

# SOMMAIRE

## REMERCIEMENTS

## LISTE DES ABREVIATIONS

## LISTE DES TABLEAUX

## INTRODUCTION..... 1

## PREMIERE PARTIE: IDENTIFICATION DU PROJET..... 4

### CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET :..... 5

#### Section 1 : Historique du projet :..... 5

#### Section 2 : Caractéristique du projet :..... 8

### CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHÉ VISE :..... 11

#### Section 1 : La description du marché..... 11

#### Section 2 : Analyse de l'offre :..... 12

#### Section 3 : Analyse de la demande :..... 15

#### Section 4 : Politique et stratégie marketing envisagée :..... 16

### CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS ET CRITERES

#### D'EVALUATION DU PROJET , SUR LES STRUCTURES

#### FINANCIERES..... 21

#### Section 1 : Les outils d'évaluation du projet :..... 21

#### Section 2 : Les critères d'évaluations du projet :..... 24

#### Section 3 : Les structures financières :..... 25

## DEUXIEME PARTIE: CONDUITE DU PROJET..... 29

### CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION :..... 30

#### Section 1 : Les ressources à mettre en place :..... 30

#### Section 2 : Caractéristique de l'approvisionnement :..... 33

### CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE :..... 35

#### Section 1 : Les différents facteurs de production :..... 35

#### Section 2 : Les dépenses en matières premières :..... 37

#### Section 3 : Prévision des ventes :..... 41

### CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE..... 47

#### Section 1 : Organigramme envisagé :..... 47

#### Section 2 : Description des principales tâches :..... 48

## TROISIEME PARTIE: ETUDE FINANCIERE DU PROJET..... 50

### CHAPITRE I : LE COUT DES INVESTISSEMENTS :..... 51

#### Section 1 : Le coût des investissements et comptes de gestion :..... 51

#### Section 2 : Tableau d'amortissement :..... 57

##### Section 3 : Plan de financement :..... 58

##### Section 4 : Tableau de remboursement des dettes :..... 59

#### Section 5 : Les comptes de gestion :..... 60

CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE.....	61
Section 1 : Compte de résultat prévisionnel :.....	61
Section 2 : Plan de trésorerie :.....	65
Section 3 : Le tableau de grandeurs caractéristiques de gestion.....	66
Section 4 : Le bilan prévisionnel:.....	67
CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET :.....	68
Section 1 : Evaluation économique :.....	68
Section 2 : Evaluation financière : .....	68
Section 3 : Evaluation sociale :.....	72
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>	<b>73</b>
<b>ANNEXES</b>	
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	
<b>TABLE DES MATIERES</b>	

# LISTE DES ABREVIATIONS

## **MOIS :**

J: janvier

F: février

M: mars

A: avril

M: mai

J: juin

J: juillet

A: Août

S: septembre

O: octobre

N: novembre

D: décembre

M: Masculin

F: Féminin

Q: Quantité

PU: Prix unitaire

M: Montant

CNaPS: Caisse Nationale de  
Prévoyance Sociale

OSTIE: Organismes Sanitaires Inter-  
Entreprises

IRSA: Impôts sur les Revenus Salariaux  
et Assimilés

LMT: Long et Moyen Terme

MP: Matières Premières

MBA: Marge Brute d'Autofinancement

## **Année:**

A1: année 1

A2: année 2

A3: année 3

A4: année 4

A5: année 5

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau n°01 : La liste des établissements dans la région d’Antsohihy.....	6
Tableau n°02 : Tarifs des services envisagés .....	7
Tableau n° 03 : Les intérêts des agents économiques pour le projet.....	10
Tableau n° 04 : Le part du marché du projet :.....	12
Tableau n° 05 : Le tarif de service Patou et Fredy.....	13
Tableau n°06: Les tarifs de concurrent en dehors de la région d’Antsohihy .....	14
Tableau n°07 Forces et faiblesses des concurrents.....	15
Tableau n°08: Les caractéristiques du personnel.....	31
Tableau n°09 : La liste des matérielles.....	32
Tableau n°10 :Le prix unitaire de chaque unité de production :.....	37
Tableau N°11 : Infrastructure :.....	51
Tableau N°12 : La liste et coût des matériels de bureau .....	52
Tableau N°13 : Le coût de matériel de transport :.....	53
Tableau N°14 : Agencement et installation :.....	53
Tableau N°15 : Récapitulation des immobilisations.....	54
Tableau N°16 : Le salaire de personnel.....	54
Tableau N°17 : La déduction sur salaire.....	55
Tableau N°18 : Le salaire prévisionnel sur 5 ans :.....	55
Tableau N°19 : Les autres charges :(en millier de francs).....	56
Tableau N°20 : Les autres charges sur 5 ans.....	56
Tableau N°21 : Calcul des amortissements :( en millier de francs).....	57
Tableau N°22 : Le plan de financement :.....	58
Tableau N°23 : Remboursement des dettes.....	59
Tableau N°24 : Plan de trésorerie .....	65

# INTRODUCTION

L'application déterminée de la stratégie pendant la période 1999-2001 devrait permettre à Madagascar : d'améliorer le rythme de la croissance du produit intérieur brut réel pour atteindre des taux à 6% à moyen terme ; de ramener le taux d'inflation à des niveaux proches de ceux de ses partenaires commerciaux, de maintenir un niveau confortable des réserves brutes internationales de la banque centrale couvrant plus de 3 mois d'importation de biens et de services, en même temps que la réalisation de progrès sur la voie d'une situation extérieure viable.

La réforme du secteur financier et les gains d'efficacité économique qui résulteraient des privatisations, de la libéralisation du commerce ( y compris les initiatives d'intégration régionale) et de la réforme du cadre réglementaire contribueront à stimuler l'épargne et de l'investissement privé, notamment dans le secteur immobilier, et à une forte croissance dans les secteurs des télécommunications dans les différentes régions de notre pays.

Maintenant, nous vivons dans l'ère de l'information et tout le monde peut avoir l'information dans le but de devenir intelligent . Et c'est pour cette raison que tout ce qui nous entoure devient de plus en plus informatisé. Même si Madagascar est un pays en voie de développement , nous pouvons voir à Madagascar toute la technologie existante si on ne parle que de l'Internet et les autres matériels pour les services bureautiques surtout dans les six provinces et les autres sous préfectures.

