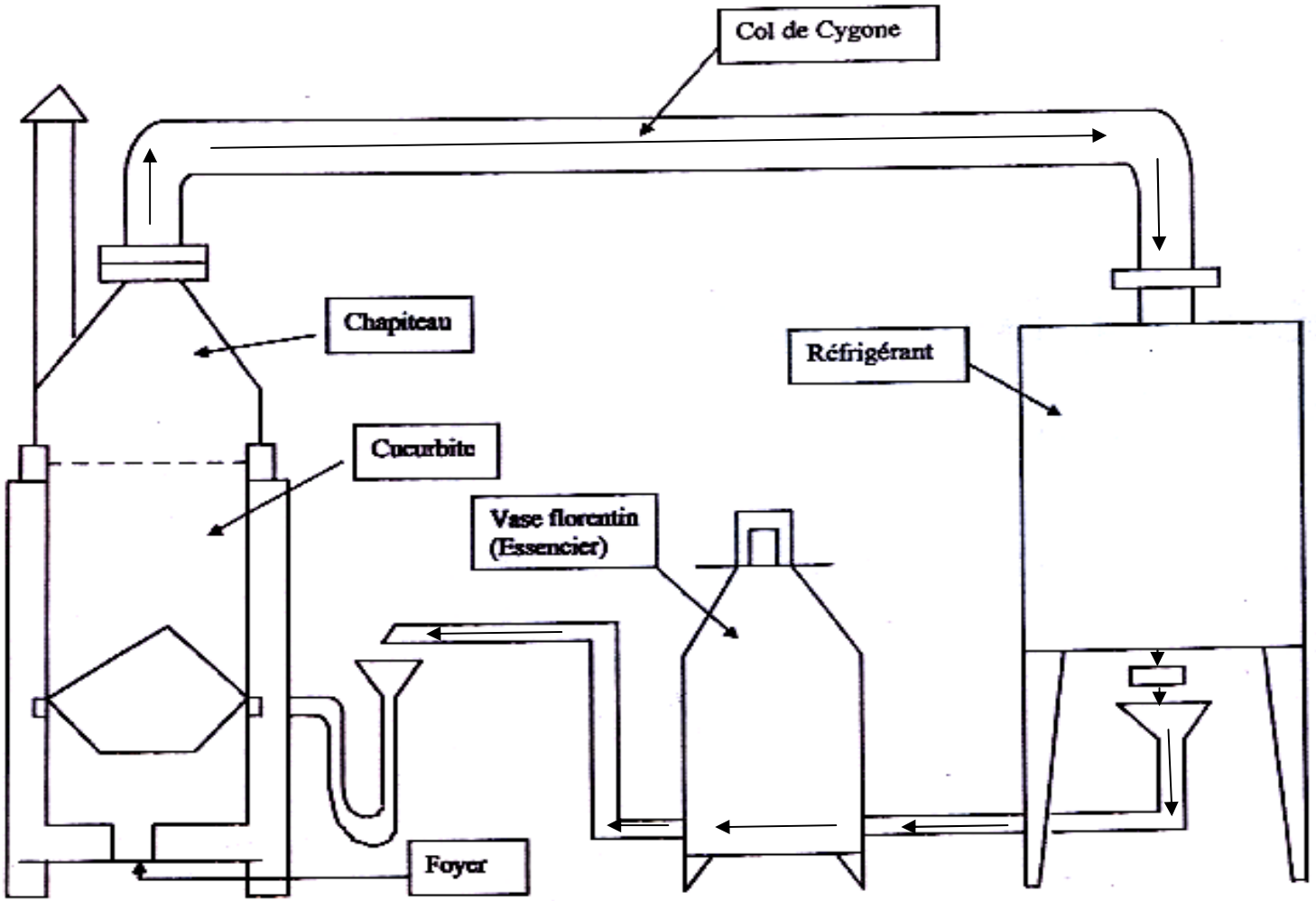
Un alambic est composé les éléments suivants :

- la cucurbite,
- le chapiteau,
- le col de cygne,
- le réfrigérant (le condenseur),
- le serpentin,
- la vase florentin.

Le matériel comprend :

- Un foyer recevant la chaudière
- Une chaudière à bain-marie d'une capacité de 525l
- Une cheminée complète,
- Une cuve de distillation inox
- Col de cygne (liaison entre appareil de distillation et serpentin de refroidissement)
- Ensemble complet de tuyauteries diverses.
- Réfrigérant en acier
- Serpentin en inox
- Essencier trieur en inox

Figure n° 3 : La présentation de l'Alambic.



Selon les conditions atmosphériques qui ont précédé la coupe et l'exposition des champs, une tonne de feuilles va donner un litre d'huile essentielle.

A la fin de la cuisson, les feuilles sont entassées pendant quelques temps avant de revenir fertiliser les champs. Le cycle est répétitif jusqu'à ce que l'on obtienne la capacité voulue.

L'unité décrite ici permet d'obtenir des huiles essentielles pures ainsi que des hydrolats spécifiques. Les hydrolats sont des sous-produits de distillations pratiquement très peu exploités à l'heure actuelle ; jusqu'à la fin du 19^{e} siècle, ils étaient pourtant très utilisés tant en pharmacie que pour la fabrication des produits de beauté. Ils présentent un intérêt non négligeable tant thérapeutique que cosmétique.

SECTION 4 : COUT DE PRODUCTION

Le calcul des coûts suivants se fait pour un hectare de superficie.

Théoriquement, la densité des plantations est de **50.000 pieds/ha**, mais il faut prévoir *30%* de manquants, soit **15.000plants**. En plus, sur pépinière, le nombre de plants morts est de *15%* (sur les **65.000 plants** nécessaires pour un hectare) soit **10.000 plants**. Au total, le nombre de boutures à prévoir est de **75.000 pieds/ha.**

Or, nous avons une superficie de **23 ha** pour la plantation, nécessitant la production de 1.725.000 pieds à prévoir.

4.1. Coût de la pépinière.

La surface de la pépinière est de 250 m² pour un hectare.

Tableau N° XXIII : coût de la pépinière

Unité monétaire en Ariary

TRAVAUX A EFFECTUER	M.O.D	PU	MONTANT
Travaux du sol			
- labour	5	1 200	6 000
- émottage et tamisage	2	1 200	2 400
-mise en forme de la plate-bande	2	1 200	2 400
-ombrage	2	1 200	2 400
Préparation de la bouture et entretiens			-
- coupe de bouture+traitement par captamol et mise sur la pépinière (12.000 boutures/personne)	4	1 200	- 4 800 -
-arrosage (tous les 2jours)	10	1 200	12 000
TOTAL 1	**25**	**1 200**	**30 000**

Le coût de la pépinière est fait tous les cinq ans lors du renouvellement de la plantation.

Donc le coût de la pépinière pour 23 ha sera alors : 30.000 * 23 = Ar.690.000

4.1: Coût de la plantation.

Tableau n°XXIV : coût de la plantation (pour 1ha)

Unité monétaire en Ariary

TRAVEAUX A EFFECTUER	M.O.D	PU	MONTANT
Préparation du sol			
-défrichement (1are/personne/jour)	100	1 200	120 000
-labour et billonnage (15m linéaire/personne/jours)	125	1 200	150 000
Transplantation		1 200	-
-trouaison, apport de compost, transplantation	30	1 200	36 000
Entretien			-
-sarclage, buttage (300m linéaire/personne/jour , eux opération/ an)	50	1 200	- 60 000
Récolte			-
-coupe (150à 250kg/personne avec une récolte de 30 à 40 tonnes/ha)	125	1 200	- 150 000
TOTAL 2	**430**	**1 200**	**516 000**

Source : notre propre Etude 2009

Le coût de la plantation pour la superficie de 23ha sera de :

23 = Ar .11.868000

4.2 Coût des intrants agricoles (pour 1 ha)

Tableau N° XXIV :coût des intrants agricoles (par 1 ha)

Unité monétaire en Ariary

INTRANTS	UNITE	QUANTITE	P.U	MONTANT
-captamol (fongicide pour traitement des boutures)				25 200
-compost de ville (fertilisation localisée en raison de 500g/trou)	Tonne	25	11 000	275 000
- pieds mère	Pied	75 000	2	150 000
TOTAL				**405 200**

Source : notre propre Etude 2009

Pour la superficie de 23 ha, la charge sera : 405.200 * 23 = Ar.10.354.600

4.3 : Coût de l'extraction

Tableau N° XXV : Coût de l'extraction

Unité monétaire en Ariary

DESIGNATION	UNITE	QUANTITE	P.U	MONTANT
Bois de chauffe	Stères	550	1 400	770 000
Entretien				6 000
Main d'œuvre		27	1 200	32 400
TOTAL 4				**808 400**

Source : notre propre Etude 2009

Avec la superficie que l'unité exploite, les coûts de l'extraction dévient :

808.400 23 = Ar.18.593.200

4.4 Coût de production totale

Tableau n°XXVII: Coût de production totale

Unité monétaire en Ariary

ELEMENTS	VALEUR POUR 1 HA	VALEUR POUR 23 HA
Coût sur la pépinière	30 000,00	690 000,00
Coût de la plantation	516 000,00	11 868 000,00
Coût des intrants agricoles	405 200,00	9 319 600,00
Coût d'extraction	808 400,00	18 593 200,00
TOTAL	**1 759 600,00**	**40 470 800,00**

Source : notre propre Etude 2009

D'après ce tableau les coûts de production totale s'élèvent à 40 470 800 Ariary pour 23 hectares.

CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE

L'analyse du prix du produit est très 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 la capacité de production de l'unité avant de passer à la détermination de son programme de production et de vente et en fin le plan de consommation de matières premières.

- La capacité de production de l'unité.
- Les programmes de production et de vente.
- Le plan de consommation de matières premières.

SECTION 1 : LA CAPACITE DE PRODUCTION DE L'UNITE.

La capacité de production correspond à la quantité d'huile qu'il est possible de produire techniquement.

Elle est de 40 kg d'huile essentielle par hectare et par récolte, équivalent à *920 kg/récolte (50 000 pieds/ha→ 0.5kg/pied 50 000*0.5= 25 000 kg= 25tonnes de masses vertes géranium/ha alors 1.6kg d'huiles pour un tonne de masse verte si 25 t*1.6kg= 40 kg d'huiles essentielles par hectare et par coupe →si 23 hectares → 40*23=920kgd'huile/récolte).*

Pourtant, cette quantité demeure théorique, due à certaines contraintes (maladies, problème de fertilité du sol,…) et ne pourrait être atteinte qu'à la deuxième année d'exploitation.

L'unité possède un alambic de 1.000 litres dont la charge utile de matières vertes par extraction est de 450 kg.

SECTION 2 : PROGRAMME DE PRODUCTION ET DE VENTE

2.1. Programme de production.

Le programme de production dans cette optique s'échelonne sur 5 ans. Il est à noter qu'en principe une tonne de matières vertes fournit **1,6 kg** d'huile essentielle. Et un hectare peut fournir 25 à 30 tonnes de masses vertes par coupe. Nous pouvons donc dresser le tableau suivant montrant notre programme de production sur cinq ans.

Tableau N° XXVI : Plan de production sur 5 ans en kg d'huile essentielle.

ANNEE	NOMBRE DE RECOLTE /AN	QTE D'HUILE PRODUITE POUR 1HA (Kg)/an	QTE D'HUILE PRODUITE POUR 23 HA/an
1	2 coupes	50 (25*2)	1.150
2	3 coupes	67,5 (22,5kg/récolte)	1.552,5
3	3 coupes	75 (25*3)	1.725
4	3 coupes	112,5 (37.5* 3)	2.587,5
5	3 coupes	120 (40* 3)	2.760

Source : notre propre Etude 2009

La production varie de 1.150 kg à 2.760 kg durant cinq année successives.

2.2. Chiffre d'affaires prévisionnelles

Il représente les chiffres d'affaires de l'unité sur cinq périodes.

D'après la variation de prix sur la statistique des exportations depuis l'an 2.005, le prix du kilogramme varie de **Ar 140.000 à Ar 220.000 ;** le nôtre est évalué à ***Ar140.000 le kilo***.

Tableau N° XXVII : Chiffre d'affaires prévisionnelles dans cinq ans

Unité monétaire en Ariary

DESIGNATION	UNITE	N	N+1	N+2	N+3	N+4
HUILE BRUTE DE GERANIUM	Ar	161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
TOTAL	Ar	**161 000 000**	**217 350 000**	**241 500 000**	**362 250 000**	**386 400 000**

Source : notre propre Etude 2009

SECTION 3 : PLAN DE CONSOMMATION DE MATIERES PREMIERES

Pendant cette section, les coûts en matières premières seront évalués.

3.1. Dépenses de pré exploitation.

Nous avons vu dans le chapitre 1, section 4 que nous devrons prévoir : **1.725.000 pieds mères pour une superficie de 23 ha**.

Les dépenses concernent les intrants agricoles et les différents coûts de production. Nous considérons que les dépenses qui se font avant l'exploitation constituent les frais de pré exploitation. Ils seront à financer avec les investissements initiaux. Ces coûts s'élèvent à **Ar.40 470 800** (voir Tableau n°26) et seront considérés comme les frais d'établissement. Ils seront amortie dans cinq ans et ces amortissements constituent des charges annuelles.

La quote-part consommée par an est égale à :

$$\frac{40\,470\,800}{5} = \text{Ar.8 094 160}$$

3.2. Dépenses en matières premières

a) <u>Coût de intrants</u>

Le coût est déjà calculé dans le chapitre 1, section 4, (4.3)

b) <u>Coût des emballages</u>

Pour le conditionnement, l'unité envisage d'utiliser deux types d'emballages, à savoir :

- des fûts en inox (50 litres) pour le stockage au niveau de l'usine **(Ar.40.000/unité)**
- des emballages en plastiques PEHD (30 litres) pour l'expédition **(Ar.4.000/unité)**

La prévision des emballages pour cinq ans se présente dans le tableau suivant :

Tableau N° XXVIII : Prévision des emballages pour cinq ans

Unité monétaire en Ariary

ELEMENT / ANNEE	FUTS EN INOX		MATIERE PEHD		TOTAL GENERAL
	Quantité	Montants	Quantité	Montants	
N	25	40 000	40	4 000	**1 161 333**
N+1	10	40 000	54	4 000	**617 000**
N+2	6	40 000	60	4 000	**458 000**
N+3	17	40 000	88	4 000	**1 023 000**
N+4	-	40 000	94	4 000	**376 000**

Source : notre propre Etude 2009

Pour les fûts en inox, l'unité aura besoin de 57 fûts à la cinquième année. Or ces fûts sont déjà acquis pendant les années précédentes donc il n'y aura pas d'acquisition à la cinquième année d'exploitation.

Pour les matières plastiques, l'unité acquiert chaque année la quantité qui correspond à la production annuelle.

CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE

Actuellement, la valeur de l'Entreprise n'est plus uniquement basée sur ses résultats, ses clients ou sur ce marché même si ces éléments restent très importants. C'est pourquoi, nous allons faire une étude organisationnelle en tenant compte des différentes sources nécessaires pour le bon fonctionnement de l'Entreprise.

Cette étude a pour but de bien maîtriser les cadres où doivent se dérouler les opérations. Pour cela, une séparation des fonctions et une division de travail sont nécessaires. Donc, il est prévu de répartir les tâches ou les responsabilités selon une structuration et une hiérarchisation des fonctions à créer.

SECTION 1 : RESSOURCES NECESSAIRES

Les moyens nécessaires à la réalisation de ce projet devraient être définis et organisés.

1.1. Les moyens humains

L'homme est le centre d'intérêt de toute entreprise. C'est la tête qui conçoit et élabore la politique générale, l'objectif, la stratégie et les plans d'action à mener. Les hommes sont les membres chargés de réaliser les opérations relatives aux idées directives à exploiter.

De même, la fonction économique de l'Entreprise, c'est-à-dire les relations avec l'extérieur (fournisseurs, clients, administration), permettent de mettre en légende la vocation de satisfaire les besoins.

1.2. Les moyens matériels

Pour une Entreprise, la gestion des ressources matérielles doit être fonction des idées directrices sur lesquelles reposes son exploitation. Donc, les principaux responsables, positionnés à différents échelons hiérarchiques, sont chargés de veiller sur leurs acquisitions et leurs utilisations rationnelles.

1.3. Les moyens financiers

Dans le processus de libéralisation de l'économie, du désengagement de l'Etat, nous devons obligatoirement rechercher des partenaires pour assurer le fonctionnement normal de l'Entreprise. Ces moyens permettent, non seulement, l'acquisition des matériels mais aussi les paiements du personnel.

SECTION 2 : ORGANIGRAMME ENVISAGE

2.1. Définition

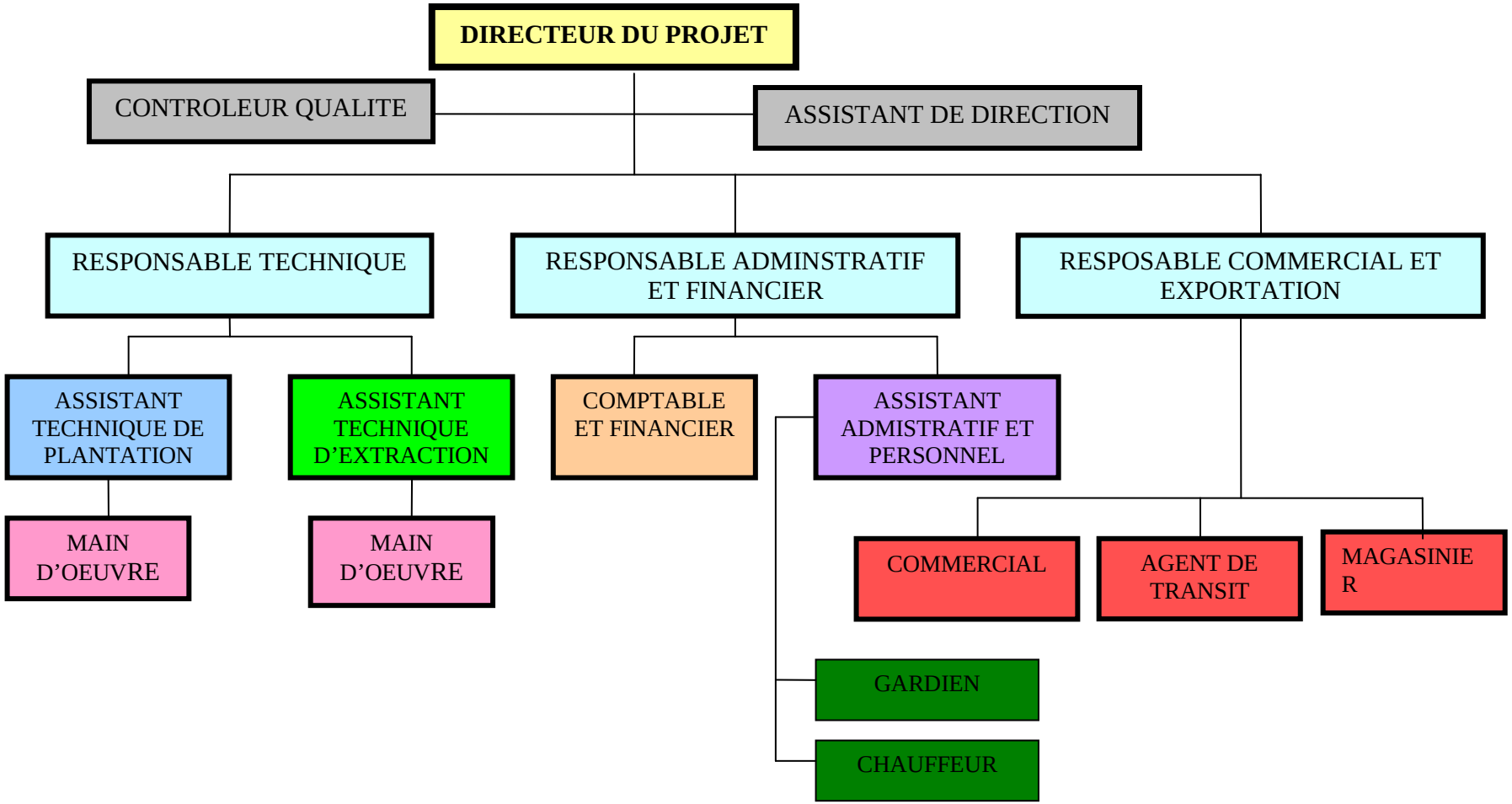
L'organigramme peut être considéré comme la forme de représentation graphique de la structure plus adéquate de l'Entreprise. En effet, à travers un dessin d'organigramme, on peut constater les différents types de relations qui lient ces diverses fonctions.

2.2. Organigramme

L'organigramme est la forme de la représentation d'une structure la plus adéquate. En effet, à travers un dessin d'organigramme, on peut constater, d'une part, les différentes fonctions retenues dans l'organisation et leur regroupement, et d'autre part, les différents types de liaisons qui lient ces différentes fonctions.

Nous allons envisager ci-dessous l'organigramme de cette société.

Figure n° 4 : Organigramme



SECTION 3 : ORGANISATION DU TRAVAIL

Une organisation bien structurée et bien répartie facilite et accélère les tâches de tous les personnels responsables.

Prenons un de ces grands classiques comme Henri FAYOL « qui a axé ses travaux sur la division du travail afin de produire plus et mieux, avec le même effort ».

Ses recherches ont abouti à la spécialisation des fonctions et à la séparation des pouvoirs d'où, il est mieux de bien séparer les fonctions de chaque personnel selon leur qualification, leur qualité et surtout leur spécialisation.

3.1. Les fonctions

Une fonction est un regroupement de l'activité de l'entreprise. Les fonctions mises en application dans l'organisation de l'entreprise proviennent tout simplement des activités à accomplir.

Ces activités sont regroupées en deux ou en plusieurs fonctions dont :

a) La fonction administrative :

Elle renferme et définit les tâches de la direction telles que la coordination et le contrôle des activités de l'entreprise.

b) La fonction commerciale

Elle consiste à :

- définir la politique commerciale de l'entreprise
- étudier quantitativement et qualitativement la concurrence
- effectuer une analyse à partir des statistiques de ventes.

c) La fonction technique

Elle a pour objet de :

- optimiser la fiabilité des matériels
- augmenter la productivité des installations existantes ainsi que la capacité de production
- former les personnels

d) La fonction de sécurité

Elle regroupe les tâches visant à protéger les biens de l'entreprise et les personnes.

e) La fonction comptable

Elle consiste à :

- contrôler et enregistrer toutes les opérations comptables de l'entreprise
- gérer et optimiser les approvisionnements locaux

3.2. Les services

Le service est constitué d'un ensemble des moyens humains et matériels réunis les plus souvent en un même lieu.

Une société est subdivisée en divers sous – services à savoir :

a) Le service comptable

Dans notre cas, il occupe un double service dont le commerce et l'administration et finance. Il est donc responsable de :

- la tenue de la comptabilité
- la déclaration fiscale et sociale
- l'établissement des prévisions de la trésorerie et le plan de financement d'éventuels investissements.

Il consiste à :

- établir les états de créances
- verser à la caisse les paiements reçus en espèce
- transmettre, au service de la comptabilité, des chèques reçus en paiement
- contribuer à maintenir, voire à augmenter, les chiffres d'affaires réalisés avec un client

b) Le service de production

Il assure les tâches suivantes :

- transformation des matières premières en produits finis
- gestion des techniques de production et contrôle de qualité
- meilleure gestion de stocks
- utilisation des technologies modernes

3.3. Organisation envisagée

La mise en place de différentes fonctions de l'entreprise est indispensable dans le processus d'organisation de celle-ci. La répartition des tâches se présente comme la suivante.

a) Le gérant

Il effectue tous les actes de la gestion dans l'intérêt de la société. Il est individuellement ou solidairement, selon le cas, responsable envers la société ou le tiers.

Ses tâches consistent à prendre les décisions stratégiques au sein de la société. Il est le premier responsable de la réussite du projet parce que toutes les décisions prises viennent de lui à commencer par les procédures à suivre jusqu'à ce que le projet soit terminé.

b) Les exécutants

Il s'agit ici de tous les personnels qui contribuent directement à la réalisation du projet. Ce sont les responsables, les assistants, les ouvriers, le chauffeur, le gardien et tous ce qui sont directement opérationnels.

Ils exécutent les décisions venant des responsables dont ils dépendent. Ces décisions sont tactiques c'est-à-dire elles sont adaptées à la circonstance et au temps qui se passe.

Les exécutants peuvent prendre des initiatives assimilables à des décisions opérationnelles ; ces décisions sont adaptées à chaque opération. En d'autre terme, ils ne peuvent pas forcément suivre les décisions venant de ses supérieurs.

A part les ouvriers, il y a le chauffeur qui effectue la livraison par voiture au lieu de les porter à dos d'homme avec la soubique, ce qui facilite et accélère le travail.

3.4. La gestion des ressources humaines.

Les ressources humaines sont reconnues parmi les plus importantes dans la gestion de l'Entreprise et elle repose toute son exploitation sur les aspects humains considérés comme le centre d'intérêt de l'entreprise. Elle a pour objectif de faire comprendre la spécificité du « personnel » et de familiariser aux différentes techniques de gestion des ressources humaines.

Cette expression recouvre la prise en charge dynamique des hommes dans l'entreprise. Les composantes de la gestion du personnel ou de la gestion des ressources humaines sont :

- la gestion de l'emploi
- le plan de carrière et de promotion
- la gestion de rémunération
- les plans de formation et la mise en œuvre des actions correspondantes.

a) La gestion de l'emploi

Elle englobe l'ensemble des analyses, des choix et des actions relatives à l'aménagement des effectifs, ainsi que la qualification des salariés. Par définition, la politique d'emploi constitue un des aspects majeurs de la gestion des ressources humaines puisqu'elle inclut des domaines d'action aussi importants tels que les procédures de recrutement ou de réduction d'effectifs, l'évaluation du personnel et la politique d'embauche. Nous allons recruter **vingt trois (23**) employés et un Directeur gérant pour le bon fonctionnement de l'entreprise.

Les qualifications de ses personnels sont les suivantes :

Tableau N° XXIX : Les qualifications des employés

POSTE	EFFECTIF	QUALIFICATION
Directeur du projet	1	Maîtrise en Gestion (Finance et Compta)
Assistant de Direction	1	Bacc+2 plus 2 ans d'expérience
Contrôleur de Qualité	1	Licence en Chimie ou Agronomie
Responsable Administratif et Financier	1	Licence en Gestion+2 ans d'expérience
Comptable et Financier	1	Bacc+2 en Gestion
Assistant Administratif et Personnel	1	Bacc ou plus en Administration
Responsable Commercial et Exportation	1	Licence en Gestion Marketing ou Organisation
Commercial	2	Niveau Bacc
Agent de Transit	1	Bacc+2 en transit et Douane
Magasinier	1	Bacc ou plus
Responsable Technique	1	Licence en Agronomie
Assistant Technique de plantation	2	Technicien supérieur agricole
Assistant Technique d'Extraction	2	Technicien supérieur en agro-industrie
Chauffeur	2	Niveau B E P C+ permis de conduire
Main d'oeuvre permanent	4	Minimum C E P E
Gardien	2	Minimum C E P E
TOTAL	**24**	

Source : notre propre étude, 2009

D'après ce tableau, nous recrutons vingt quatre (24) employés y inclut le Directeur dont leur catégorie professionnelle dépend de leur qualification respective.

b) Le plan de carrière et de promotion

Il concerne le développement des ressources humaines. Il s'articule le plus souvent en une gestion individualisée des carrières et à un plan de promotion.

La gestion des carrières est fondée sur la définition de filières promotionnelles claires. L'appréciation périodique des salariés permettra, par la suite, l'organisation de leur parcours, compte tenu de leurs performances et de leurs perfections offertes par le développement de l'entreprise. Quant à la promotion, elle se base sur une information recueillie sur la performance de chaque employé. Elle s'appuie surtout sur émérite et l'ancienneté elle favorise généralement le dynamisme de l'employé ainsi que la possibilité d'autre promotion interne due au poste vacant.

c) La gestion de rémunération

Elle utilise des prévisions et vise à établir une gestion prévisionnelle des effectifs.

La politique de rémunération considère les procédures et les règles de calcul des éléments constitutifs de la rémunération, y compris les avantages accordés aux salariés.

Les deux tableaux suivants montrent les rémunérations de tous les personnels ainsi que les charges sociales mensuelles et annuelles afférentes :

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Tableau N° XXX : Salaires mensuels des employés

Unité monétaire en Ariary

POSTE	EFFECTIF	SALAIRE BRUT	SALAIRE BRUT TOTAL	CHARGES PATRONALES		CHARGES NETTES MENSUELLES
				CNAPS	OSTIE	
Directeur du projet	1	300 000	300 000	39 000	15 000	354 000
Assistant de Direction	1	100 000	100 000	13 000	5 000	118 000
Contrôleur de Qualité	1	200 000	200 000	26 000	10 000	236 000
Responsable Administratif et Financier	1	200 000	200 000	26 000	10 000	236 000
Comptable et Financier	1	100 000	100 000	13 000	5 000	118 000
Assistant Administratif et Personnel	1	100 000	100 000	13 000	5 000	118 000
Responsable Commercial et Exportation	1	200 000	200 000	26 000	10 000	236 000
Commercial	2	100 000	200 000	26 000	10 000	236 000
Agent de Transit	1	100 000	100 000	13 000	5 000	118 000
Magasinier	1	100 000	100 000	13 000	5 000	118 000
Responsable Technique	1	200 000	200 000	26 000	10 000	236 000
Assistant Technique de plantation	2	100 000	200 000	26 000	10 000	236 000
Assistant Technique d'Extraction	2	100 000	200 000	26 000	10 000	236 000
Chauffeur	2	60 000	120 000	15 600	6 000	141 600
Main d'Œuvre permanent	4	50 000	200 000	26 000	10 000	236 000
Gardien	2	50 000	100 000	13 000	5 000	118 000
TOTAL	**24**	**2 060 000**	**2 620 000**	**340 600**	**131 000**	**3 091 600**

Source : notre propre étude, 2009

A partir de ce tableau, nous allons déterminer les salaires annuels selon leur qualification. Cela annuellement.

Tableau N° XXXI : Salaires annuels des employés

Unité monétaire en Ariary

POSTE	EFFECTIF	SALAIRE BRUT	SALAIRE BRUT TOTAL	CHARGES PATRONALES		CHARGES NETTES MENSUELLES
				CNAPS	OSTIE	
Directeur du projet	1	3 600 000	3 600 000	468 000	180 000	4 248 000
Assistant de Direction	1	1 200 000	1 200 000	156 000	60 000	1 416 000
Contrôleur de Qualité	1	2 400 000	2 400 000	312 000	120 000	2 832 000
Responsable Administratif et Financier	1	2 400 000	2 400 000	312 000	120 000	2 832 000
Comptable et Financier	1	1 200 000	1 200 000	156 000	60 000	1 416 000
Assistant Administratif et Personnel	1	1 200 000	1 200 000	156 000	60 000	1 416 000
Responsable Commercial et Exportation	1	2 400 000	2 400 000	312 000	120 000	2 832 000
Commercial	2	1 200 000	2 400 000	312 000	120 000	2 832 000
Agent de Transit	1	1 200 000	1 200 000	156 000	60 000	1 416 000
Magasinier	1	1 200 000	1 200 000	156 000	60 000	1 416 000
Responsable Technique	1	2 400 000	2 400 000	312 000	120 000	2 832 000
Assistant Technique de plantation	2	1 200 000	2 400 000	312 000	120 000	2 832 000
Assistant Technique d'Extraction	2	1 200 000	2 400 000	312 000	120 000	2 832 000
Chauffeur	2	720 000	1 440 000	187 200	72 000	1 699 200
Main d'Œuvre permanent	4	600 000	2 400 000	312 000	120 000	2 832 000
Gardien	2	600 000	1 200 000	156 000	60 000	1 416 000
TOTAL	**24**	**24 720 000**	**31 440 000**	**4 087 200**	**1 572 000**	**37 099 200**

Source : notre propre étude, 2009

CNAPS : *13%* charges patronales

OSTIE : *5%* charges patronales

On peut résumer sur le tableau ci-après l'évolution et la récapitulation des charges du personnel.

Tableau N° XXXII : Evolution et récapitulation des charges du personnel.