En début de cette année 2004, la politique du gouvernement malgache a été de mettre en place le système téléphonique comme le télé centre dans toutes les régions enclavées de notre pays. Et, à Madagascar, ce système est déjà mis en place pour les autres régions comme Maintirano, Ikongo, Morombe ....pour pouvoir se communiquer avec les autres régions, de même dans la grande île toute entière . Donc, il est nécessaire de mettre en place ce système téléphonique pour les régions enclavées en vue d'augmenter le taux de croissance économique de chaque région de notre pays.

C'est pour cette raison que nous avons choisi comme thème de mémoire intitulé : ***« Projet de création de télé centre dénommé Mavitrika dans la ville d'Antsohihy ».***

L'objet de ce thème consiste à réaliser en priorité les objectifs sociaux dans le Fivondronana d'Antsohihy, et aussi de la région de Sofia comme la création de service ou centre informatique dans cette ville pour pouvoir désenclaver la région d'une manière efficace et avoir aussi des relations directes avec les investisseurs à l'extérieur en vue d'augmenter les infrastructures en matière de télécommunication et routière dans la région de Sofia.

Comme intérêt, il demeure dans le fait que ce projet de création de télé centre dans la ville d'Antsohihy, permettra au propriétaire d'augmenter les investissements dans la région surtout sur le plan de télécommunication, d'avoir un établissement moderne et de haute technologie, de désenclaver cette région à l'aide d'utilisation de l'Internet, e-mail, fax, téléphone, et de créer d'autres communications dans la région de Sofia

Comme méthodologie d'approche, nous avons opté pour cette recherche des méthodes de questionnaires pour connaître les réels besoins principaux de la population dans la région d'Antsohihy, et aussi de méthode de l'observation participative dans les différents services au centre informatique dans la ville de Mahajanga. Nous avons pu ainsi avoir des entretiens avec les différents responsables de télé centre dans la société Telma pour maîtriser l'installation de ce projet dans la ville d'Antsohihy. Enfin, nous avons profité de consulter les ouvrages bibliographiques disponibles auprès de l'INSTAT à ANOSY ANTANANARIVO pour mieux connaître la situation géographique et le nombre de la population totale de la Fivondronana Antsohihy et aussi de Sofia.

Pour terminer, nous allons donner ci-après le plan de mon travail qui comprend en trois parties :

- La première partie intitulée « l'identification du projet » va essayer de présenter successivement la présentation du projet , surtout en ce qui concerne l'historique de projet et la caractéristique ainsi que l'étude du marché visé notamment l'analyse de l'offre et de la demande, et la politique , stratégie marketing envisagée. Enfin, nous allons voir la théorie générale sur les outils et critères d'évaluation du projet, et aussi les structures financières du projet.

- La deuxième partie réservée à « la conduite du projet » et comprend de la technique de production c'est-à-dire que nous allons mettre en place les ressources nécessaires comme les ressources humaines et matérielles de projet, la capacité de production envisagée c'est-à-dire que les dépenses de chaque unité de production et les prévisions d'achats effectuées en matières premières et les prévisions de ventes à réaliser au cours de cinq années d'exploitation. Enfin, nous allons proposer une structure organisationnelle choisie de notre projet.

- La troisième partie parlera « les études financières du projet ». Dans cette partie, il y a trois chapitres à savoir des coûts d'investissement et comptes de gestion, c'est-à-dire que les immobilisations et les autres charges, l'analyse de la rentabilité et l'étude de faisabilité du projet. Enfin, nous allons évaluer ce projet à l'aide des outils et critères d'évaluation dans la première partie de notre travail.

## **PREMIERE PARTIE**

### **IDENTIFICATION DU PROJET**



## **CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET :**

### **Section 1 : Historique du projet :**

#### **1.1-Généralité sur la situation géographique :**

Le Fivondronana d'Antsohihy est situé dans le centre-ouest de la province autonome de Mahajanga. Il s'étend sur une surface de 4787km<sup>2</sup>, soit 3,14% de celle de la province autonome de Mahajanga. Il est limité au Nord et à l'Ouest par le Fivondronana d'Analalava, au Nord-Est par le Fivondronana de Bealanana, à l'Est par le Fivondronana de Befandriana Nord et au Sud par le Fivondronana de Port-Bergé.

Le Fivondronana d'Antsohihy est le Chef lieu de région de la SOFIA.

Dans le Fivondronana d'Antsohihy, il existe de deux fleuves à savoir :

- au Sud les rivières de Doroa et Tsinjomorona, le fleuve de Sofia forme la frontière avec le Fivondronana de Port-Bergé.
- Au Nord les rivières d'Anjingo, Maevarano et Ironina.

Il possède aussi de 12 plans d'eau de moins de 20hectares, les vraies lacs sont Andrampongy et Bemakamba, respectivement 550ha et 100ha. La mangrove de la Loza (12000ha) permet aux pêcheurs d'atteindre la mer, au niveau d'Analalava.

Le Fivondronana d'Antsohihy est composé de 10 communes, à l'occurrence de :

- Antsohihy
- Moroala
- Ankerika
- Anahidrano
- Antsahabe
- Ambodimadiro
- Anjiamangirana
- Ampandriankilandy
- Ambodimanary
- Ambodimandresy

Dans le Fivondronana d'Antsohihy, il y a des établissements scolaires publics et privés, et nous allons présenter dans un tableau ci-après les effectifs des établissements existants dans cette région.

**Tableau n°01 : La liste des établissements dans la région d'Antsohihy**

<b>Etablissement scolaire public</b>			<b>Etablissement scolaire privé</b>		
Rubriques	Nombre	Pourcentage	Rubriques	Nombre	Pourcentage
E.P.P	142	89,30	Primaire	6	3,77
C.E.G	6	3,77	Secondaire 1c	3	1,92
Lycée	1	0,62	Secondaire 2c	1	0,62
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>93,69</b>	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>6,31</b>

D'après ce tableau, nous avons remarqué que 33 E.P.P sont fermées pour l'établissement scolaire public et 109 E.P.P fonctionnent dans la région d'Antsohihy et l'effectif des élèves primaires s'élève à 12.255élèves. Parmi les écoles secondaires privées existantes, une école est fermée.