Unité monétaire en Ariary

ANNEE / RUBRIQUE	N	N+1	N+2	N+3	N+4	TOTAL
Salaire brut annuel avec une augmentation de 10%	31 440 000	34 584 000	38 042 400	41 846 640	46 031 304	191 944 344
Charges patronales annuelles	5 659 200	6 225 120	6 847 632	7 532 395	8 285 635	34 549 982
Salaire annuel net	**37 099 200**	**40 809 120**	**44 890 032**	**49 379 035**	**54 316 939**	**226 494 326**

Source : notre propre étude, 2009

D'après ce tableau, on a pratiqué une augmentation de 10% de salaire annuellement du personnel. Elle a pour but de motiver les employés à travailler bien et à obtenir une production maximale.

d) Le plan de formation et la mise en œuvre des actions correspondantes

La formation est très importante parce qu'elle fait partie de l'évaluation du personnel. Cette évaluation du personnel diagnostique les besoins de formation des employés. Elle peut aussi permettre de comparer les performances avant et après formation.

Elle enrichit les compétences et les connaissances des employés. En conséquence, la formation constitue un processus d'adaptation qui permet à l'entreprise d'ajuster les compétences du personnel.

A cet égard, elle permet donc de préparer les conditions nécessaires pour la mise en œuvre des projets stratégiques ou des orientations à moyen et long terme de l'entreprise.

PARTIE III : ETUDES FINANCIERES ET EVALUATION DU PROJET

La partie précédente a été consacrée aux différents processus de production pour la réalisation du projet et ce, compte tenu des moyens mis en œuvre. Malgré la simplicité des installations, la capacité de production de l'unité assure le fonctionnement continu de l'atelier. L'activité de transformation est au bon niveau pour satisfaire la clientèle.

L'étude financière évalue les besoins financiers du projet. Puisqu'il s'agit du projet, on utilise une démarche prévisionnelle. Les objectifs de l'analyse financière consistent à mesurer la rentabilité de l'entreprise puis analyser son équilibre financier. Cela est dû à l'utilisation des outils d'évaluation ainsi que l'étude des états financiers.

Cette dernière partie est subdivisée en trois parties. Elle consiste à établir le montant des investissements déjà identifiés dans la partie précédente. Ensuite, nous allons établir les états financiers prévisionnels à partir des comptes de gestion. Les états financiers prévus par le Plan Comptable Général 2005 (PCG 2005) sont les comptes de résultat par nature et par fonction, les bilans et les tableaux de flux de trésorerie (par méthodes directe et par méthode directe). Cela permettra de conclure si le projet est faisable et rentable financièrement. Enfin, Les évaluations financières et socio-économiques du projet termineront cette partie.

CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS

Le critère d'investissement va identifier dans un premier temps, l'étude des investissements nécessaires, puis il est nécessaire de déterminer les amortissements des immobilisations, après la présentation de financement du projet, le remboursement de dette. En dernier lieu, nous allons détailler les comptes de gestion d'Entreprise.

SECTION 1 : INVESTISSEMENTS NECESSAIRES

Notre Entreprise a besoin, pour le bon fonctionnement, non seulement de marchandise mais aussi d'autres biens. Ces biens destinés à servir de façon durable de l'activité de l'Entreprise. Ce sont immobilisations.

1.1. Immobilisations Incorporelles

Le plan comptable générale (PCG 2005) définie l'Immobilisation incorporelle comme « Un actif non monétaire, identifiable et sans substance physique détenue par une entité pour la production en fourniture ou la fourniture de biens ou services, la location ou l'utilisation à des fins administratifs »[6]

Parmi les immobilisations incorporelles, il y a des Logiciels relative à la constitution de l'Entreprise et les Frais de constitution. Dans ce cas présent, ils sont évalués à 4 000 000 Ariary c'est-à-dire que 2 000 000 Ariary pour les Logiciels informatique et 2 000 000 Ariary le Frais de Développement Immobilisables.

1.2. Immobilisations corporelles

Le plan comptable général (PCG 2005) estime également que l'immobilisation corporelle n'est autre que « Un actif corporel par une entité pour la production ou la fourniture de biens ou de service, la location ou l'utilisation à des fins administratifs, et qu'elle s'attend à utiliser sur plus d'un exercice »

1.2.1. Terrain

C'est le lieu d'implantation du projet, nous disposons d'un terrain ayant une surface de 600 m^2 pour l'installation de l'usine dans le District de Mahanoro. Sa valeur est estimée à 3 000 000 Ariary et pour la plantation une partie de 13 Ha appartient à la commune et jusqu'à

[6] Suivant le décret 2004/272 du 18 février 2004, page 27

l'acquisition définitive du terrain par l'Entreprise, celle-ci sera liée par un contrat de louage avec la commune. Sa valeur est estimée de 9 000 000 Ariary annuellement et l'autre partie de 10 Ha est un pâturage sans propriétaire qu'on peut exploiter très bien mais tout simplement on prend en charge son aménagement.

1.2.2. Construction

Le devis estimatif de tous les travaux en construction des bâtiments et les autres infrastructures est présenté dans le tableau ci-après.

Tableau N° XXXIII : Constructions

DESIGNATIONS	UNITE	QUANTITE	P.U	MONTANT
Bureau	m²	50	100 000	5 000 000
Usine ou atelier d'extraction	m²	200	100 000	20 000 000
Magasin de stockage	m²	100	100 000	10 000 000
Hangar	m²	40	100 000	4 000 000
Salle de gardiennage	m²	60	100 000	6 000 000
Total				**45 000 000**

Sources : Nos propres calculs, 2009

Selon ce tableau, le total de la construction des bâtiments est de 45 000 000 Ariary

1.2.3 : Matériels et Outillages

C'est l'ensemble des matériaux et équipements qui se trouvent dans le centre dont voici les détails.

[2] Suivant le décret 2004/272 du 18 février 2004, page 27B

Tableau N° XXXIV : Matériels d'Extraction et de plantation

DESIGNATIONS	UNITE	QUANTITE	P.U	MONTANT
Alambic 1000 l complet	Pièce	1	7 500 000	7 500 000
Moto pompe	Pièce	5	800 000	4 000 000
Pulvérisateur de 20L	Pièce	10	65 000	650 000
Balance	Pièce	4	60 000	240 000
Autres matériels	Forfait			1 000 000
TOTAL				**13 390 000**

Sources : Nos propres calculs, 2009

Ce matériel comprendra tout ce que nous avons décrit dans la 2ème partie de ce travail.

Nous avons consulté quelques fournisseurs d'équipement pour extraction d'huile essentielle. Il a une grande variété de prix, nous avons choisi le moins cher. Ainsi le coût total estimé est de 13 390 000 Ariary.

Tableau N° XXXV : Outillages

DESIGNATIONS	UNITE	QUANTITE	P.U	MONTANT
Angady	Pièce	100	10 000	1 000 000
Pelle	Pièce	50	6 000	300 000
Fourche	Pièce	50	6 000	300 000
Sécateur	Pièce	100	7 000	700 000
Machette	Pièce	50	6 000	300 000
Hache	Pièce	70	6 000	420 000
Faucille	Pièce	70	2 000	140 000
Charrue	Pièce	10	100 000	1 000 000
Autres outillages	Forfait			500 000
TOTAL				**4 660 000**

Sources : Nos propres calculs, 2009

1.2.4. Matériels de Bureau et Informatiques

Cette rubrique est composée par les éléments suivants

Tableau N° XXXVI : Matériels de Bureau et Informatiques

DESIGNATIONS	UNITE	QUANTITE	P.U	MONTANT
Tables de direction	Pièce	1	300 000	300 000
Tables	Pièce	10	80 000	800 000
Fauteuil de direction	Pièce	1	350 000	350 000
Chaises	Pièce	15	50 000	750 000
Armoires	Pièce	5	300 000	1 500 000
Ordinateur complet	Pièce	5	800 000	4 000 000
Imprimante	Pièce	5	400 000	2 000 000
Photocopieuse	Pièce	1	1 000 000	1 000 000
Télévision	Pièce	1	500 000	500 000
Autres	Forfait			1 500 000
TOTAL				**12 700 000**

Sources : Nos propres calculs, 2009

Le tableau ci-dessus a évoqué un montant de 12 700 000 Ariary pour les matériels de bureau et les matériels informatiques.

1.2.5. Matériels de transport

Voici les matériels de transport qu'on a besoin.

Tableau N° XXXVII : Matériels de transport

DESIGNATION	UNITE	QUANTITE	P.U	MONTANT
Tracteur	Pièce	1	80 000 000	80 000 000
Camionnette	Pièce	1	20 000 000	20 000 000
Véhicule de direction	Pièce	1	8 000 000	8 000 000
Véhicule	Pièce	2	6 000 000	12 000 000
TOTAL				**120 000 000**

Sources : Nos propres calculs, 2009

D'après ce tableau le coût total du matériel de transport est de 120 000 000 Ariary

1.2.6. Autres immobilisations corporelles

Elles sont constituées par des diverses installations à mettre en œuvre pour les activités.

Tableau N° XXXVIII : Autres immobilisations corporelles

DESIGNATIONS	UNITE	QUANTITE	P.U	MONTANT
Installation téléphonique	Forfait	1	650 000	650 000
Installation eau et électricité	Forfait	1	2 000 000	2 000 000
Agencements et aménagements	Forfait	1	4 360 000	4 360 000
Autres installations	Forfait	1	1 500 000	1 500 000
TOTAL				**8 510 000**

Sources : Nos propres calculs, 2009

SECTION 2 : AMORTISSEMENTS ET INVESTISSEMENTS INITIAUX

2.1. Amortissements

D'après le Plan Comptable Général, l'amortissement est la constatation comptable amoindrissement de la valeur d'un élément d'actif résultat de l'usage, de changement de technique et de toutes autres causes.

En raison de difficultés de mesures de cette dépréciation, l'amortissement consiste généralement dans l'étalement de la valeur probable de vie de matériels et immobilisations, est connaître les nécessités de renouvellement.

D'après le tableau ci-dessous, parmi les immobilisations de l'Entreprise, seul le terrain ne subit pas la dépréciation donc il ne peut pas amortir. Nous pouvons détailler les valeurs résiduelles de l'amortissement chaque année.

Tableau N° XXXIX : Tableau des amortissements

DESIGNATIONS	VALEUR D'ACQUISITION	AMORTISSEMENTS						VALEUR RESIDUELLE
		TAUX	N	N+1	N+2	N+3	N+4	
Immobilisations incorporelles	***4 000 000***		***800 000***	***800 000***	***800 000***	***800 000***	***800 000***	***-***
- Frais de Développement Immobilisable	2 000 000	20%	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	-
- Logiciels informatiques et assimilés	2 000 000	20%	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	-
Immobilisations corporelles	***216 260 000***		***32 297 000***	***32 297 000***	***32 297 000***	***32 297 000***	***32 297 000***	***54 775 000***
- Terrain	12 000 000	0%	-	-	-	-	-	12 000 000
- Constructions	45 000 000	5%	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	2 250 000	33 750 000
- Matériels et Outillages	18 050 000	10%	1 805 000	1 805 000	1 805 000	1 805 000	1 805 000	9 025 000
- Matériels de Bureau et Informatiques	12 700 000	20%	2 540 000	2 540 000	2 540 000	2 540 000	2 540 000	-
- Matériels de transport	120 000 000	20%	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000	24 000 000	-
- Autre immobilisations corporelles	8 510 000	20%	1 702 000	1 702 000	1 702 000	1 702 000	1 702 000	-
TOTAL ACTIF	**220 260 000**		**33 097 000**	**33 097 000**	**33 097 000**	**33 097 000**	**33 097 000**	**54 775 000**

Sources : Nos propres calculs, 2009

2.2. Investissements initiaux

2.2.1. Récapitulation de coût des investissements

Coût total des investissements

Tableau N° XL : Récapitulation de coût des investissements

DESIGNATIONS	MONTANT
Immobilisations incorporelles	***4 000 000***
- Frais de Développement Immobilisables	2 000 000
- Logiciels informatiques et assimilés	2 000 000
Immobilisations corporelles	***216 260 000***
- Terrain	12 000 000
- Constructions	45 000 000
- Matériels et Outillages	18 050 000
- Matériels de Bureau et Informatiques	12 700 000
- Matériels de transport	120 000 000
- Autre immobilisations corporelles	8 510 000
TOTAL ACTIF	**220 260 000**

Source : nos propres calculs, 2009

D'après ce tableau, le total du coût d'investissement est de 220 260 000 Ariary dont il renferme toutes les immobilisations que l'entreprise a besoin à l'exploitation de la firme.

2.2.2. Fonds de Roulement Initial (FRI)

Le F.R.I représente les sommes nécessaires pour démarrer l'activité alors que l'entreprise n'enregistre encore aucune recette. En principe, il doit couvrir les charges des premiers mois d'exploitation. Il est disponible en banque pour nous permettre d'affronter les premières charges.

Tableau N° XLI : Fonds de Roulement Initial

DESIGNATIONS	MONTANT
Coût de plantation de première année	21 877 600
Charges sur les périodes d'Extraction	14 593 200
Matières consommables	
*Fournitures consommables	20 000
*Emballages perdus	-
Achat des matériels, équipements et travaux	1 000 000
Achat des marchandises	-
Sous-total 1	***37 490 800***
Achat non stockés	
*Eau et Electricité	360 000
*Carburants, gaz et lubrifiants	600 000
*Fourniture d'entretien	50 000
*Fourniture administratives	250 000
*Autres matières et fournitures	100 000
Sous-total 2	***1 360 000***
Services extérieurs	
*Location	400 000
*Entretien, réparation et maintenance	200 000
*Prime d'assurance	40 000
*Etude et recherche	20 000
*Documentations et divers	30 000
Sous-total 3	***690 000***
Autres services extérieurs	
*Personnel extérieur de l'Entreprise	1 000 000
*Publicité, publication et relations publiques	200 000
*Déplacements, missions et réceptions	375 000
*Frais postaux et télécommucations	150 000
*Service bancaires et assimilés	40 000
*Cotisations diverses	600 000
Sous-total 4	***2 365 000***
Impôts et Taxes	400 000
Sous-total 5	***400 000***
Charges de personnel	3 091 600
Sous-total 6	***3 091 600***
TOTAUX	***45 397 400***

Source : nos propres calculs, 2009

Dans notre cas, pour couvrir les besoins de trésorerie, il faut chercher le fonds de roulement initial suffisant pour la réalisation. Nous avons un montant de 45 397 400 Ariary pour le FRI.

2.2.3. Récapitulation des investissements initiaux

Tableau N° XLII : Tableau récapitulatif des investissements initiaux

DESIGNATIONS	MONTANT
Immobilisations incorporelles	4 000 000
Immobilisations corporelles	221 260 000
Fonds de Roulement Initial (FRI)	49 397 400
Imprévus de 2% sur FRI	987 948
TOTAL	**275 645 348**

Source : nos propres calculs, 2009

D'après ce tableau, il représente le coût des investissements de l'entreprise et le Fonds de roulement initial et on a estimé des imprévus 2% du F.R.I

SECTION 3 : FINANCEMENT DU PROJET

La réalisation effective du projet nécessite des fonds. Le promoteur va apporter ses contributions. Mais face à la somme requise, la recherche de financement est, en effet, indispensable pour appuyer l'investissement et le fonctionnement de l'unité.

Pour ce faire, nous allons déterminer successivement le plan de financement, les emploies et ressources ainsi que le tableau de remboursement des dettes.

3.1. Plan de financement du projet

Le plan de financement montre le montant total des investissements nécessaires pour le projet. Par conséquent, il décrit au début les ressources financières dont dispose l'entreprise ainsi que les besoins qui sont financés par ces ressources.

Tableau N° XLIII : Tableau de financement du projet.

DESIGNATIONS	MONTANT
Immobilisations incorporelles	4 000 000
Immobilisations corporelles	216 260 000
Fonds de Roulement Initial (FRI)	45 397 400
Imprévus de 2% sur FRI	907 948
TOTAL	**266 565 348**

Source : nos propres calculs, 2009

D'après ce tableau, il représente le coût des investissements de l'entreprise et le Fonds de roulement initial et on a estimé des imprévus 2% du F.R.I.

3.2. Ressources et les emplois

Le tableau des ressources et emplois met en évidence d'une part, le financement des investissements et la variation du fonds de roulement d'autre part, les moyens de trésorerie et l'emploi qui en a été fait.

Il montre comment l'entreprise a financé ses emplois additionnels par ses ressources additionnelles.

Nous allons vérifier dans le tableau suivant que les totaux sont les mêmes

Tableau N° XLIV : Répartition des ressources et les emplois.