Rappelons que la surface totale de Fivondronana d'Antsohihy atteint jusqu'à 4.787km<sup>2</sup> et le nombre de population résidant est de 99.552habitants dont la densité est de 20,79 habitants par km<sup>2</sup>

### **1.2- Problème politique socio-économique :**

Le problème politique socio-économique est l'un des facteurs qui empêchent la région d'Antsohihy en général de sortir de la situation où elle se trouve maintenant car dans cette région , le nombre de l'école privée est insuffisante par rapport au nombre de la population. Et, si nous ne parlons que de ce qui existe comme dans la région d'exploitation, les plus récents sont l'insécurité dans la région de Sofia surtout les sous préfectures de Bealanana, Port-Bergé, Analalava, comme le vol de toute sorte notamment le vol de bœufs, le cambriolage qui ne permet pas à la population de vivre en paix. Ensuite, l'insuffisance des infrastructures sanitaires provoquant l'augmentation du taux de mortalité infantile dans la région d'Antsohihy.

En plus, l'abandon précoce des élèves dans les classes primaires et secondaire diminue le taux de scolarisation de cette région. Enfin, le problème qui devient de plus en plus grave dans la région d'Antsohihy se pose surtout au niveau des jeunes car le centre de loisir est insuffisante ou presque inexistante dans la ville d'Antsohihy. Donc, les jeunes deviennent alcooliques et de même essayer de se droguer et puis ils font des actes de cambriolage dans cette ville comme le vol à la maison privée de quelqu'un d'autres. Alors, pour résoudre, il est nécessaire de créer un centre de loisir et d'augmenter le centre de santé de base de chaque commune dans la sous préfecture d'Antsohihy.

### **1.3- Les principales activités :**

Pour notre projet, les principales activités sont de formation en informatique comme le bureautique (Word, Excel), Internet et autres logiciels ; photocopie ; saisie ; impression ; scanner ; plastification ; reliure.

Notre service est caractérisé par la qualité, le respect de la durée des travaux à effectués et en plus, nous rembourserons les clients qui ne sont pas satisfaits pour garder notre image de marque vis-à-vis des concurrents dans la région. Pour ces services, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous les tarifs de chaque service offert

**Tableau n°02 : Tarifs des services envisagés (en fmg)**

<b>Rubriques</b>	<b>Prix unitaire</b>
<b><i>Formation en informatique</i></b>	
- 1,5 mois	<b>300.000</b>
- 2 mois	<b>350.000</b>
- 2,5 mois	<b>400.000</b>
- 3mois	<b>450.000</b>
<b><i>Internet</i></b>	
- une minute	<b>300</b>
<b><i>Photocopie</i></b>	
- Noir et blanc (recto-verso)	<b>800</b>
- En couleur	<b>10.000</b>
<b><i>Plastification</i></b>	
- CIN (Carte d'Identité Nationale)	<b>2.000</b>
- Permis de conduire	<b>3.000</b>
<b><i>Saisie</i></b>	
- Texte	<b>4.000</b>
- Tableau	<b>7.000</b>
<b><i>Reliure</i> : 10 à 50 pages</b>	<b>9.000</b>
51 et plus	<b>15.000</b>
<b><i>Impression</i> (page)</b>	<b>2.500</b>
<b><i>Fax</i></b>	
- Réception	<b>4.000</b>
- Envoi	<b>9.000</b>

Ce tableau nous montre les prix unitaires de chaque service offert .Ces prix varient selon la caractéristique de service et aussi le nombre de page demandé c'est-à-dire que si le nombre de page à saisir est plus de 50 pages par exemple, le prix diminue à 5.000 Fmg, de même pour la photocopie et les autres services.

#### **1.4- Forces et faiblesses :**

La principale force s'impose sur son prix car il pratique une politique de prix un peu flexible qui défie le prix de ses concurrents. En plus, ce prix a de possibilité de réduire selon les travaux à effectuer. Elle s'impose aussi sur la qualité de service offert vis-à-vis les clients et ce projet se trouve dans le quartier populaire c'est-à-dire qu'au centre ville d'Antsohihy et aux autres sous préfectures comme Bealanana et de Befandriana Nord. En outre, pour le service informatique, la seule entreprise qui fait ce genre de service est une entreprise familiale et aussi informelle (Fredy). Donc, ce projet a de force principale vis-à-vis ce concurrent car les services offerts sont complets et en plus de ça, ce projet est formel. Enfin, en matière de service Internet, il n'existe pas encore d'entreprise qui fait ce genre de service dans la ville d'Antsohihy.

La principale faiblesse s'impose sur le tarif de ces services parce que ce projet applique de tarif plus ou moins élevé par rapport à une entreprise familiale. En plus, la plus part de gens dans cette ville n'a pas l'habitude de faire ce genre de service.

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

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

Ce projet a comme nature de prestation des services parce qu'il donne des différents services aux clients, à l'occurrence de :

- Saisie
- Photocopie
- Impression
- Plastification
- Reliure
- Fax

Et pour la photocopie et la plastification, le marché est encore vaste car il n'existe pas d'une entreprise qui fait ce genre de service dans la ville d'Antsohihy. Par contre, l'Internet n'est pas encore exploité dans cette ville, ce qui nous permet de dire que le marché est aussi très large.

## **2.2- But et objectif du projet :**

L'objectif principal du projet est de désenclaver la région d'Antsohihy à l'aide de l'installation de télé centre et aussi de développer la filière de télécommunication c'est-à-dire que nous avons besoins d'améliorer autant que possible la qualité de service offert au peuple, de réduire les coûts de communication et de service, ainsi que d'étendre l'accès des utilisateurs dans le monde de la communication en vue de satisfaire les besoins et les attentes des consommateurs dans cette région et en dehors de la région d'Antsohihy.

Donc, pour la bonne marche du projet, l'approvisionnement en matières premières est assuré par de fournisseur professionnel choisi par leur compétence et savoir faire surtout le mode de paiement avec facilitation c'est-à-dire qu'au moment de l'achat, il faut payer la moitié de prix des matières à acheter et le reste, à la prochaine achat.

Ensuite, nous avons besoin des stratégies pour atteindre le but et pour garder aussi les clients. Ces stratégies sont de la reconnaissance des clients fidèles et l'amélioration sans cesse de la qualité de service .En général, le but de notre projet est de devenir une grande entreprise de prestation de service dans notre pays et surtout de développer le secteur de télécommunication dans la région de Sofia en particulier Antsohihy.

## **2.3- Intérêts du projet :**

La création de ce projet déclenche une évolution dans la région d'Antsohihy surtout en matière de télécommunication car les peuples dans cette région peuvent en relation avec les opérateurs économiques dans la grande île .Et, si ce projet fonctionne de façon rentable, il y a beaucoup des agents économiques ayant des intérêts notamment l'état parce que le paiement des impôts est obligatoire pour les entreprises. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-après les intérêts de ces agents économiques pour ce projet.

**Tableau n° 03 : Les intérêts des agents économiques pour le projet**

<b>Agents économiques</b>	<b>Intérêts</b>
<b>Etat</b>	A l'aide des impôts à payer par les entreprises comme IRSA, TVA, Vignette pour le véhicule, ....
<b>Clients</b>	Satisfaction vis-à-vis des services offerts
<b>Fournisseurs</b>	Avoir de relation directe avec l'entreprise (pas d'intermédiaire pour faire l'achat des matières premières) et cette entreprise devient des clients potentiels pour les fournisseurs. Pour cela, le fournisseur peut augmenter son chiffre d'affaires à l'aide de la fidélité de l'entreprise et peut aussi augmenter les quantités des marchandises à vendre dans le magasin.
<b>Social</b>	Ce projet crée des emplois pour les jeunes dans la région d'Antsohihy et aux autres Fivondronana dans la région Sofia car si l'entreprise fonctionne, nous avons besoins de main d'œuvre ou bien des opérateurs de saisie pour faire les travaux. Donc, l'entreprise est obligée de faire un recrutement au sein du projet. Alors, il y a une création d'emploi qui peut diminuer le taux de chômage dans la région.

D'après ce tableau, la création de ce projet dans la ville d'Antsohihy entraîne une évolution non seulement pour l'entreprise mais aussi pour les agents économiques dans la région. Cette création donne aussi des emplois pour les jeunes dans la région, donc le taux de chômage est diminué.

## **CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHÉ VISE :**

Avant de faire l'étude du marché, il faut analyser les types des clients cibles dans la région d'Antsohihy. Dans cette région, les clients cibles sont :

- Les élèves dans les classes primaires et secondaires de la ville d'Antsohihy (pour la saisie, et photocopie des documents). Ce sont des clients localisés, et identifiés du projet.
- La population dans la région d'Antsohihy (clients localisés) et aussi en dehors de cette région, c'est-à-dire la population dans la région de Sofia.

Dans ce chapitre, nous allons voir successivement la description du marché, l'analyse de l'offre et de la demande dans la région d'Antsohihy et en dehors de cette région, et enfin nous allons voir aussi la politique et stratégie marketing choisie.

Voyons maintenant la description du marché c'est-à-dire le domaine d'étude et la part de marché de ce projet.

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

#### **1.1-Domaine d'étude du projet :**

Pour notre projet, le domaine d'étude se trouve dans la région de Sofia et plus précisément dans la région d'Antsohihy (au centre ville d'Antsohihy). Ce choix n'est pas fait au hasard toutefois dans cette région, il n'y a que deux services font le genre d'activité en informatique et les services offerts sont insuffisants entraînant de la population d'aller à Mahajanga pour faire de reliure, plastification, photocopie en couleur, fax .... Donc, c'est pour cette raison que nous choisissons comme lieu d'exploitation dans la ville d'Antsohihy en vue de satisfaire les besoins de la population et aussi de désenclaver cette région à l'aide de l'existence du réseau Internet, e-mail, et téléphone.

### **1.2- Part de marché visé :**

Dans la ville d'Antsohihy, notre projet occupe le 65% du marché car le service offert par ses concurrents est insuffisant. Par contre, en dehors de cette ville, c'est-à-dire dans la région de Sofia toute entière, notre projet occupe le 55% à 70% du marché dans cette région.

Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous la part de marché visé pour notre projet.

**Tableau n° 04 : La part du marché du projet :**

<b>Services</b>	<b>Ville</b>	<b>Part du marché par rapport région Sofia</b>
PATOU	Antsohihy	20%
Notre projet	Antsohihy	55% - 70%
Fredy	Antsohihy	10%
Rado	Port- Bergé	10%

D'après ce tableau, la ville d'Antsohihy s'occupe 60% du marché dans la région de Sofia mais en tant que grande ville, la part du marché est encore faible par rapport à notre projet. Par contre, les services Patou et Fredy sont plus faibles par rapport à notre service surtout au tarif de ce service. Cela veut dire que notre projet est en position de potentialité par rapport aux concurrents dans la région Sofia

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

Pour analyser l'offre, nous analysons tout d'abord la situation de l'offre locale et des concurrents notamment la structure du marché, le prix de service, leur stratégie, et leur situation financière.

#### **2.1- La situation de l'offre locale :**



Selon une enquête réalisée dans la région d'Antsohihy, nous avons remarqué que la situation de l'offre locale en matière informatique n'est pas encore saturée parce qu'il n'existe que deux services qui font ce genre de service dans la ville Antsohihy. Pour cela, c'est la région toute entière qui subit la conséquence. Il y a aussi dans les autres régions comme à Port- Bergé mais le problème le service offert est insuffisant pour les besoins de la population dans cette région. Donc, il vaut mieux de rester même le tarif de ce service est un peu cher.

## **2.2- Les concurrents :**

Pour analyser les concurrents, nous allons analyser successivement les concurrents dans la région d'Antsohihy c'est-à-dire le concurrent dans la ville d'Antsohihy et les concurrents en dehors de cette région.

### **2.2.1- Le concurrent dans la région d'Antsohihy :**

Dans la ville d'Antsohihy, il n'y a que deux concurrents dans cette ville et ses services offerts sont la saisie et photocopie noir et blanc, fax, formation en informatique surtout la bureautique (Word, Excel).

Par contre, il n'y a pas de plastification, reliure, Internet, formation en informatique (pour Fredy). Le tableau ci-après nous montre le tarif de chaque service offert de concurrent.

**Tableau n° 05 : Le tarif de service Patou et Fredy**

<b>Nom de service</b>	<b>Nature</b>	<b>Prix unitaire</b>
Patou	- photocopie	1.500 (recto verso) 1.000 (recto)
	- saisie	5.000 /page
	- impression	5.000/page
	- fax	5.000 (réception) 10.000 (envoi)
	- formation	-
Fredy	- photocopie	1.500 (recto verso) 1.000 (recto)
	- saisie	6.000/ page
	- impression	-

Ces prix nous montrent que le prix de ces services est trop cher par rapport à la proposition de prix de notre projet car il y a de différence de 1.000FMG pour la saisie et de 700FMG pour la photocopie, et de 2.500FMG pour l'impression.