EMPLOIS	MONTANT	RESSOURCES	MONTANT	TAUX
Emplois stables		Ressources stables		
▪ Immobilisation	220 260 000	▪ Capital	79 969 604	**30%**
Emplois de courte durée		▪ Emprunt à Long et moyen terme (+1 an)	140 290 396	**70%**
▪ Trésorerie (banque)	46 305 348	▪ Emprunt à Court terme (- 1 an)	46 305 348	
Total	**266 565 348**	**Total**	**266 565 348**	**100%**

Source : nos propres calculs, 2009

En pourcentage, le fonds propre représente 30% de l'investissement total du projet et les remboursements des dettes. En partenariat, avec les institutions financières publiques ou privées nous appliquons les emprunts s'élève 140 290 396 Ariary emprunt à long et moyen

terme et 46 305 348 Ariary l'emprunt à court terme, c'est-à-dire 70% de montant total des investissements et celle de capital est de 79 969 604 Ariary.

En effet, on doit recouvrir en emprunt pour financier les besoins dans le but d'un bon déroulement de l'exploitation

3.3. Remboursement de dette

Pour une entreprise en début de création, il faut chercher du financement car elle n'est pas en mesure de financer la totalité des investissements. Dans ce cas, nous devons contracter un emprunt de 156 348 663 Ariary. Le taux d'intérêt des emprunts par les banques est de 20% et il est remboursable pendant 5ans. L'intérêt et l'annuité (constante) sont donnés par les formules suivantes :

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

a= annuité, c= capital
n= durée de vie
i= taux d'intérêt

Tableau N° XLV : Remboursement de dette

PERIODE	CAPICAL AU DEBUT DE PERIODE	ANNUITE	INTERET 18%	AMORTISSEMENT FINANCIER	CAPICAL EN FIN DE PERIODE
1	140 290 396	42 219 272	25 252 271	16 967 001	123 323 395
2	123 323 395	42 219 272	22 198 211	20 021 061	103 302 333
3	103 302 333	42 219 272	18 594 420	23 624 852	79 677 481
4	79 677 481	42 219 272	14 341 947	27 877 326	51 800 156
5	51 800 156	42 219 272	9 324 028	51 800 156	-

Source : nos propres calculs, 2009

$$a = 140.290.396 \times \frac{0.18}{1-(1+0.18)^{-5}}$$

a= 140 290 396 * 0.300942 = 42 219 272 Ariary

« On constate que, dans le cas d'un amortissement par annuité constante, les intérêts à payer sont plus importants que s'il s'agit d'un amortissement par fraction constante du capital. Le capital est, en effet, remboursé plus lentement et la charge d'intérêt est donc calculée sur un capital restant à rembourser plus important ».[1]

1- Extrait de « Elaborer son dossier financier de création » par Jean Marie Courrent & Sylvie Sammut, 2008

CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE

Dans ce chapitre, nous allons analyser et dégager si ce projet est rentable ou non, compte tenu des différentes charges supportées par ce présent projet. Ceci nous permet d'établir les comptes de résultat prévisionnels, le plan de trésorerie et les bilans prévisionnels.

SECTION 1 : COMPTE DE GESTION

Les comptes de gestion d'exploitation sont caractérisés par l'ensemble des charges à supporter et les produits réalisés par l'Entreprise. Le but est de faire une récapitulation sur les charges et les produits d'une période afin d'établir le compte de résultat prévisionnel.

1.1: Produits

Les prévisions des produits des activités opérationnelles du projet sont formées par les estimations de l'ensemble des ventes et les productions stockées. Nous avons déjà vu le détail dans la rubrique planning de ventes. Le tableau ci-dessous va montrer donc une récapitulation de toutes les ventes au cours des cinq premières années d'activités.

Tableau N° XLVI : Evolution du chiffre d'affaire

Unité monétaire en Ariary

DESIGNATIONS	UNITE	N	N+1	N+2	N+3	N+4
HUILE BRUTE DE GERANIUM	Ar	161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
TOTAL	Ar	**161 000 000**	**217 350 000**	**241 500 000**	**362 250 000**	**386 400 000**

Source : nos propres calculs, 2009

Le tableau nous montre que l'huile brute de GERANIUM est la principale recette pour la société ; cette recette semble normale vue que l'établissement doit faire son possible pour dégager une recette semble élevée pour envisager le autre activité.

1.2. Charges

Les charges sont formées par les achats consommés, les services extérieurs, les impôts et taxes, les charges du personnel, les autres charges des activités ordinaires, les charges financières, les dotations aux amortissements et enfin les impôts sur les bénéfices des sociétés. Les prévisions de ces charges au cours des cinq premières années d'activités sont données dans les tableaux suivants.

a) Achats des fournitures consommables

Tableau N° XLVII : Achats des fournitures consommables

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Coût de plantation et entretien des plates	21 877 600	13 288 600	11 295 310	10 630 880	9 966 450
Charges sur les périodes d'Extraction	29 186 400	43 779 600	43 779 600	43 779 600	43 779 600
Matières consommables					
*Fournitures consommables	456 000	456 000	456 000	456 000	456 000
*Emballages perdus	1 161 333	617 000	458 000	1 023 000	376 000
Achat des matériels, équipements et travaux	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
Achat des marchandises	-	-	-	-	-
Sous-total 1	***53 181 333***	***58 641 200***	***56 488 910***	***56 389 480***	***55 078 050***
Achat non stockés					
*Eau et Electricité	1 320 000	1 320 000	1 320 000	1 320 000	1 320 000
*Carburants, gaz et lubrifiants	1 000 000	1 700 000	1 900 000	1 900 000	1 500 000
*Fourniture d'entretien	700 000	900 000	900 000	900 000	600 000
*Fourniture administratives	1 520 000	2 200 000	2 200 000	2 200 000	1 530 000
*Autres matières et fournitures	900 000	900 000	900 000	900 000	750 000
Sous-total 2	***5 440 000***	***7 020 000***	***7 220 000***	***7 220 000***	***5 700 000***
TOTAL	***58 621 333***	***65 661 200***	***63 708 910***	***63 609 480***	***60 778 050***

Source : nos propres calculs, 2009

Ce sont les achats des fournitures consommables comme les consommées, coût de plantation et d'entretien de plants, charges sur les extractions et les achats non stockés. Nous constatons que la dépense sur les diverses charges accroît d'une année à l'autre soit 58 621 333 Ariary pour la première année vers 60 778 050 Ariary pour la cinquième année.

b) Services extérieurs et autres services extérieurs.

Tableau N° XLVIII : Services extérieurs et autres services extérieurs

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Services extérieurs					
*Location	1 200 000,00	1 320 000	1 452 000	1 597 200	1 437 480
*Entretien, réparation et maintenance	600 000,00	660 000	726 000	798 600	718 740
*Prime d'assurance	280 000,00	308 000	338 800	372 680	335 412
*Etude et recherche	140 000,00	154 000	169 400	186 340	167 706
*Documentations et divers	360 000,00	396 000	435 600	479 160	431 244
Sous-total 1	***2 580 000***	***2 838 000***	***3 121 800***	***3 433 980***	***3 090 582***
Autres services extérieurs					
*Personnel extérieur de l'Entreprise	3 000 000,00	3 150 000	3 307 500	3 472 875	3 125 588
*Publicité, publication et relations publiques	1 000 000,00	1 100 000	1 210 000	1 331 000	1 197 900
*Déplacements, missions et réceptions	1 000 000,00	1 100 000	1 210 000	1 331 000	1 100 000
*Frais postaux et télé communications	400 000,00	440 000	484 000	532 400	479 160
*Service bancaires et assimilés	480 000,00	576 000	691 200	829 440	746 496
*Cotisations diverses	600 000,00	660 000	726 000	798 600	718 740
Sous-total 2	**6 480 000**	**7 026 000**	**7 628 700**	**8 295 315**	**7 367 884**
TOTAL	***9 060 000***	***9 864 000***	***10 750 500***	***11 729 295***	***10 58 466***

Source : nos propres calculs, 2009

c) Impôts, taxes et versements assimilés

Tableau N° XLIX : Impôts, taxes et versements assimilés

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Impôts	600 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Autres impôts et taxes	300 000	300 000	300 000	500 000	400 000
TOTAL	***900 000***	***1 300 000***	***1 300 000***	***1 500 000***	***1 400 000***

Source : nos propres calculs, 2009

d) Charges de personnel

Elles concernent les charges de toute personne liée par un contrat de travail ou d'apprentissage qui perçoit un salaire. Elles concernent le salaire annuel de chaque employé.

CNaPS : 13% charge patronale

OSTIE : 5% charge patronale

Tableau N° L : Charges des personnelles

ANNEE / RUBRIQUE	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Salaire brut annuel avec une augmentation de 10%	31 440 000	34 584 000	38 042 400	41 846 640	46 031 304
Charges patronales annuelles	5 659 200	6 225 120	6 847 632	7 532 395	8 285 635
TOTAL	***37 099 200***	***40 809 120***	***44 890 032***	***49 379 035***	***54 316 939***

Source : nos propres calculs, 2009

On constate une augmentation du salaire annuel de 10% accordée aux salariés. Le salaire annuel net donne 54 316 939 Ariary pendant 5ans.

e) Charges financières

Elles renferment les intérêts et charges assimilées c'est-à-dire les intérêts sur les emprunts, les frais de concours bancaires.

Tableau N° LI : Charges financières

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Charges d'intérêts	25 252 271	22 198 211	18 594 420	14 341 947	9 324 028
Autres charges financières	-	-	-	-	-
TOTAL	***25 252 271***	***22 198 211***	***18 594 420***	***14 341 947***	***9 324 028***

Source : nos propres calculs, 2009

f) Dotations aux amortissements et provisions

Nous en tirons le montant du tableau des amortissements que nous avons établi précédemment

Tableau N° LII : Dotations aux amortissements et provisions

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Dotations-actifs non courants	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000
Dotations-actives courants	-	-	-	-	-
TOTAL	***33 097 000***	***33 097 000***	***33 097 000***	***33 097 000***	***33 097 000***

Source : nos propres calculs, 2009

SECTION 2 : COMPTES DE RESULTAT PREVISIONNEL

Au même titre que le bilan, qui sert évoqué plus tard, le compte de résultat est un document comptable de synthèse que l'entreprise qui fonctionne doit établir, en fin d'exercice, pour rendre compte son activité en présentant l'ensemble des éléments qui ont conduit à obtenir le résultat (bénéfice ou perte).

La simple lecture de ce document donne une première vision de la performance réalisée. Elle peut être utilement complétée par le calcul des soldes intermédiaires de gestion.[1]

2.1. Compte de résultat prévisionnel par nature

Selon le PCG 2005, les informations minimales à présenter de façon distincte au compte de résultat sont les suivantes :

- les produits des activités ordinaires,
- les charges des activités ordinaires,
- le résultat opérationnel,
- les produits financiers et les charges financières,
- la charge d'impôt sur le résultat,
- le résultat des activités ordinaires,
- les résultats extraordinaires,
- le résultat net de l'exercice,

Il existe deux modèles de présentation du compte de résultat :

- le compte de résultat par nature,
- le compte de résultat par fonction.

1- Extrait de « Elaborer son dossier financier de création » de Jean Marie Courrent & Sylvie Sammut, 2008

Tableau N° LIII : Comptes de résultat prévisionnel (par nature)

Unité monétaire : Ariary

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Chiffres d'affaires	161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
Production stockée	-	-	-	-	-
Production immobilisée	-	-	-	-	-
I - PRODUCTION DE L'EXERCICE	161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
Achat consommés	58 621 333	65 661 200	63 708 910	63 609 480	60 778 050
Services extérieurs et autres consommations	9 060 000	9 864 000	10 750 500	11 729 295	10 458 466
II - CONSOMMATION DE L'EXERCICE	67 681 333	75 525 200	74 459 410	75 338 775	71 236 516
III - VALEUR AJOUTE D'EXPLOITATION	93 318 667	141 824 800	167 040 590	286 911 225	315 163 485
Subvention d'exploitation	-	-	-	-	-
Charges de personnel	37 099 200	40 809 120	44 890 032	49 379 035	54 316 939
Impôt, taxes et versement assimilés	900 000	1 300 000	1 300 000	1 500 000	1 400 000
IV - EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	55 319 467	99 715 680	120 850 558	236 032 190	259 446 546
Autres produits opérationnels					
Autres charges opérationnels					
Dotations aux amortissements, aux provisions et pertes de valeurs	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000
Reprise sur provisions et pertes de valeurs					
V - RESULTAT OPERATIONNEL	22 222 467	66 618 680	87 753 558	202 935 190	226 349 546
Produits financiers	-	-	-	-	-
Charges financiers	25 252 271	22 198 211	18 594 420	14 341 947	9 324 028
VI - RESULTAT FINANCIER	- 25 252 271	- 22 198 211	- 18 594 420	- 14 341 947	- 9 324 028
VII - RESULTAT AVANT IMPOTS	- 3 029 804	44 420 469	69 159 138	188 593 243	217 025 518
Impôts exigibles sur résultats	-	-	17 289 784	47 148 311	54 256 379
Impôts différés (variations)	-	-	-	-	-
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	164 029 804	172 929 531	189 630 647	220 805 067	223 630 862
VIII - RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	- 3 029 804	44 420 469	51 869 353	141 444 933	162 769 138
Eléments extraordinaires (produits) - à préciser	-	-	-	-	-
Eléments extraordinaires (charges) - à préciser	-	-	-	-	-
IX - RESULTAT EXTRAORDINAIRE	-	-	-	-	-
X - RESULTAT NET DE L'EXERCICE	**- 3 029 804**	**44 420 469**	**51 869 353**	**141 444 933**	**162 769 138**

2.2. Compte de résultat prévisionnel par fonction

La méthode de présentation du compte de résultat par fonctions conduit à distinguer les charges selon les fonctions au sein de l'entreprise : fonctions de production, fonctions commerciales et les fonctions administratives. Nous allons déterminer en premier lieu la répartition des charges.

Tableau N° LIV : Tableau de répartition des charges
(productions, commerciaux et administratifs)

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Productions					
Achats consommés	52 759 200	59 095 080	57 338 019	57 248 532	54 700 245
Services externes autres consommations	7 248 000	7 891 200	8 600 400	9 383 436	8 366 772
Charges de personnel	9 274 800	10 202 280	11 222 508	12 344 759	13 579 235
Impôts et taxes et versements assimilés	225 000	325 000	325 000	375 000	350 000
Dotations aux amortissements, aux provisions et PV	24 822 750	24 822 750	24 822 750	24 822 750	24 822 750
	94 329 750	**102 336 310**	**102 308 677**	**104 174 477**	**101 819 002**
Commerciaux					
Achats consommés	2 931 067	3 283 060	3 185 446	3 180 474	3 038 903
Services externes autres consommations	906 000	986 400	1 075 050	1 172 930	1 045 847
Charges de personnel	10 016 784	11 018 462	12 120 309	13 332 339	14 665 574
Impôts et taxes et versements assimilés	585 000	845 000	845 000	975 000	910 000
Dotations aux amortissements, aux provisions et PV	3 309 700	3 309 700	3 309 700	3 309 700	3 309 700
	17 748 551	**19 442 622**	**20 535 504**	**21 970 443**	**22 970 023**
Administratifs					
Achats consommés	2 931 067	3 283 060	3 185 446	3 180 474	3 038 903
Services externes autres consommations	906 000	986 400	1 075 050	1 172 930	1 045 847
Charges de personnel	17 807 616	19 588 378	21 547 215	23 701 937	26 072 131
Impôts et taxes et versements assimilés	90 000	130 000	130 000	150 000	140 000
Dotations aux amortissements, aux provisions et PV	4 964 550	4 964 550	4 964 550	4 964 550	4 964 550
	26 699 233	**28 952 388**	**30 902 261**	**33 169 890**	**35 261 430**

Sources : Nos propres calculs, 2009

A partir de ces répartitions, nous pouvons dresser le compte de résultat par fonctions en faisant apparaître les grandeurs caractéristiques de gestion tels que : la marge brute, le résultat opérationnel, le résultat financier, le résultat des activités ordinaires ainsi que le résultat net de chaque exercice.