### **2.2.2- Les concurrents en dehors de cette région :**

En dehors de la région d'Antsohihy il n'y a qu'un seul concurrent dans la ville de Port-Bergé et pour les autres sous préfectures dans la région Sofia, le service informatique n'est pas encore exploité.

Donc, le tableau ci-après nous présente le tarif de service offert de chaque entreprise

**Tableau n°06: Les tarifs de concurrent en dehors de la région d'Antsohihy :**

<b>Ville</b>	<b>Nom de l'établissement</b>	<b>Services offerts</b>	<b>Prix unitaire (Fmg)</b>
Port- Bergé	Todisoa service	-Saisie: *Texte	<b>5.000</b>
		*Tableau	<b>6.500</b>
		-Photocopie	<b>1500</b>
		-Impression	<b>2500</b>

D'après ce tableau, nous avons remarqué que le prix unitaire de saisie est égal au prix de concurrent de ce projet dans la ville d'Antsohihy. Donc il y a encore d'une différence de 1.000FMG pour la saisie et de 700FMG pour la photocopie.

### **2.3- Forces et faiblesses des concurrents :**

L'analyse de la position concurrentielle éclaire la place relative de l'entreprise et contribue à orienter la force de vente.

Cette analyse permet de connaître les raisons de succès de la concurrence dans le but d'améliorer le service réalisé. Elle peut faire apparaître des créneaux localisant le service manquant sur le marché avec les données caractérisant un possible lancement.

Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous les forces et faiblesses des concurrents en dehors de la région et dans la région d'Antsohihy.

**Tableau n°07 Forces et faiblesses des concurrents**

<b>Nom de l'établissement</b>	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
Patou	-Relation énorme avec les clients -Personnel employé jeune -Existence de plusieurs services	-Prix trop cher -Qualité moyenne -Savoir faire insuffisant
Fredy	-Relation énorme avec les clients -Place au bord de la route	-Prix trop cher -Service offert insuffisant -Ancienneté du personnel
Todisoa service	-Avoir de savoir faire -Place au bord de la route	-Prix trop cher -Service offert insuffisant

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

Cette analyse permet à notre projet de savoir avant de produire les services offerts avec les clients les quantités demandées et les types de consommateurs cibles dans la région. Donc, nous allons voir successivement ci-après la situation de la demande, et les besoins des clients dans la région d'Antsohihy.

Voyons maintenant la situation globale de la demande dans cette région,

#### **3.1- Situation globale de la demande dans la région :**

Nos études ont démontré l'existence d'une demande latente au niveau de la population cible dans la région. En effet, dans toute la région de SOFIA seul la ville d'Antsohihy qui est le chef de la région possède le Téléphone TELMA notamment le poste fixe et la publiphone. Le seul moyen de communication reste le BLU avec une certaine région comme de Bealanana, Befandriana Nord, et de Port Bergé, de même Antsohihy.

Dans la ville d'Antsohihy, il y a deux services qui font ce genre de service en informatique mais ce service n'est pas encore exploité notamment l'Internet et l'E-mail.

Donc, le marché est encore vaste et c'est pour cette raison que nous voulons espérer d'obtenir la part du marché jusqu'à 80% du marché global dans la région de Sofia.

### **3.2- Les besoins de clients :**

Nous pensons que les clients cherchent parmi les services offerts, le service qui lui procure le maximum de satisfaction. Cette satisfaction est le sentiment d'un client résultant d'un jugement comparant les performances d'un service à ses attentes. Garder en mémoire que la satisfaction du client est une condition nécessaire toutefois elle ne suffit pas de sa fidélité, donc nous avons besoins de la qualité de service pour avoir plus des clients.

D'une manière générale, les besoins du client sont de se communiquer avec ses familles en dehors de la région d'Antsohihy ou d'autres province que Mahajanga. Alors, nous cherchons le niveau de satisfaction élevé car les clients insatisfaits peuvent se révéler infidèles. Par contre, les clients satisfaits sont moins enclin de changement de service et vont apporter d'autres clients.

## **Section 4 : Politique et stratégie marketing envisagée :**

Pour notre projet, nous allons adopter deux types de politique au niveau de service informatique envisagée dans la ville d'Antsohihy, à l'occurrence de :

- Le marketing mix
- La stratégie marketing

Voyons tout d'abord la politique marketing à adopter du projet.

### **4.1- La politique marketing à adopter :**

Dans notre cas, nous allons appliquer les quatre éléments constitutifs du marketing mix, à savoir:

- La politique de prix
- La politique de produit
- La politique de distribution
- La politique de promotion et de communication

#### **4.1.1- La politique de prix :**

La détermination de prix de notre service doit être en fonction de plusieurs facteurs, à l'occurrence de :

- L'analyse de prix des concurrents
- Revenu moyen de la population dans la région Antsohihy
- Les investissements et les charges engagées pour la création de ce projet
- En fonction de la demande

#### **4.1.2- La politique de produit :**

La politique de produit a pour objectif d'améliorer la qualité de service vis-à-vis aux concurrents sur le marché. Donc, pour maîtriser cette politique, il faut retenir comme politique la mise en place de :

- Une marque spécifique de service offert pour identifier le produit
- Une caractéristique technique des services
- Une qualité de service
- Un emballage conditionné pour attirer les clients d'acheter ou de demander un service pour notre projet.