Tableau N° LV : Comptes de résultat prévisionnel (par fonction)

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Produits des activités ordinaires	161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
Coûts des ventes	94 329 750	102 336 310	102 308 677	104 174 477	101 819 002
MARGE BRUTE	**66 670 250**	**115 013 690**	**139 191 323**	**258 075 523**	**284 580 998**
Autres produits opérationnels	-	-	-	-	-
Coûts commerciaux	17 748 551	19 442 622	20 535 504	21 970 443	22 970 023
Charges administratives	26 699 233	28 952 388	30 902 261	33 169 890	35 261 430
Autres charges opérationnelles					
RESULTAT OPERATIONNEL	**22 222 467**	**66 618 680**	**87 753 558**	**202 935 190**	**226 349 546**
Produits financiers					
Charges financières	25 252 271	22 198 211	18 594 420	14 341 947	9 324 028
RESULTAT AVANT IMPOTS	**- 3 029 804**	**44 420 469**	**69 159 138**	**188 593 243**	**217 025 518**
Impôts exigibles sur résultats	**-**	**-**	**17 289 784**	**47 148 311**	**54 256 379**
Impôts différés					
RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	**- 3 029 804**	**44 420 469**	**51 869 353**	**141 444 933**	**162 769 138**
Produits extraordinaires					
Charges extraordinaires					
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	**- 3 029 804**	**44 420 469**	**51 869 353**	**141 444 933**	**162 769 138**

Sources : Nos propres calculs, 2009

L’objectif de ce compte de résultat prévisionnel est de connaître si l’entreprise est rentable. On calcule pour cela le résultat net de l’exercice.
Le bénéfice dégagé ou la perte supportée apparaît immédiatement.
D’après ce tableau, on examine alors le résultat net de l’exercice de la première année négatif de 3 029 804 Ar. Mais à partir du deuxième exercice, le résultat est positif. Le résultat net négatif signifie du fait de pertes exceptionnelles, mais avec un résultat d’exploitation positif, au fait d’avoir le même résultat mais provoqué par un résultat d’exploitation négatif. Ce dernier est, en effet, représentatif du fonctionnement quotidien de l’entreprise, de son activité principale, et notamment des méthodes d’organisation, de la réussite ou de l’échec du politique commerciale. En ce sens, ses causes sont en partie structurelles, stables.

SECTION 3 : LE PLAN DE TRESORERIE ET LES BILANS PREVISIONNELS

3.1. Le plan de trésorerie

Le plan de trésorerie est une prévision des encaissements et des décaissements au cours d’une période considérée. Elle nous permettra de connaître le niveau de capacité de remboursement des capitaux investis. C’est à partir de la trésorerie que les investisseurs ou les banques pourront financer, à titre d’emprunt, une entreprise.
Le Plan de trésorerie est un plan qui montre les soldes entre les entrées et les sorties de fonds, ce plan ne concerne que les mouvements de trésorerie, bref les flux s'appliquent à la notion de trésorerie et uniquement à cette notion.

Tableau N° LVI : Le plan de trésorerie

DESIGNATIONS	DEBUT	N	N+1	N+2	N+3	N+4
- ENCAISSEMENTS						
Ventes		161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
Capital	79 969 604					
Emprunt à CT et MT	186 595 744					
TOTAL DES ENCAISSEMENTS	**266 565 348**	**161 000 000**	**217 350 000**	**241 500 000**	**362 250 000**	**386 400 000**
- DECAISSEMNTS						
Investissements	220 260 000					
Remboursements		88 524 620	42 219 272	42 219 272	42 219 272	42 219 272
Achats consommés		58 621 333	65 661 200	63 708 910	63 609 480	60 778 050
Services extérieurs		2 580 000	2 838 000	3 121 800	3 433 980	3 090 582
Autres services extérieurs		6 480 000	7 026 000	7 628 700	8 295 315	7 367 884
Impôts et taxes		900 000	1 300 000	1 300 000	48 648 311	74 561 291
Charges de personnel		37 099 200	40 809 120	62 179 816	49 379 035	54 316 939
TOTAL DES DECAISSEMENTS	**220 260 000**	**194 205 153**	**159 853 592**	**180 158 499**	**215 585 393**	**242 334 018**
Ecart	46 305 348	- 33 205 153	57 496 408	61 341 501	146 664 607	144 065 982
Solde Initiale	-	46 305 348	13 100 195	70 596 603	131 938 104	278 602 711
Solde Finale	***46 305 348***	***13 100 195***	***70 596 603***	***131 938 104***	***278 602 711***	***422 668 693***

Sources : Nos propres calculs, 2009

Le but de l'élaboration du plan de trésorerie consiste à connaître la trésorerie finale. Trois (3) cas peuvent apparaître : elle peut être égale zéro, négative et positive.

Dans notre cas, la trésorerie est positive au cours de ces 5 exercices. Ce qui signifie que l'on évoque des excédents. Et selon les règles de jour de valeur, afin de prendre avec minimum de risques de coût, la décision opportune sur l'approvisionnement des comptes est le placement des excédents.

3.2. Les bilans provisionnels

Le bilan est un état récapitulatif des actifs, des passifs et des capitaux propres de l'entité à la date de clôture des comptes. Le bilan a pour objet de décrire le patrimoine de l'entreprise, à une date donnée (la date de clôture de l'exercice), en retranchant d'une part la composition de ce patrimoine (à l'actif) et, d'autre part, l'origine de son fonctionnement (au passif).

a) Les actifs

Les actifs représentent les ressources contrôlées par l'entité du fait d'évènements passés et dont elle attend des avantages économiques futurs. Selon le P.C.G 2005, on a subdivisé en deux l'actif.

b) L'actif courant

C'est un actif que l'entreprise attend à pouvoir réaliser, à vendre ou à consommer dans le cadre de son cycle d'exploitation normal, qui est détenu essentiellement à des fins de transactions ou pour une durée courte et que l'entité s'attend à réaliser dans les douze mois suivant la date de clôture de son exercice, ou qui constitue de la trésorerie dont l'utilisation n'est pas soumise à restriction.

c) L'actif non courant

C'est un actif destiné à être utilisé de manière continuelle pour les besoins des activités de l'entité tels que les immobilisations corporelles ou incorporelles, ou détenu à des fins de placement à long terme ou que l'entité n'a pas l'intention de réaliser dans les douze mois suivant la date de clôture de son exercice.

d) Les passifs

Les passifs sont constitués des obligations résultant d'évènements passés et dont l'extinction devrait se traduire par des sorties de ressources.

e) Le passif courant

Il comprend les éléments de passifs que l'entité s'attend à étendre à l'occasion de son cycle d'exploitation normal, ou dont le règlement doit intervenir dans douze mois suivant la date de clôture de l'exercice.

f) Le passif non courant

Il comprend tous les éléments du passif qui ne constituent pas des passifs courants, dans notre cas, il s'agit des emprunts et dettes financières.

g) Les capitaux propres

Les capitaux propres ou fonds propres ou capital financier correspondent à l'excédent des actifs sur les passifs courants et non courants.

3.2.1. Le bilan d'ouverture de l'exercice

Au départ, le bilan de l'entreprise se présente comme suit :

Tableau N° LVII : Le bilan d'ouverture

ACTIF	MONTANT	CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS		**CAPITAUX PROPRES**	
		Capital social appelé versé	79 969 604
Immobilisations incorporelles	**4 000 000**	Capital social non appelé	
Frais de développement Immobilisables	2 000 000	Réserves légales	
Logiciels informatiques et assimilés	2 000 000	Report à nouveau	
		Résultat en instance d'affectation	
Immobilisations corporelles	**216 260 000**	Résultat de l'exercice	
Terrains	12 000 000		
Constructions	45 000 000	**TOTAL I**	**79 969 604**
Agencements, aménagements et installations		**PASSIFS NON-COURANTS**	
Installations techniques		Impôts différés	
Matériels de transport	120 000 000	Emprunts et dettes financières	140 290 396
Matériels de bureau et informatiques	12 700 000	Provisions et produits constatés d'avance	
Matériels et Outillages	18 050 000		
Autres immobilisations incorporelles	8 510 000	**TOTAL PASSIFS NON-COURANTS II**	**140 290 396**
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	**220 260 000**	**PASSIFS COURANTS**	
ACTIFS COURANTS		Dette à court terme	46 305 348
Stocks et en cours	-		
Stocks des matières premières	-	Fournisseurs et comptes rattachés	
Stocks des produits finis	-	Clients - avances et acomptes	
Créances et emplois assimilés	-	Organismes sociaux	
Fournisseurs - avances et acomptes	-	Etat: impôts et taxes	
Clients et comptes rattachés	-	Associés: comptes courants	
Trésorerie et équivalents de trésorerie	**46 305 348**		
Banque	46 305 348	Comptes de trésorerie (découverts bancaires)	
Caisse			
TOTAL ACTIFS COURANTS	**46 305 348**	**TOTAL PASSIFS COURANTS**	**46 305 348**
TOTAL DES ACTIFS	**266 565 348**	**TOTAL DES PASSIFS**	**266 565 348**

Sources : Nos propres calculs, 2009

3.2.2. Les bilans sur cinq ans

Les bilans pendant les cinq premiers exercices seront successivement présentés dans les tableaux ci-après. Ils permettent de trouver les situations du projet tout en distinguant les actifs non courants, les actifs courants et, les capitaux propres, les passifs non courants et les passifs courants.

Tableau N° LVIII : Le bilan prévisionnel de l'année N

ACTIF	ANNEE N			CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	EXERCICE N
	Valeurs brutes	Amort./Prov.	Valeurs nettes		
ACTIFS NON COURANTS				**CAPITAUX PROPRES**	
				Capital social appelé versé	79 969 604
Immobilisations incorporelles	**4 000 000**	**800 000**	**3 200 000**	Capital social non appelé	
Frais de développement Immobilisables	2 000 000	400 000	1 600 000	Réserves légales	
Logiciels informatiques et assimilés	2 000 000	400 000	1 600 000	Report à nouveau	
				Résultat en instance d'affectation	
Immobilisations corporelles	**216 260 000**	**32 297 000**	**183 963 000**	Résultat de l'exercice	- 3 029 804
Terrains	12 000 000	-	12 000 000		
Constructions	45 000 000	2 250 000	42 750 000	**TOTAL I**	**76 939 800**
Agencements, aménagements et installations			-	**PASSIFS NON-COURANTS**	
Installations techniques			-	Impôts différés	
Matériels de transport	120 000 000	24 000 000	96 000 000	Emprunts et dettes financières	123 323 395
Matériels de bureau et informatiques	12 700 000	2 540 000	10 160 000	Provisions et produits constatés d'avance	
Matériels et Outillages	18 050 000	1 805 000	16 245 000		
Autres immobilisations incorporelles	8 510 000	1 702 000	6 808 000	**TOTAL PASSIFS NON-COURANTS II**	**123 323 395**
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	**220 260 000**	**33 097 000**	**187 163 000**	**PASSIFS COURANTS**	
ACTIFS COURANTS				Dettes court terme	
Stocks et en cours	-	-	-		
Stocks des matières premières				Fournisseurs et comptes rattachés	
Stocks des produits finis				Clients - avances et acomptes	
Créances et emplois assimilés	-	-	-	Organismes sociaux	
Fournisseurs - avances et acomptes				Etat: impôts et taxes	
Clients et comptes rattachés				Associés: comptes courants	
Trésorerie et équivalents de trésorerie	**13 100 195**	**-**	**13 100 195**		
Banque	13 100 195		-	Comptes de trésorerie	
Caisse					
TOTAL ACTIFS COURANTS	**13 100 195**	**-**	**13 100 195**	**TOTAL PASSIFS COURANTS**	**-**
TOTAL DES ACTIFS	**233 360 195**	**33 097 000**	**200 263 195**	**TOTAL DES PASSIFS**	**200 263 195**

Sources : Nos propres calculs, 2009

Tableau N° LIX : Le bilan prévisionnel de l'année N+1

ACTIF	ANNEE N+1			CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	EXERCICE N+1
	Valeurs brutes	Amort./Prov.	Valeurs nettes		
ACTIFS NON COURANTS				**CAPITAUX PROPRES**	
				Capital social appelé versé	79 969 604
Immobilisations incorporelles	**4 000 000**	**1 600 000**	**2 400 000**	Capital social non appelé	
Frais de développement Immobilisables	2 000 000	800 000	1 200 000	Réserves légales	
Logiciels informatiques et assimilés	2 000 000	800 000	1 200 000	Report à nouveau	
				Résultat en instance d'affectation	- 3 029 804
Immobilisations corporelles	**216 260 000**	**64 594 000**	**151 666 000**	Résultat de l'exercice	44 420 469
Terrains	12 000 000	-	12 000 000		
Constructions	45 000 000	4 500 000	40 500 000	**TOTAL I**	**121 360 269**
Agencements, aménagements et installations			-	**PASSIFS NON-COURANTS**	
Installations techniques			-	Impôts différés	
Matériels de transport	120 000 000	48 000 000	72 000 000	Emprunts et dettes financières	103 302 333
Matériels de bureau et informatiques	12 700 000	5 080 000	7 620 000	Provisions et produits constatés d'avance	
Matériels et Outillages	18 050 000	3 610 000	14 440 000		
Autres immobilisations incorporelles	8 510 000	3 404 000	5 106 000	**TOTAL PASSIFS NON-COURANTS II**	**103 302 333**
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	**220 260 000**	**66 194 000**	**154 066 000**	**PASSIFS COURANTS**	
ACTIFS COURANTS				Dettes court terme	
Stocks et en cours	-	-	-		
Stocks des matières premières				Fournisseurs et comptes rattachés	
Stocks des produits finis				Clients - avances et acomptes	
Créances et emplois assimilés	-	-	-	Organismes sociaux	
Fournisseurs - avances et acomptes				Etat: impôts et taxes	
Clients et comptes rattachés				Associés: comptes courants	
Trésorerie et équivalents de trésorerie	**70 596 603**	**-**	**70 596 603**		
Banque	70 596 603			Comptes de trésorerie	
Caisse					
TOTAL ACTIFS COURANTS	**70 596 603**	**-**	**70 596 603**	**TOTAL PASSIFS COURANTS**	**-**
TOTAL DES ACTIFS	**290 856 603**	**66 194 000**	**224 662 603**	**TOTAL DES PASSIFS**	**224 662 603**

Tableau N° LX : Le bilan prévisionnel de l'année N+2

ACTIF	ANNEE N+2			CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	EXERCICE N+2
	Valeurs brutes	Amort./Prov.	Valeurs nettes		
ACTIFS NON COURANTS				**CAPITAUX PROPRES**	
				Capital social appelé versé	79 969 604
Immobilisations incorporelles	**4 000 000**	**2 400 000**	**1 600 000**	Capital social non appelé	
Frais de développement Immobilisables	2 000 000	1 200 000	800 000	Réserves légales	2 069 533
Logiciels informatiques et assimilés	2 000 000	1 200 000	800 000	Report à nouveau	39 321 132
				Résultat en instance d'affectation	
Immobilisations corporelles	**216 260 000**	**96 891 000**	**119 369 000**	Résultat de l'exercice	51 869 353
Terrains	12 000 000	-	12 000 000		
Constructions	45 000 000	6 750 000	38 250 000	**TOTAL I**	**173 229 623**
Agencements, aménagements et installations			-	**PASSIFS NON-COURANTS**	
Installations techniques			-	Impôts différés	
Matériels de transport	120 000 000	72 000 000	48 000 000	Emprunts et dettes financières	79 677 481
Matériels de bureau et informatiques	12 700 000	7 620 000	5 080 000	Provisions et produits constatés d'avance	
Matériels et Outillages	18 050 000	5 415 000	12 635 000		
Autres immobilisations incorporelles	8 510 000	5 106 000	3 404 000	**TOTAL PASSIFS NON-COURANTS II**	**79 677 481**
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	**220 260 000**	**99 291 000**	**120 969 000**	**PASSIFS COURANTS**	
ACTIFS COURANTS				Dettes court terme	
Stocks et en cours	-	-	-		
Stocks des matières premières				Fournisseurs et comptes rattachés	
Stocks des produits finis				Clients - avances et acomptes	
Créances et emplois assimilés	-	-	-	Organismes sociaux	
Fournisseurs - avances et acomptes				Etat: impôts et taxes	
Clients et comptes rattachés				Associés: comptes courants	
Etat: impôts et taxes					
Trésorerie et équivalents de trésorerie	**131 938 104**	**-**	**131 938 104**		
Banque	131 938 104		131 938 104	Comptes de trésorerie	
Caisse					
TOTAL ACTIFS COURANTS	**131 938 104**	**-**	**131 938 104**	**TOTAL PASSIFS COURANTS**	**-**
TOTAL DES ACTIFS	**352 198 104**	**99 291 000**	**252 907 104**	**TOTAL DES PASSIFS**	**252 907 104**