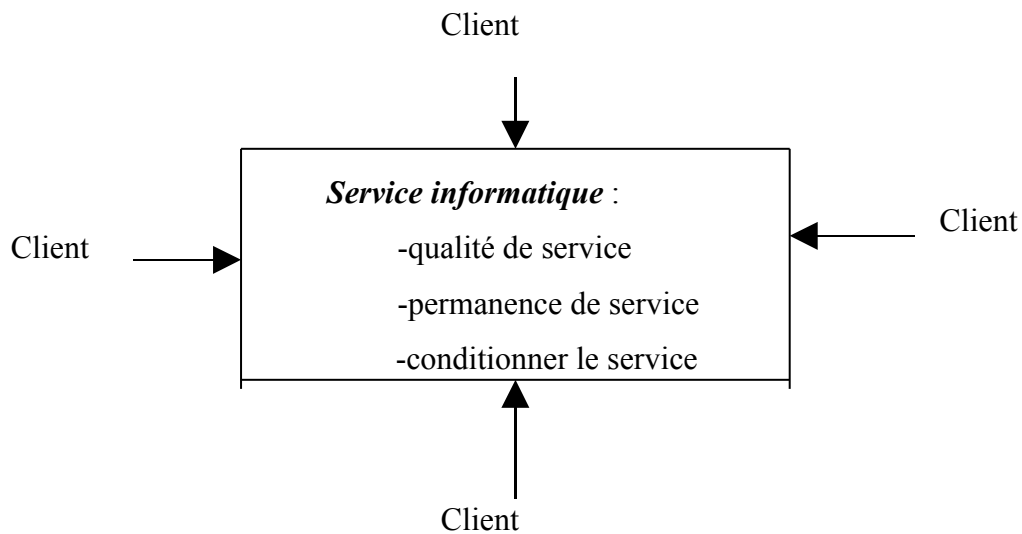
#### **4.1.3- La politique de distribution :**

Elle permet aux consommateurs de trouver aisément leurs besoins, avec un choix suffisant, tout en évitant de se déplacer trop loin qui est une perte de temps et d'argent. Pour être efficace, sa fonction est de :

- Réduire au minimum les frais grevant les prix de revient pour toucher le maximum des clients à partir de la qualité de service, de conditionnement des services réalisés pour attirer plus des clients. Donc, il est nécessaire d'utiliser ce mode de distribution pour ce projet car les consommateurs sont à la recherche toujours la satisfaction immédiate

- Assurer la permanence de service demandé par les clients au siège pour éviter la fouire des clients.

Donc, le schéma ci-dessous montre le mode de distribution du projet.



#### **4.1.4- La politique de promotion et de communication :**

La promotion assure le contact permanent par le biais d'un canal de l'entreprise et sa clientèle en communiquant un message, C'est-à-dire l'information. Communiquer, c'est de transmettre les informations dans le but d'obtenir de la part du destinataire une modification de comportement ou d'attitude.

Donc, pour notre projet, la promotion de vente consiste à la réduction des tarifs de nos services. Elle est la première forme de promotion à laquelle on peut penser et le service est offert à un tarif temporairement inférieur au tarif habituel. Pour cela, la réduction de tarif est simple et efficace. Nous l'utilisons au moment de lancement pour attacher la clientèle au service ou, plus tard pour répondre à l'attaque les concurrents.

En conclusion, pour être efficace, la promotion emploie les moyens suivants :

- Réduction de certain prix des services
- Ou, il consiste à offrir des cadeaux aux acheteurs d'un service comme stylos, briqué, porte clé, et ces cadeaux portent le nom du projet.

Voilà donc ce que nous allons faire pour la promotion et nous allons aborder maintenant ce qu'on va faire pour la communication.

Et, la communication est un moyen que ce projet a opté pour le lancement de ses services et la publicité qui est un instrument privilégié de la communication. Par ses services même ou simplement par sa nature qui est un moyen de pression, elle s'accompagne de critiques acerbes formulées par les uns, tandis qu'elle entraîne la faveur des autres.

En un mot, la publicité suscite tout sauf l'indifférence. Elle est constituée de tous moyens destinés à informer une cible et à convaincre d'acheter un service. Nous allons aussi recourir dans le sponsoring car nous pouvons y trouver une communication plus douce, et strictement moins commerciale, sympathique, conviviale, qui répond bien à notre attente.

#### **4.2- La stratégie marketing à suivre :**

Pour notre projet, nous allons adopter deux types de stratégie, à l'occurrence de :

- La stratégie push
- La stratégie pull

Voyons tout d'abord la stratégie push.

##### **4.2.1- La stratégie push :**

C'est la formulation des stratégies possibles dont nous avons le choix ou réitération du processus de fabrication des services. Pour cela, l'établissement décide de s'appuyer les services à l'aide d'une marque commerciale pour distinguer nos services sur le marché. Donc, nous devons faire les stratégies suivantes pour chaque service, à savoir de :

- Stratégie d'adaptation ou de modification pour les services qui ne donnent pas tout à fait la satisfaction des clients et elle consiste à modifier le service de façon à le rendre plus conforme aux attentes des clients.
- Stratégie d'abandon pour les services les plus faibles

Abordons maintenant la stratégie pull,

#### **4.2.2-La Stratégie pull :**

Notre projet décide de faire des actions sur les services en informatiques par la publicité et la qualité de service à rendre pour les clients et elle tire ces clients vers l'établissement. Pour cela, on a axé sur le recours à des méthodes et des stratégies adaptées aux services envisagés et les prix de ces services sont à la hauteur de pouvoir d'achat de la population dans la région.

### **CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS ET CRITERES**



## **D’EVALUATION DU PROJET , SUR LES STRUCTURES FINANCIERES**

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

#### **1.1-La valeur actuelle nette :**

##### **1.1.1-Définition :**

La valeur actualisée nette est représentée par la différence entre la somme de marge brute d’autofinancement actualisé et la somme des capitaux investis actualisés.

##### **1.1.2-Formule**

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

##### **1.1.3-Interprétation :**

La valeur actualisée nette peut être positive, nulle, ou négative.

- Si la valeur actualisée nette est positive, cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé  $t$
- Si la valeur actualisée nette est égale à zéro, cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé  $t$
- Si la valeur actualisée nette est inférieure à zéro ou négative, cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé  $t$

En plus, le critère de la valeur actualisée nette comme critère de choix ne peut être reconnu que si les capitaux investis dans plusieurs projets sont identiques ou si les capitaux

mis à la disposition de l'entreprise sont illimités. Dans le cas contraire, il faut utiliser un critère relatif comme le taux de rentabilité interne (TRI), l'indice de profitabilité (IP), ou le délai de récupération des capitaux investis (DRCI).