Sources : Nos propres calculs, 2009

Tableau N° LXI : Le bilan prévisionnel de l'année N+3

ACTIF	ANNEE N+3			CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	EXERCICE N+3
	Valeurs brutes	Amort./Prov.	Valeurs nettes		
ACTIFS NON COURANTS				**CAPITAUX PROPRES**	
				Capital social appelé versé	79 969 604
Immobilisations incorporelles	**4 000 000**	**3 200 000**	**800 000**	Capital social non appelé	
Frais de développement Immobilisables	2 000 000	1 600 000	400 000	Réserves légales	4 663 001
Logiciels informatiques et assimilés	2 000 000	1 600 000	400 000	Autres Réserves	39 321 132
				Report à nouveau	49 275 886
Immobilisations corporelles	**216 260 000**	**129 188 000**	**87 072 000**	Résultat en instance d'affectation	
Terrains	12 000 000	-	12 000 000	Résultat de l'exercice	141 444 933
Constructions	45 000 000	9 000 000	36 000 000	**TOTAL I**	**314 674 555**
Agencements, aménagements et installations			-	**PASSIFS NON-COURANTS**	
Installations techniques			-	Impôts différés	
Matériels de transport	120 000 000	96 000 000	24 000 000	Emprunts et dettes financières	51 800 156
Matériels de bureau et informatiques	12 700 000	10 160 000	2 540 000	Provisions et produits constatés d'avance	
Matériels et Outillages	18 050 000	7 220 000	10 830 000		
Autres immobilisations incorporelles	8 510 000	6 808 000	1 702 000	**TOTAL PASSIFS NON-COURANTS II**	**51 800 156**
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	**220 260 000**	**132 388 000**	**87 872 000**	**PASSIFS COURANTS**	
ACTIFS COURANTS				Dettes court terme	
Stocks et en cours	-	-	-		
Stocks des matières premières				Fournisseurs et comptes rattachés	
Stocks des produits finis				Clients - avances et acomptes	
Créances et emplois assimilés	-	-	-	Organismes sociaux	
Fournisseurs - avances et acomptes				Etat: impôts et taxes	
Clients et comptes rattachés				Associés: comptes courants	
Trésorerie et équivalents de trésorerie	**278 602 711**	**-**	**278 602 711**		
Banque	278 602 711			Comptes de trésorerie	
Caisse					
TOTAL ACTIFS COURANTS	**278 602 711**	**-**	**278 602 711**	**TOTAL PASSIFS COURANTS**	**-**
TOTAL DES ACTIFS	**498 862 711**	**132 388 000**	**366 474 711**	**TOTAL DES PASSIFS**	**366 474 711**

Sources : Nos propres calculs, 2009

Tableau N° LXII : Le bilan prévisionnel de l'année N+4

ACTIF	ANNEE N+4			CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	EXERCICE N+4
	Valeurs brutes	Amort./Prov.	Valeurs nettes		
ACTIFS NON COURANTS				**CAPITAUX PROPRES**	
				Capital social appelé versé	79 969 604
Immobilisations incorporelles	**4 000 000**	**4 000 000**	**-**	Réserves légales	11 735 248
Frais de développement Immobilisable	2 000 000	2 000 000	-	Autres Réserves	88 597 017
Logiciels informatiques et assimilés	2 000 000	2 000 000	-	Report à nouveau	134 372 686
				Résultat en instance d'affectation	
Immobilisations corporelles	**216 260 000**	**161 485 000**	**54 775 000**	Résultat de l'exercice	162 769 138
Terrains	12 000 000	-	12 000 000		
Constructions	45 000 000	11 250 000	33 750 000	**TOTAL I**	**477 443 693**
Agencements, aménagements et installations			-	**PASSIFS NON-COURANTS**	
Installations techniques			-	Impôts différés	
Matériels de transport	120 000 000	120 000 000	-	Emprunts et dettes financières	-
Matériels de bureau et informatiques	12 700 000	12 700 000	-	Provisions et produits constatés d'avance	
Matériels et Outillages	18 050 000	9 025 000	9 025 000		
Autres immobilisations incorporelles	8 510 000	8 510 000	-	**TOTAL PASSIFS NON-COURANTS II**	-
TOTAL ACTIFS NON COURANTS	**220 260 000**	**165 485 000**	**54 775 000**	**PASSIFS COURANTS**	
ACTIFS COURANTS				Dettes court terme	
Stocks et en cours	-	-	-		
Stocks des matières premières				Fournisseurs et comptes rattachés	
Stocks des produits finis				Clients - avances et acomptes	
Créances et emplois assimilés	-	-	-	Organismes sociaux	
Fournisseurs - avances et acomptes				Etat: impôts et taxes	
Clients et comptes rattachés				Associés: comptes courants	
Etat: impôts et taxes				Provisions et produits constatés d'avance	
Trésorerie et équivalents de trésorerie	**422 668 693**	**-**	**422 668 693**		
Banque	422 668 693		422 668 693	Comptes de trésorerie	
Caisse					
TOTAL ACTIFS COURANTS	**422 668 693**	**-**	**422 668 693**	**TOTAL PASSIFS COURANTS**	-
TOTAL DES ACTIFS	**642 928 693**	**165 485 000**	**477 443 693**	**TOTAL DES PASSIFS**	**477 443 693**

Sources : Nos propres calculs, 2009

La somme de 46 305 348 Ar inscrit à la disponibilité du bilan d'ouverture représente notre Fonds de Roulement Initial.

La dépréciation de certains éléments de l'actif au cours des 5 exercices justifie la pratique de l'amortissement linéaire à l'effet de la diminution de valeur d'un élément d'actif non courant résultant de l'usage.

En outre, deux postes nouveaux apparaissent dans les capitaux propres, au passif :

- le résultat, qui reprend le solde du compte de résultat de l'exercice ;
- le report à nouveau, qui regroupe les résultats cumulés non distribués des exercices antérieurs et c'est en celui-ci que l'on inscrira les pertes, pour l'année N+1, il est négatif.

Quant aux emprunts et dettes financières, ils représentent le montant du capital qui n'a pas été encore remboursé. D'où, l'année N+4, le montant des emprunts et dettes financières est nul, ce qui veut dire que, il a été remboursé.

SECTION 4 : LES TABLEAUX DE FLUX DE TRESORERIE

Le tableau des flux de trésorerie a pour objet de fournir aux utilisateurs des états financiers un fondement d'évaluation de la capacité de l'entité à générer de la trésorerie ainsi que des informations sur l'utilisation de ces flux de trésorerie. Selon le PCG 2005, il existe deux méthodes sont de présentation du Tableau flux de trésorerie : méthode directe et méthode indirect.

4.1 Le tableau de flux de trésorerie par méthode directe

Tableau N° LXIII : Tableau de flux de trésorerie (méthode directe)

DESIGNATION	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles					
Encaissements reçus des clients	161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
Sommes versées aux fournisseurs	68 581 333	76 825 200	75 759 410	76 838 775	72 636 516
Sommes versées au personnel	37 099 200	40 809 120	44 890 032	49 379 035	54 316 939
Intérêts et autres frais financiers payés	25 252 271	22 198 211	18 594 420	14 341 947	9 324 028
Impôts sur les résultats payés	-	-	17 289 784	47 148 311	54 256 379
Flux de trésorerie avant éléments extraordinaires	**30 067 196**	**77 517 469**	**84 966 353**	**174 541 933**	**195 866 138**
Flux de trésorerie liés à des événements extraordinaires	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Encaissements					
Décaissements					
Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles (A)	**30 067 196**	**77 517 469**	**84 966 353**	**174 541 933**	**195 866 138**
Flux de trésorerie liés à des activités d'investissement					
Décaissements sur acquisition d'immobilisations corporelles	186 595 744				
Flux de trésorerie net provenant des activités des activités d'investi (B)	**- 186 595 744**	**-**	**-**	**-**	**-**
Flux de trésorerie liés aux activités de financement					
Encaissement suite à l'émission d'actions					
Dividendes et autres distributions effectués					
Encaissements provenant d'emprunts	140 290 396				
Remboursements d'emprunts ou d'autres dettes assimilées	16 967 001	20 021 061	23 624 852	27 877 326	51 800 156
Flux de trésorerie net provenant des activités de financement (C)	**123 323 395**	**- 20 021 061**	**- 23 624 852**	**- 27 877 326**	**- 51 800 156**
Incidences des variations des taux de change sur liq et quasi-liquidités					
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)	**- 33 205 153**	**57 496 408**	**61 341 501**	**146 664 607**	**144 065 983**
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture de l'exercice	46 305 348	13 100 195	70 596 603	131 938 104	278 602 711
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture de l'exercice	13 100 195	70 596 603	131 938 104	278 602 711	422 668 693
Variation de trésorerie de la période	**- 33 205 153**	**57 496 408**	**61 341 501**	**146 664 607**	**144 065 982**

Sources : Nos propres calculs, 2009

4.1. Le tableau de flux de trésorerie par méthode indirecte

Etant donné le flux de trésorerie par la méthode directe, nous avons constaté que les variations de la trésorerie au cours des cinq premières années sont toutes positives. La méthode indirecte sera donnée par le tableau ci-après :

Tableau N° LXIV : Tableau de flux de trésorerie (méthode indirecte)

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Flux de trésorerie liés à l'activité					
Résultat de l'exercice	- 3 029 804	44 420 469	51 869 353	141 444 933	162 769 138
Ajustement pour:					
- Amortissements et provisions	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000
- Variation des impôts différés					
- Variation des stocks					
- Variation des clients et autres créances					
- Variation des fournisseurs et autres dettes					
- Plus ou moins-values de cession nettes d'impôts					
Flux de trésorerie générés par l'activité (A)	**30 067 196**	**77 517 469**	**84 966 353**	**174 541 933**	**195 866 138**
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement					
Décaissements sur acquisition d'immobilisations	140 290 396				
Encaissements sur cession d'immobilisations					
Flux de trésorerie net provenant des activités des activités d'investissement (B)	**- 140 290 396**	**-**	**-**	**-**	**-**
Flux de trésorerie liés aux activités de financement					
Dividendes versés aux actionnaires					
Augmentation de capital en numéraire					
Emprunt	140 290 396				
Remboursements d'emprunt	16 967 001	20 021 061	23 624 852	27 877 326	51 800 156
Flux de trésorerie net provenant des activités de fit (C)	**123 323 395**	**- 20 021 061**	**- 23 624 852**	**- 27 877 326**	**- 51 800 156**
Incidences des variations des taux de change sur liq et					
Variation de trésorerie de la période (A+B+C)	**13 100 195**	**57 496 408**	**61 341 501**	**146 664 607**	**144 065 983**
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture de l'exercice	46 305 348	13 100 195	70 596 603	131 938 104	278 602 711
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture de l'exercice	13 100 195	70 596 603	131 938 104	278 602 711	422 668 693
Variation de trésorerie de la période	**- 33 205 153**	**57 496 408**	**61 341 501**	**146 664 607**	**144 065 982**

Sources : Nos propres calculs, 2009

La méthode directe consiste à présenter les principales rubriques d'entrée et de sortie de trésorerie brute (clients, fournisseurs, impôts, …) afin de dégager un flux de trésorerie net ; à rapprocher ce flux de trésorerie net du résultat avant impôt de la période considérée. La méthode indirecte consiste à ajuster le résultat net de l'exercice en tenant compte : des effets de transactions sans influence sur la trésorerie amortissements, variations des clients, stocks, fournisseurs, …) ; des décalages ou des régularisations (impôts, …) ; des flux de trésorerie liés aux activités d'investissement ou de financement.

CHAPITRE III : EVALUATIONS DU PROJET

Les évaluations du projet qui consistent à examiner les coûts et les résultats escomptés du projet peuvent se situer à deux niveaux de :

- l'entreprise pour connaître la rentabilité et l'équilibre financière. C'est l'évaluation financière ;
- la communauté ou de la collectivité nationale pour évaluer les résultats attendus. Il s'agit de l'évaluation socio-économique.

SECTION 1: EVALUATIONS FINANCIERES DU PROJET

La mesure de la rentabilité financière d'un projet d'investissement comprend plusieurs éléments dont principalement :

- la Valeur Actuelle Nette ou VAN,
- L'indice de profitabilité (IP)
- Le taux de rentabilité interne (TRI)
- La durée de récupération des capitaux investis (DRCI)
- et les différents ratios

a) La valeur actuelle nette

La valeur actuelle nette ou V.A.N n'est autre que la somme des marges brutes d'autofinancement ou M.B.A actualisée.

Elle est donnée par la formule :

$$V.A.N = \sum_{j=1}^{n} (1+t)^{-j} - C$$

Avec V.A.N = Valeur Actuelle Nette

n = durée du projet

t = taux d'actualisation

C = capitaux investis

Tableau N° LXV : Calcul de la M.B.A ou Cash – Flow

Taux 18%

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Résultat net	- 3 029 804	44 420 469	51 869 353	141 444 933	162 769 138
Amortissement	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000
MBA	30 067 196	77 517 469	84 966 353	174 541 933	195 866 138
(1+t)-n	0,847	0,718	0,609	0,516	0,437
MBA actualisée	25 466 915	55 657 543	51 744 509	90 063 637	85 593 502
MBA actualisée cumulée	25 466 915	81 124 458	132 868 967	222 932 604	**308 526 106**

Source : nos propres calculs, 2009

Le capital investi est de 220 260 000 Ariary et le taux d'actualisation est de 18%

V.A.N= 308 526 106 – 220 260 000= 88 266 106 Ariary

VAN=	**88 266 106**

D'où V.A.N est positive de 88 266 106 Ar, le projet est rentable, cela signifie aussi que la rentabilité est supérieure au taux exigé t.

Nous pouvons affirmer que le présent projet est rentable selon ce critère. Nous allons continuer l'examen du projet par la mesure de l'indice de profitabilité.

b) L'indice de profitabilité

Elle est donnée par la formule :

$$I.P = \frac{\sum_{j=1}^{n} M.B.A(1+t)^{-j}}{C}$$

$$I.P = \frac{308\ .526\ .106}{220\ .260\ .000}$$

IP=	**1,40**

Pour qu'un projet soit rentable, l'Indice de Profitabilité doit être supérieur à 1 d'après la théorie. Dans notre cas, l'IP est égale à 1,40. Cela signifie que 1 Ar de capital investi

génère 0,40 Ar de bénéfice. Le projet peut générer proportionnellement à ce taux à titre de capacité d'autofinancement.

c) Le taux de Rentabilité Interne ou (TRI)

C'est un taux auquel la valeur actuelle nette est nulle V.A.N = 0 ou I.P = 0

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

Avec **i** à rechercher

Tableau N° LXVI : Calcul de la V.A.N si t= 30%

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Résultat net	- 3 029 804	44 420 469	51 869 353	141 444 933	162 769 138
Amortissement	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000
MBA	30 067 196	77 517 469	84 966 353	174 541 933	195 866 138
(1+t)-n	0,769	0,592	0,455	0,350	0,269
MBA actualisée	23 121 674	45 890 342	38 659 691	61 089 676	52 687 991
MBA actualisée cumulée	23 121 674	69 012 015	107 671 706	168 761 382	**221 449 374**

Source : nos propres calculs, 2009

18% T.R.I 30%

308 526 106 220 260 000 221 449 374

$$\frac{30 - 18}{TRI - 18} = \frac{221\ .449\ .374 - 308\ .526\ .106}{220\ .260\ .000 - 308\ .526\ .106}$$

TRI = 30,16

Le TRI doit être normalement supérieur au taux d'intérêt moyen auquel le projet pourra être financé. En fait, c'est le taux maximum d'intérêt que le projet peut supporter si les activités sont financées par des ressources externes.

Si le taux d'actualisation est supérieur au TRI, le projet est non rentable. Dans notre cas, le taux d'actualisation est égal à 18%, le TRI est évalué à 30,16%. Cela signifie que le taux d'actualisation est inférieur au TRI. Ce qui permet de dégager une marge de sécurité de 12,16%. Nous permettons d'endetter davantage. Par conséquent, d'après la théorie, nous pouvons affirmer que le projet est rentable en se référant à ce TRI.

d) Le Délai de Récupération du Capital Investi ou (DRCI).

Le tableau suivant montre la place de l'investissement vis-à-vis de la somme des cash-flows accumulés afin de calculer le DRCI.