## **1.2- Le taux de rentabilité interne :**

### **1.2.1- Définition :**

C'est le taux d'actualisation qui donne une valeur nette actualisée  $VAN = 0$  ou  $IP = 1$

### **1.2.2- Formule :**

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

### **1.2.3- Interprétation:**

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

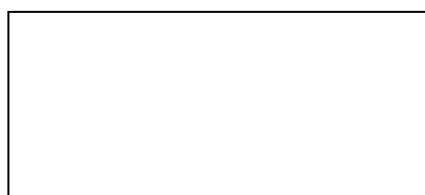
- Si  $i$  est supérieur à  $t$ , cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé  $t$
- Si  $i$  est égal à  $t$ , cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé  $t$
- Si  $i$  est inférieur à  $t$ , cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé  $t$

## **1.3- Indice de profitabilité :**

### **1.3.1- Définition :**

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

### **1.3.2- Formule :**



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

### **1.3.3- Interprétation :**

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

- Si IP est supérieur à 1, cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé t
- Si IP est égal à 1, cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé t
- Si IP est inférieur à 1, cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé t

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

### **1.4.1- Définition :**

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

### **1.4.2- Formule :**

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

### **1.4.3- Interprétation :**

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

## **Section 2 : Les critères d'évaluations du projet :**

### **2.1 – La pertinence du projet :**

Ce projet se rapporte exactement pour la population d'Antsohihy une évolution non seulement sur le plan de télécommunication mais aussi sur le plan de technologie moderne car grâce à cette mise en place de ce projet, la population dans la région d'Antsohihy peut se communiquer avec les investisseurs à l'étrangers et aussi avec les autres opérateurs dans la grande île tout entière.

### **2.2- L'efficacité du projet :**

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

### **2.3- L'efficience du projet :**

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

### **2.4- La durée de vie de projet :** (ou durabilité ou encore pérennité)

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

### **2.5- Impact du projet :**

Si le projet fonctionne, il y a besoin des opérateurs de saisie. Donc, ce projet crée des emplois pour les jeunes dans la ville d'Antsohihy. En plus, ce projet donne tous les services en informatique, alors, le peuple ne déplace plus à la ville de Mahajanga pour faire ce genre de service.

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

### **3.1- Les Ratios financières :**

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

#### **3.1.1 Définition :**

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

Tandis qu'au sein de la société, le ratio est le rapport expressif entre des données caractéristiques de la situation du potentiel de l'activité ou du rendement de la société.

#### **3.1.2- Formules et interprétations :**

##### **\* Ratio de financement permanent :**

$\text{RFP} = \frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Immobilisations nettes}}$
---

***Interprétation :***

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

***\* Ratio d'autonomie financière :***

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

***- Interprétation :***

Ce rapport indique que dans quelle mesure l'entreprise travaille avec son fonds propres et exprime le degré d'indépendance vis-à-vis des créanciers permanents, les banquiers.

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

***\* Ratio de financement des immobilisations :***

$$\text{RFI} = \frac{\text{Actif immobilisé}}{\text{Actif total}}$$

***- Interprétation :***

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

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

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

**- Interprétation :**

Normalement, si l'entreprise fonctionne de façon rentable, il n'y a plus des dettes à partir de la troisième année de l'exploitation.

**3.2- La rentabilité :**

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

**- Formules et Interprétations:**

**\* Rentabilité commerciale :**

$$\text{RC} = \frac{\text{Résultat net}}{\text{Chiffre d'affaires}}$$

**- Interprétation :**

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

**\* Rentabilité des capitaux investis :**

	Bénéfice net
RCI =	—————
	Capitaux permanents

- ***Interprétation :***

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

\* **Rentabilité de taux de rendement propre :**

	Capacité d'autofinancement
RTRP =	—————
	Capitaux permanents

- ***Interprétation :***

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



## **DEUXIEME PARTIE**

### **CONDUITE DU PROJET**

## **CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION :**

Pour notre projet, la production envisagée représente l'un des aspects essentiels du fonctionnement de l'entreprise. Elle constitue la fonction de base commune à toutes les entreprises. Son importance relative par rapport aux autres fonctions peut varier considérablement suivant le domaine d'activité de la firme. Pour ce projet, la technique de production est basée sur les ressources à mettre en place comme les ressources humaines et matérielles et aussi la caractéristique de l'approvisionnement choisi notamment le mode d'achat à adopter et le critère d'évaluation des stocks à choisir.

Donc, dans ce chapitre, nous allons étudier successivement les ressources à mettre en œuvre et la caractéristique de l'approvisionnement choisi dans la région de Sofia, et plus précisément dans la ville d'Antsohihy.

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

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

Aucune stratégie ne peut atteindre ses objectifs sans y allouer les moyens sur le plan financier et notamment sur le plan humain et matériel. Pour avoir le maximum de capacité de production, nous allons mettre en place tout d'abord les ressources nécessaires, à l'occurrence de :

- Ressources humaines
- Ressources matérielles

#### **1.1- Ressources humaines :**

Avant de réaliser ce projet, il est nécessaire d'analyser les postes et de faire un recrutement à chaque poste de travail au sein de l'entreprise. Parler des ressources humaines, c'est de mettre l'accent sur la gestion et la rationalisation du potentiel humain dans une organisation. Si les ressources humaines doivent être gérées rationnellement, elles réclament des méthodes spécifiques qui traduisent l'importance du facteur humain au sein d'une entreprise.

Pour faire le recrutement, il faut respecter le profil exigé à chaque poste de travail. Pour cela, il est nécessaire de placer les employés comme les opérateurs de saisie dans les conditions propices en vue d'avoir un travail efficace et de concevoir le poste de travail de façon à éviter tout gaspillage de main-d'œuvre, de temps et d'équipements. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-après le profil exigé à chaque poste de travail :

**Tableau n°08: Les caractéristiques du personnel**

Postes	Nombre	Sexe	Profil
Gérant	01	M,F	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir le diplôme de maîtrise en gestion ou équivalent</li> <li>- Expérience 2 ans au minimum dans le domaine de gérant</li> <li>- Maîtrise l'outil informatique surtout le bureautique</li> <li>- Parler couramment le français</li> <li>- Avoir de sens d'organisation</li> </ul>
Informaticien	01	M	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir le diplôme de technicien supérieur en informatique au minimum</li> <li>- Maîtrise parfaite de l'outil informatique</li> <li>- 3 ans d'expériences dans le poste similaire</li> <li>- Maîtrise le français</li> <li>- Avoir de sens d'organisation</li> </ul>
Opérateurs de saisie	03	M, F	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baccalauréat au minimum</li> <li>- 2ans d'expériences</li> <li>- Apte</li> <li>- Parler couramment le français</li> </ul>
Gardien	01	M	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir le diplôme de CEPE au minimum</li> <li>- Apte</li> <li>- Dynamique</li> <li>- Expérience exigée</li> </ul>

## **1.2-Ressources matérielles :**

Pour réaliser ce projet, nous avons besoins des matériels ou des équipements nécessaires pour avoir le bon fonctionnement de l'entreprise. Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-après la liste des matériels utilisés.