Tableau N° LXVII : Calculs du DRCI

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Résultat net	- 3 029 804	44 420 469	51 869 353	141 444 933	162 769 138
Amortissement	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000	33 097 000
MBA	30 067 196	77 517 469	84 966 353	174 541 933	195 866 138
(1+t)-n	0,847	0,718	0,609	0,516	0,437
MBA actualisée	25 466 915	55 657 543	51 744 509	90 063 637	85 593 502
MBA actualisée cumulée	25 466 915	81 124 458	132 868 967	222 932 604	**308 526 106**

Source : nos propres calculs, 2009

Le Délai de Récupération du Capital Investi est représenté par le temps, au bout duquel le cumul des marges brutes de récupération est égal au montant du capital investi.
Le D.R.C.I est calculé à partir du calcul de la M.B.A tableau ci-dessus. Le capital investi 220 260 000 Ar se trouve entre N+2 et N+3.

N+2 < D.R.C.I < N+3
132 868 967< 220 260 000 < 222 932 604

$$\frac{DRCI - 3}{4 - 3} = \frac{220.260.000 - 132.868.967}{222.932.604 - 132.868.967} = 3{,}97 \text{ ans}$$

0,97 × 12 = 11,64 mois
0,64 × 30 = 19 jours

D.R.C.I = 3 ans 11 mois 19 jours

Le D.R.C.I est de 19 Décembre de l'année N+3

Le capital investi sera récupéré lé 19 Décembre N+3. Plus le délai est court, plus le projet est rentable

SECTION 2: ANALYSES DES RATIOS ET LE SEUIL DE RENTABILITE

Un ratio peut être défini comme un rapport entre deux grandeurs homogènes. Le calcul du ratio a pour objectif d'avoir une indication sur la rentabilité du projet. Pour les

évaluations de ce projet, nous allons étudier les ratios de rentabilité globale et les ratios de rentabilité financière.

2.1. Les ratios de rentabilité globale

Les ratios de rentabilité globale peuvent être constatés à partir de trois éléments du compte de résultat net de l'exercice, du résultat opérationnel et de l'Excèdent Brut d'Exploitation. Les ratios de rentabilité globale mesurent la rentabilité de l'usage de l'actif total de l'entreprise. C'est-à-dire, ils mesurent le rapport d'un résultat quelconque réalisé à la somme des actifs physiques et financiers disposée par l'Unité.

Tableau N° LXVIII : Ratios de rentabilité globale

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Ratio1=EBE/Actif total	28%	44%	48%	64%	54%
Ratio2=Résultat d'exploitation/Actif total	11%	30%	35%	55%	47%
Ratio3=Résultat net de l'exercice/Actif total	-2%	20%	21%	39%	34%

Source : nos propres calculs, 2009

2.2. Les ratios de rentabilité financière

Les ratios de rentabilité financière permettent de connaître le taux de rentabilité des capitaux. Nous allons analyser deux types de ratios :

- la Ratio de rentabilité des capitaux propres
- le Ratio de rentabilité des capitaux permanents

Tableau N° LXIX : Evolutions de ratios de rentabilité financière

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Capitaux propres	76 939 800	121 360 269	173 229 623	314 674 555	477 443 693
Capitaux permanents	200 263 195	224 662 603	252 907 104	366 474 711	477 443 693
Ratio de rentabilité des Capitaux propres= Bénéfice net/Capitaux propres	-3,94%	36,60%	29,94%	44,95%	34,09%
Ratio de rentabilité des Capitaux permanent= Bénéfice net/Capitaux permanents	-1,51%	19,77%	20,51%	38,60%	34,09%
Bénéfice net	-3 029 804	44 420 469	51 869 353	141 444 933	162 769 138

Source : nos propres calculs, 2009

2.3. Le Seuil de rentabilité

Le Seuil de rentabilité qui est appelé également Chiffre d'affaires critique est le montant du chiffre d'affaires lequel il n'y a ni bénéfice ni perte. La détermination du seuil de rentabilité doit passer d'abord par la répartition en deux catégories des charges : charges variables et charges fixes. Ces dernières sont dites également charges de structure.

Le tableau suivant va résumer les calculs des seuils de rentabilité pendant les cinq premières années d'exploitation.

Tableau N° LXX : Les seuils de rentabilité pendant les cinq premières années

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Chiffres d'affaires (CA)	161 000 000	217 350 000	241 500 000	362 250 000	386 400 000
Charges variables (CV)	94 806 258	108 261 267	106 012 866	115 561 566	118 723 024
Charges fixes (CF)	43 971 275	42 470 053	47 733 576	43 753 244	41 327 430
Marges sur coût variable (MSCV)=CA-CV	66 193 742	109 088 733	135 487 134	246 688 434	267 676 976
Taux de MSCV=(MSC/CA)x100	41	50	56	68	69
Seuil de Rentabilité (SR)	106 949 314	84 617 960	85 083 050	64 249 516	59 657 425
SR	106 949 314	84 617 960	85 083 050	64 249 516	59 657 425
Point mort (PM)					
N=SRx12/CA	7,97	4,67	4,23	2,13	1,85

Source : nos propres calculs, 2009

- Année1 : Le SR est de 106 949 314 Ariary, il est atteint le 29 Août
- Année2 : Le SR est de 84 617 960 Ariary, il est atteint le 20 Mai
- Année 3 : Le SR est de 85 083 050 Ariary, il est atteint le 07 Mai
- Année 4 : le SR est de 64 249 516 Ariary, il est atteint le 04 Mars
- Année 5 : Le SR est de 59 657 425 Ariary, il est atteint le 26 Février

2.4. Cadre logique du projet

« Le cadre logique est un outil utilisé dans la planification, la gestion, le suivi et l'évaluation d'un programme ou d'un projet ». C'est une vision systémique de l'environnement d'un projet ; un ensemble d'éléments interdépendants qui décrivent d'une façon opérationnelle et matricielle les aspects les plus importants d'une intervention.

Le cadre logique explicite les éléments critiques du projet et fournit des indicateurs vérifiables pour son suivi et évaluation.

Le cadre logique comprend quatre colonnes et cinq lignes que l'on désigne respectivement sous le vocable de logique verticale et de logique horizontale.

- la logique verticale présente les niveaux descriptifs du projet (objectifs, résultats, activités, ressources) ainsi que l'ensemble des conditions externes qui doivent être réalisées pour atteindre les niveaux d'objectifs du projet.
- la logique horizontale comporte, pour chacun des niveaux descriptifs du projet, des indicateurs objectivement vérifiables, ainsi que des moyens précis de vérification de ces indicateurs.

D'où nous allons présenter, dans le tableau suivant, le cadre logique de ce projet

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

Tableau N° LXXI : Cadre logique du projet

	Logique d'Intervention	Indicateurs Objectivement Vérifiables (IOV)	Moyen de vérification	Hypothèse critiques
OBJECTIFS GLOBAUX	Contribuer au développement économique	Création d'emploi des jeunes et des paysans	Rapport d'activité des projets	Engagement de l'Etat dès l'implantation jusqu'à l'exportation de la production
	Renforcer et développer le secteur privé Agricole	Augmentation de nombre de PME et PMI		
OBJECTIFS SPECIFIQUES	-Améliorer la santé et la promotion des femmes et des hommes - Améliorer le niveau de vie des producteurs.	Taux de croissance de l'utilisateur des produits	Rapport de l'INSTAT	Disponibilité des ressources financières et des moyens matériels pour la réalisation du projet
	Améliorer la qualité de production pour pouvoir participer au marché international	Augmentation de la part de marché de l'exportation 9%	Rapport des autres opérateurs	
RESULTATS	La réalisation du projet est prise en main par les grands utilisateurs étrangers et les investisseurs	Des contrats établis et signés pour l'exportation d'huile essentielle	Rapport d'activité du projet	Motivation et engagement des bénéficiaires
	Impact positif observé sur le plan économique	Expansion de la culture effectuée à l'Est de Madagascar et sur les hauts plateaux	Rapport de l'INSTAT	
ACTIVITES	Exécution du projet: accord de partenariats avec des investisseurs étrangers et nationaux.	Nombre des investisseurs	Rapport d'activité du projet	Adhésion de l'Etat aux objectifs du projet
	Amélioration de la technique de la production pour assurer la meilleure qualité et le prix compétitif	Techniques culturales appliquées, matériels utilisés	Qualité et prix sur les marchés internationaux	Adhésion des partenaires et des investisseurs pour la réalisation et l'exécution du projet
INTRANTS OU MOYENS	Moyens financiers: contribution des investisseurs et partenaires	Crédit bancaire et autres financements obtenus et utilisés	Rapport d'activité du projet	Disponibilité des contreparties suffisante
	Moyens humains: personnel financier et technicien	Encadrement technique assuré par le dispositif de vulgarisation issu des organisations de développement dans la zone		
	Moyens matériels	Tableaux des amortissements Liste des matériels		

Source : notre propre étude, 2009

2.5. Evaluation selon les critères.

Cette section sera basée sur la pertinence, l'efficacité, la durabilité et les impacts des projets. Ce sont les critères d'évaluation permettant de juger la qualité du projet.

a) La pertinence

La pertinence mettra en exergue les relations existantes entre les besoins des clients et les bénéfices probables obtenus par l'Entreprise. La réalisation du projet influencera les peuples à approcher l'établissement, alors on aboutirait au développement.

b) L'efficacité.

L'efficacité qualifiera la distinction entre la prévision et la réalisation du projet. Le nombre de personnel employé nous permettra d'estimer le nombre des clientèles demandeurs. Ceci dépendra primordialement de la qualité de service rendu et de la qualité du chiffre d'affaire, et des résultats apportés par le centre.

c) L'efficience.

Pour l'efficience, nous nous concentrerons sur le coût du projet et le résultat numéraire obtenu. La cumulative de ces résultats à court terme constituera l'investissement initial dont on étudiera à ce point l'efficience du projet.

d) La durabilité ou Viabilité.

En général, la durée de vie du projet est une composante de l'expression des besoins. En effet, les besoins sont toujours associés à une certaine période de temps probable sur dix (10) ans, car nous pensons qu'après ce délai les besoins peuvent changer vers un autre nouveau type d'huile essentielle.

La durabilité ou viabilité vise à évaluer la capacité de l'action ou des résultats à se poursuivre, de façon autonome, après le retrait de l'assistance extérieure (nationale ou étrangère). Il s'agira de la viabilité organisationnelle, technique, financière, politique et culturelle.

SECTION 3 : EVALUATIONS SOCIO-ECONOMIQUES

Etant donné la rentabilité du projet sur l'aspect financier, nous allons examiner maintenant les paramètres socio-économiques. Les évaluations ont pour objet de déterminer la contribution de la nouvelle Unité au développement social et économique et au niveau local et national du projet.

3.1. Contributions au développement social

Les contributions du point de vue social de ce projet se situent dans le fait qu'il concourt à la création d'emplois. A cet effet, il y aura une amélioration des revenus des ménages.

3.1.1. Création d'emploi

En premier lieu, les constructions du bâtiment nécessitent des mains d'œuvre et du personnel qualifié. De ce fait, des emplois temporaires seront créés. Au cours de la réalisation du présent projet, il y aura une participation à la politique de création d'emplois. De même, la distribution des produits peut créer aussi indirectement des métiers pour beaucoup de gens.

Au commencement du projet, le fonctionnement de notre Unité nécessite 24 personnes. Par conséquent, cela crée un emploi permanent pour ces personnes y compris le Directeur.

La participation à la création d'emplois est profitable pour l'Etat dans le cadre de la politique de développement, mais aussi tous les individus concernés en tant que sources d'acquisition d'expériences et de formation et aussi en tant de sources de revenus.

En d'autres termes, nous avons pris l'initiative d'exercer ce projet en vue de contribuer à la diminution de chômage car l'implantation d'une unité peut permettre à créer quelques emplois, non seulement pour le personnel de l'unité mais aussi la main d'œuvre salariée de la région Atsinanana.

3.1.2. Augmentation des revenus

La création de ce projet crée des grands privilèges puisqu'il fournit des rémunérations importantes pour le personnel. Etant donné que c'est une entreprise nouvellement créée, elle fait partie des entités distributrices des revenus pour les gens qui y travaillent. Ceci dégage des rémunérations financières complémentaires pour les uns et une source de revenu pour les certaines personnes.

3.2. Contributions au développement socio-économique régional et national

La future Unité joue un grand rôle dans le développement régional et même au niveau national. Ses participations peuvent être marquées dans plusieurs domaines particulièrement sur le plan économique et social.

3.2.1. Le projet et ses contributions au développement régional

L'insertion dans le tissu économique signifie une intégration du projet dans un environnement local et régional. La création de cette entreprise dans la région Atsinanana

peut avoir des effets positifs sur la valorisation des matières premières locales telles que les géraniums. Ces matières ne sont pas encore transformées.

En outre, l'emploi ainsi crée pourrait participer à une assurance sociale des individus à embaucher dans la région en abattant le problème de chômage. En plus, les foyers touchés par ce projet posséderont la volonté de mener à bien leur vie quotidienne.

Ce projet fournit des éléments essentiels nécessaires aux besoins de la population pour combler l'insuffisance en besoin humain notamment en matière de parfumerie, pharmaceutique, …. Il permet également aux habitants de la région de produire un peu plus et de profiter des avantages techniques et financiers de ce projet pour mieux favoriser leur propre vie. Les paiements des impôts et taxes générés par nos activités sont également nos parts non négligeables. D'où la croissance économique de la région Atsinanana peut être possible.

3.2.2. Le projet et ses contributions développement national

Il est évident que les entreprises sont des agents économiques essentiels pour la réussite des objectifs de la politique économique de l'Etat. Les actions des entreprises peuvent correspondre aux attentes de l'Etat : réalisation du plein emploi, croissance, stabilité des prix,

A l'occasion de l'évaluation financière du projet, l'unité génère une valeur importante à chaque exercice. D'ailleurs, la valeur ajoutée signifie l'apport spécifique d'une entreprise au développement économique du pays.

Tableau N° LXXII : Valeur Ajoutée d'exploitation

DESIGNATIONS	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Valeur ajoutée	93 318 667	141 824 800	167 040 590	286 911 225	315 163 485

Source : nos propres calculs, 2009

L'aspect économique est un des plus grands critères d'évaluation. L'étude nous a permis de mettre en évidence la VA de l'activité économique nationale. Elle est fournie par les éléments constitutifs de la comptabilité nationale. Les Valeurs Ajoutées apportées par chaque entreprise ou entité économique constituent le produit brut qui permet de déterminer le taux de croissance économique d'un pays. L'impôt versé au trésor public alimente le budget national et permet d'amener le fonctionnement de l'Etat malagasy et la réalisation du programme de la Grande île.

De plus, l’amélioration des recettes fiscales publiques est aussi une contribution non négligeable du présent projet. Cela est dû au paiement des taxes et Impôts sur les revenues à partir de la troisième année d’activités de l’Unité.

En somme, la future unité va participer à l’amélioration des revenus nationaux. Ces revenus sont des facteurs qui permettent d’augmenter le pouvoir d’achat et de participer à l’extension des ressources de notre pays pour lutter contre la pauvreté.

CONCLUSION

Le mot « huiles essentielles » suscite beaucoup de débats et de discussions tant au niveau des producteurs qu'exportateurs économiques. Des formations, des séminaires se sont organisés partout pour savoir et pour exploiter cette branche qui prend une importance et une influence grandissantes dans l'agriculture.

A Madagascar, un grand nombre de plantes font l'objet de l'extraction pour obtenir des huiles essentielles. Parmi elles, il y a celles qui se trouvent à l'état sauvage et celles qui sont cultivées. Le géranium du nom scientifique pélargonium est l'une de ces plantes qui sont sujets de culture industrielle.

L'île de la Réunion qui a été le pays le producteur de l'huile essentielle de géranium connaît actuellement des sérieux problèmes. A l'inverse, la Géraniculture prend de plus en plus de l'ampleur à Madagascar grâce à la faiblesse du coût de production d'où une orientation de plus en plus déterminée des organisateurs vers ce secteur.

Ce travail de recherche nous permet donc de démontrer l'importance du projet de création d'une unité de Géraniculture, d'extraction et de commercialisation d'huile essentielle, et les avantages obtenus du réalisateur de la région et de notre pays. En ce qui concerne la réalisation ou la mise en place du projet, les politiques de réalisation doivent être systématiques. Il faut définir les objectifs, déterminer les problèmes, qu'on peut rencontrer pendant la réalisation, fournir les moyens nécessaires, tracer la stratégie de réalisation et mettre en place tous les tactiques.

Dans la première partie, nous avons vu la position prévisible de la future entreprise vis-à-vis de ses concurrents. La politique de marketing envisagée est aussi incluse dans cette partie. Ensuite, notre recherche consiste à la conduite du projet. La technique de production détaillée montre la facilité de production mais nécessite au maximum des soins et de contrôle de qualité. Pour la réalisation des programmes de production, des personnes de disciplines différentes mettent ensemble leur connaissance, compétence et savoir-faire. Enfin, le travail est orienté vers l'étude financière. Moyennant les moyens financiers nécessaires, l'activité peut être exécutée lorsqu'on sait comment les gérer. Son évaluation sur le plan financier a mis en exergue la rentabilité des investissements à travers les résultats des exercices et la viabilité du projet.

Le choix et la réalisation de ce projet de création nous permettent de participer au développement du pays, exploiter notre patrimoine naturel, améliorer le niveau de vie des ménages, satisfaire les besoins des consommateurs qui sont source de devises et améliorer la situation économique du pays.

Donc, les intérêts de la réussite de ce projet ne se limitent pas tout simplement pour le promoteur, pour notre établissement, mais aussi pour la nation, la région et les habitants.

Enfin, avec notre volonté et nos effort d'élargir de plus en plus et mêmes d'accélérer notre spécialisation en gestion, nous attirons l'attention des bailleurs de fonds au financement de notre projet.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES GENERAUX

- Hans-H.MÜNKER, « Vers une coopérative adaptée aux besoins des pays en voie de développement », édité par Hans-H.Münker, RFA, 1985, 159 pages.
- Hans-H.MÜNKER, « Guide pour la gestion appropriée des coopératives de petits exploitants agricoles en Afrique francophone », édition ZEL, RFA, Décembre 1993, 215 pages.
- KOTLER et DUBOIS,Marketing Management, 10ème édition ,Printice -Hall,Paris, 2000,790 Pages.
- MARCHESNAY(M.) et MAUREL(P.), Organisation et économie de l'entreprise,Paris n°21682, LIBAIRIE ISTRA, 2003, Tome 238 pages.

DOCUMENTS PERIODIQUES ET SUPPORTS PEDAGOGIQUES

- ANDRIANASOLO Roger Martial, La Politique de communication (Stratégie push et Stratégie pull), Cours de Marketing en 3ème Année, Année 2005-2006
- Association INC-ATW-Consultants, Guide de la commercialisation des huiles essentielles de Madagascar Abt / USAID décembre 2005, 78 Pages.
- Cornell University-ILO, « Bases de données sur les communes de Madagascar », 2001.
- Gouvernement malagasy, « Document de stratégie pour la réduction de la pauvreté », 2003, 141 pages.
- INSTAT, « Les 22 Régions de Madagascar en chiffres », Novembre 2008, p.114-124.
- MAEP, « Monographie de Toamasina », 2001, 100 pages.
- MAEP, « Plantes aromatiques et médicinales à Madagascar », 1996.
- OMEF, « Secteurs porteurs d'emplois dans la région Atsinanana », Février 2006.
- O.N.I.P.P.A.M, « Situation des plantes aromatiques et médicinales », Décembre 1995, 45 pages.
- PRONABIO, « La participation à l'optimisation de l'exportation des huiles essentielles, 2008.

SITES WEB

- www.parcs.madagascar.com
- www.AromImport.com
- www.madagascar.gouv
- www.globenet.org

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N° I : Superficie et population de la région 17
Tableau N° II : Les caractéristiques de population de la Région Atsinanana 18
Tableau N° III : Population de la région Atsinanana selon la classe d'âge et le sexe..... 18
Tableau N° IV : Répartition de la population active de la région, selon les secteurs d'activité en 2001 20
Tableau N° V : Revenu moyen par tête dans la région Atsinanana 20
Tableau N° VI : Financement des unités de production dans la région 21
Tableau N° VII : Demandes locales de huiles essentielles 26
Tableau N° VIII : Demandes d'huiles essentielles en Europe. 27
Tableau N° IX : Demandes d'huiles essentielles aux Etats-Unis..... 27
Tableau N° X : Exportation d'huiles essentielles à Madagascar (en tonne) 29
Tableau N° XI : Entreprises locales susceptibles d'exporter. 32
Tableau N° XII : Offres mondiales d'huiles essentielles (production) 33
Tableau N° XIII : Exportation d'huiles essentielles de géranium..... 34
Tableau N° XIV : La recherche du marché..... 35
Tableau N° XV : L'identification des zones d'intervention. 36
Tableau N° XVI : Dossier de constitution de société..... 44
Tableau N° XVII : Le résumé de la pépinière..... 51
Tableau N° XVIII :Le résumé les opérations culturales du géranium. 54
Tableau N° XIX : Calendrier cultural de la première année de plantation. 55
Tableau N° XX : Calendrier cultural à partir de la deuxième année de la plantation jusqu'à son renouvellement : 56
Tableau N° XXI : La comparaison de la teneur en unité fertilisante des différentes fumures. 57
Tableau N° XXII : Avantages et Inconvénients de la fumure organique..... 57
Tableau N° XXIII : coût de la pépinière 63
Tableau N° XXIV :coût des intrants agricoles (par 1 ha) 64
Tableau N° XXV : Coût de l'extraction..... 65
Tableau N° XXVI : Plan de production sur 5 ans en kg d'huile essentielle. 67
Tableau N° XXVII : Chiffre d'affaires prévisionnelles dans cinq ans 67
Tableau N° XXVIII : Prévision des emballages pour cinq ans..... 68
Tableau N° XXIX : Les qualifications des employés 75

Tableau N° XXX : Salaires mensuels des employés..... 77
Tableau N° XXXI : Salaires annuels des employés..... 78
Tableau N° XXXII : Evolution et récapitulation des charges du personnel. 79
Tableau N° XXXIII : Constructions..... 82
Tableau N° XXXIV : Matériels d'Extraction et de plantation..... 83
Tableau N° XXXV : Outillages 83
Tableau N° XXXVI : Matériels de Bureau et Informatiques..... 84
Tableau N° XXXVII : Matériels de transport 84
Tableau N° XXXVIII : Autres immobilisations corporelles..... 85
Tableau N° XXXIX : Tableau des amortissements 86
Tableau N° XL : Récapitulation de coût des investissements..... 87
Tableau N° XLI : Fonds de Roulement Initial 88
Tableau N° XLII : Tableau récapitulatif des investissements initiaux..... 89
Tableau N° XLIII : Tableau de financement du projet. 90
Tableau N° XLIV : Répartition des ressources et les emplois. 90
Tableau N° XLV : Remboursement de dette 91
Tableau N° XLVI : Evolution du chiffre d'affaire..... 92
Tableau N° XLVII : Achats des fournitures consommables..... 93
Tableau N° XLVIII : Services extérieurs et autres services extérieurs..... 94
Tableau N° XLIX : Impôts, taxes et versements assimilés..... 94
Tableau N° L : Charges des personnelles..... 95
Tableau N° LI : Charges financières 95
Tableau N° LII : Dotations aux amortissements et provisions..... 95
Tableau N° LIII : Comptes de résultat prévisionnel (par nature)..... 97
Tableau N° LIV : Tableau de répartition des charges (productions, commerciaux et administratifs)..... 98
Tableau N° LV : Comptes de résultat prévisionnel (par fonction) 99
Tableau N° LVI : Le plan de trésorerie..... 101
Tableau N° LVII : Le bilan d'ouverture..... 104
Tableau N° LVIII : Le bilan prévisionnel de l'année N..... 105
Tableau N° LIX : Le bilan prévisionnel de l'année N+1 106
Tableau N° LX : Le bilan prévisionnel de l'année N+2 107
Tableau N° LXI : Le bilan prévisionnel de l'année N+3 108
Tableau N° LXII : Le bilan prévisionnel de l'année N+4..... 109

Tableau N° LXIII : Tableau de flux de trésorerie (méthode directe)..... 111
Tableau N° LXIV : Tableau de flux de trésorerie (méthode indirecte) 113
Tableau N° LXV : Calcul de la M.B.A ou Cash – Flow..... 115
Tableau N° LXVI : Calcul de la V.A.N si t= 30%..... 116
Tableau N° LXVII : Calculs du DRCI..... 117
Tableau N° LXVIII : Ratios de rentabilité globale 118
Tableau N° LXIX : Evolutions de ratios de rentabilité financière..... 118
Tableau N° LXX : Les seuils de rentabilité pendant les cinq premières années..... 119
Tableau N° LXXI : Cadre logique du projet..... 121
Tableau N° LXXII : Valeur Ajoutée d'exploitation..... 125

LISTE DES FIGURES

Figure n°1 : La préparation des boutures. 53
Figure n° 2 : Schéma synoptique de l'entraînement à la vapeur d'huile essentielle. 60
Figure n° 3 : La présentation de l'Alambic. 62
Figure n° 4 : Organigramme..... 71

TABLES DES MATIERES

SOMMAIRE **3**
REMERCIEMENTS **4**
INTRODUCTION **7**
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET **9**
CHAPITRE I : PRÉSENTATION GÉNEÉRALE DU PROJET **10**
SECTION 1 : CARACTERISTIQUES DU PROJET ***10***
1.1 . Plante « GÉRANIUM » **10**
1.1.1. Généralités sur la plante. **10**
1.1.2. Description botanique. **11**
1.1.3. Les exigences du Géranium. **12**
SECTION 2 : BUT, OBJECTIF ET INTERET DU PROJET ***13***
2.1. But et objectif du projet **13**
2.2. Intérêt du projet **13**
SECTION 3 : MONOGRAPHIE DE LA ZONE ***15***
I.1. Contexte physique et environnemental **15**
I.1.1. Caractéristiques physiques **15**
I.1.2. Carte de la région Atsinanana **16**
I.1.3. Ressources naturelles exploitables **17**
I.2. Contexte social **17**
I.2.1. Démographie **17**
I.3. Contexte économique et organisationnel **18**
I.3.1. Contexte économique national **18**
I.3.2. Contexte économique régional **19**
I.3.2.1. Activités de la population (secteurs d'activité) **19**
I.3.2.2. Niveau de revenu (pauvreté) **20**
I.3.2.4. Financement **20**
CHAPITRE II : ÉTUDE DU MARCHÉ **22**
SECTION 1 : DESCRIPTION DU MARCHÉ ***22***
1.1. Définition **22**
1.2. Etude de marché proprement dite **23**
SECTION 2 : ANALYSE DE LA DEMANDE ET DE L'OFFRE ***24***
2.1. Analyse de la demande **24**
2.1.1. Diagnostic de la demande. **24**
2.1.2. Evolution de la demande. **25**
2.1.3. Impacts économiques. **28**
2.2. Analyse de l'offre **28**

2.2.1. Diagnostic de l'offre. 29
2.2.2. Estimation de l'offre 30
SECTION 3 : ANALYSE CONCURRENTIELLE 31
3.1. Les principaux concurrents 31
3.2: Le prix actuel pratiqué 34
CHAPITRE III : PLANIFICATIONS STRATEGIQUES ET POLITIQUES ET STRATEGIES MARKETING A ADOPTER 35
SECTION 1 : PLANIFICATION STRATEGIQUE DU PROJET 35
1.1. Analyse de la FFOM : Forces- Faiblesses- Opportunités- Menaces 35
SECTION 2 : LES POLITIQUES ET STRATEGIES MARKETING A ADOPTER... 36
2.1. Décisions stratégiques. 36
2.2. Stratégie marketing. 38
2.3. Marketing mix. 38
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET 42
CHAPITRE I : ETUDE TECHNIQUE 43
SECTION 1 : REGLEMENTATION EN VIGUEUR 43
1.1 : La situation juridique. 43
1.2: L'Exportation. 46
1.3: Utilisation et conditionnement. 46
1.4: Les normes. 48
SECTION 2 : TECHNIQUES CULTURALES DU GERANIUM 49
2.1. Généralités 49
2.2. Les exigences du géranium : 49
2.3. La pépinière 50
2.4. Plantation 53
2.5. Le compostage 56
2.6. Les ennemis et maladies. 58
SECTION 3 : TECHNIQUE D'EXTRACTION 58
3.1. Les huiles essentielles. 58
3.2. Les méthodes d'extractions. 58
3.3. L'hydrodistillation proprement dite ou distillation par de l'eau. 59
3.4. Les avantages de l'hydrodistillation 59
3.5. Equipements de production 61
SECTION 4 : COUT DE PRODUCTION 63
4.1. Coût de la pépinière. 63
4.1: Coût de la plantation. 64
4.3 : Coût de l'extraction 65
4.4 Coût de production totale 65

CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE 66
SECTION 1 : LA CAPACITE DE PRODUCTION DE L'UNITE..... 66
SECTION 2 : PROGRAMME DE PRODUCTION ET DE VENTE 66
2.1. Programme de production..... 66
2.2. Chiffre d'affaires prévisionnelles..... 67
SECTION 3 : PLAN DE CONSOMMATION DE MATIERES PREMIERES..... 68
3.1. Dépenses de pré exploitation. 68
3.2. Dépenses en matières premières 68
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE..... 69
SECTION 1 : RESSOURCES NECESSAIRES 69
1.1. Les moyens humains 69
1.2. Les moyens matériels 69
1.3. Les moyens financiers 70
SECTION 2 : ORGANIGRAMME ENVISAGE 70
2.1. Définition..... 70
2.2. Organigramme 70
SECTION 3 : ORGANISATION DU TRAVAIL..... 72
3.1. Les fonctions 72
3.2. Les services..... 73
3.3. Organisation envisagée 73
3.4. La gestion des ressources humaines. 74
PARTIE III : ETUDES FINANCIERES ET EVALUATION DU PROJET 80
CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS 81
SECTION 1 : INVESTISSEMENTS NECESSAIRES..... 81
1.1. Immobilisations Incorporelles..... 81
1.2. Immobilisations corporelles 81
1.2.1. Terrain 81
1.2.2. Construction 82
1.2.3 : Matériels et Outillages..... 82
1.2.4. Matériels de Bureau et Informatiques 83
1.2.5. Matériels de transport 84
1.2.6. Autres immobilisations corporelles 85
SECTION 2 : AMORTISSEMENTS ET INVESTISSEMENTS INITIAUX 85
2.1. Amortissements 85
2.2. Investissements initiaux 87
2.2.1. Récapitulation de coût des investissements 87
2.2.2. Fonds de Roulement Initial (FRI)..... 87
2.2.3. Récapitulation des investissements initiaux..... 89

SECTION 3 : FINANCEMENT DU PROJET *89*
3.1. Plan de financement du projet **89**
3.2. Ressources et les emplois **90**
3.3. Remboursement de dette **91**
CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE **92**
SECTION 1 : COMPTE DE GESTION *92*
1.1: Produits **92**
1.2. Charges **93**
SECTION 2 : COMPTES DE RESULTAT PREVISIONNEL *96*
2.1. Compte de résultat prévisionnel par nature **96**
2.2. Compte de résultat prévisionnel par fonction **98**
SECTION 3 : LE PLAN DE TRESORERIE ET LES BILANS PREVISIONNELS . *100*
3.1. Le plan de trésorerie **100**
3.2. Les bilans provisionnels **102**
3.2.2. Les bilans sur cinq ans **104**
SECTION 4 : LES TABLEAUX DE FLUX DE TRESORERIE *110*
4.1 Le tableau de flux de trésorerie par méthode directe **110**
4.1. Le tableau de flux de trésorerie par méthode indirecte **112**
CHAPITRE III : EVALUATIONS DU PROJET **114**
SECTION 1: EVALUATIONS FINANCIERES DU PROJET *114*
SECTION 2: ANALYSES DES RATIOS ET LE SEUIL DE RENTABILITE *117*
2.1. Les ratios de rentabilité globale **118**
2.2. Les ratios de rentabilité financière **118**
2.3. Le Seuil de rentabilité **119**
2.4. Cadre logique du projet **119**
2.5. Evaluation selon les critères. **123**
SECTION 3 : EVALUATIONS SOCIO-ECONOMIQUES *123*
3.1. Contributions au développement social **124**
3.1.1. Création d'emploi **124**
3.1.2. Augmentation des revenus **124**
3.2. Contributions au développement socio-économique régional et national **124**
3.2.1. Le projet et ses contributions au développement régional **124**
3.2.2. Le projet et ses contributions développement national **125**
CONCLUSION *127*
BIBLIOGRAPHIE **129**
OUVRAGES GENERAUX **129**
LISTE DES TABLEAUX **130**
LISTE DES FIGURES **133**
TABLES DES MATIERES **134**