**Tableau n°09 : La liste des matérielles**

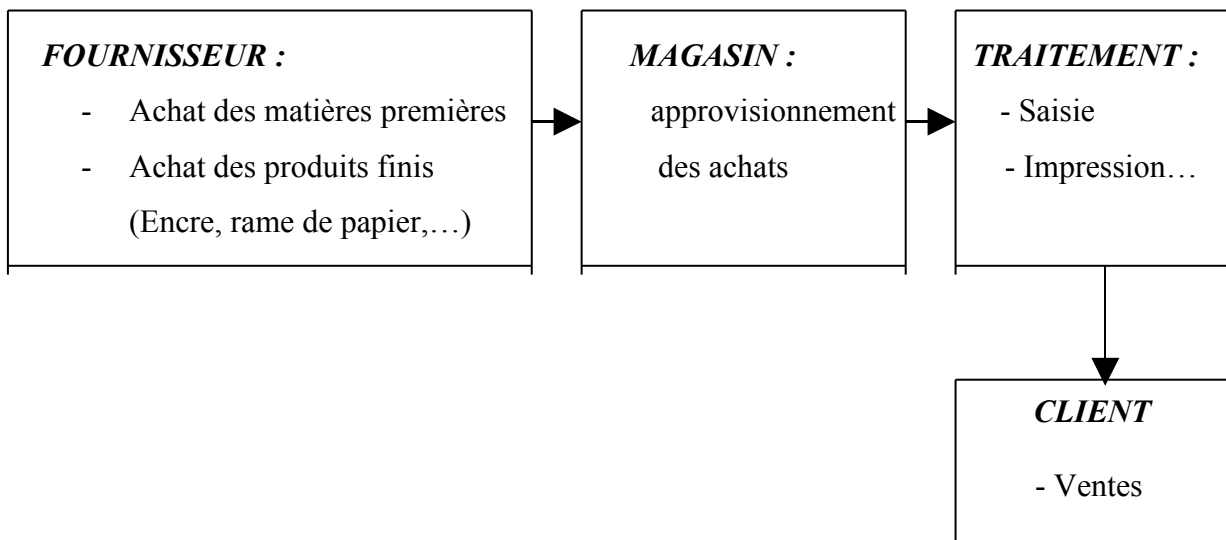
<b>Rubriques</b>	<b>Nombre</b>	<b>Etat</b>	<b>Caractéristique</b>
<b><u>Matériels et mobilier de bureau :</u></b>			
- Tables des ordinateurs	03	2neuves	Métallique
- Table de bureau	01	neuve	Sapin
- Chaises de bureau	04	neuves	Sapin
- Fauteuil de visiteur	01	neuf	Jupiter cantilever
- Armoire	01	neuve	Métallique
- Machine à calculer	01	neuve	Casio
- Téléphone	01	neuf	Panasonic
<b><u>Matériels informatiques :</u></b>			
- Micro-Ordinateur	03	neuf	Pentium III ; 1,3 MHz
- Imprimante	01	neuve	Laser Jet 100
- Machine photocopieuse	01	neuve	25 copies par minute
- Onduleur	03	neuf	-
- Perforateur	01	neuf	-
<b><u>Matériel de transport :</u></b>			
- Bicyclette	02	neuve	V.T .T

## **Section 2 : Caractéristique de l'approvisionnement :**

Pour notre projet, la politique de l'approvisionnement consiste à réaliser une série d'opération permettant de disposer au moment et à l'endroit voulu ainsi qu'au moindre coût d'ensemble des services offerts dont l'entreprise a besoin en quantité comme en qualité pour ces services. Sa fonction comporte deux activités, à l'occurrence de :

- l'achat
- la gestion de stock

Donc, le schéma ci-dessous nous montre le processus de l'achat jusqu'à la vente des services envisagés.



### **2.1- La méthode d'achat à adopter :**

Pour être efficace, la fonction approvisionnement aura suivi par :

- La politique de fournisseur unique pour avoir le meilleur prix et la relation privilégiée en simplifiant les contrôles de quantité à acheter.
- La politique de zone pour éviter les difficultés du délai en cas de panne ou rupture de stock.
- La politique de qualité de service car le bas prix ne doit pas être l'unique critère de l'approvisionnement

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

Pour notre projet, les activités principales sont des prestations de service. Pour réaliser ce projet, nous avons besoins des matières premières ou des produits finis comme encre, spiral, rame,... Pour cela, nous choisissons le critère de FIFO c'est-à-dire que les matières ou les produits aux premières entrées partent en premières sorties ou on consomme ou utilise en priorité. Donc, le stock final est valorisé au coût des achats plus récents. Alors, les avantages de ce critère sont de pouvoir adapter aux baisses de prix et la valeur est plus proche de celle de revente éventuelle. Mais l'inconvénient n'apparaît qu'à la spéculation de la hausse encas de déflation. En conclure, nous utilisons le critère de FIFO car notre service est non périssable.

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

Pour notre projet, la capacité de production est en fonction des matériels utilisés et de facteur humain à mettre en œuvre. Donc, pour avoir plus de production, il est nécessaire de mettre en place tout d'abord les personnels nécessaires pour ce projet, et puis les matériels de production et les équipements pour les chambres.

Dans ce chapitre, nous allons voir successivement les différents facteurs de production envisagée et les dépenses en matières premières, c'est à dire que les dépenses de chaque unité de production et l'achat prévisionnel au cours de cinq années d'exploitation, et enfin, nous allons aussi évaluer la prévision des ventes avec les chiffres d'affaires correspondants.

Voyons maintenant les différents facteurs de production à mettre en œuvre du projet.

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

Dans notre cas, l'activité productrice peut être représentée par un programme de production. Ce sont la liste et les différents facteurs employés au cours de l'exploitation et aussi la production envisagée.

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

Nous allons donner ci-après la liste des différents facteurs de production utilisés au sein du projet, à l'occurrence de :

#### **- *Facteurs humains* :**

- Le gérant (01)
- Informaticien (01)
- Opérateurs de saisie (03)
- Gardien (01)

#### **- *Facteurs matériels* :**

### **1-Matériels de bureau :**

- Tables des ordinateurs (03)
- Table de bureau (01)
- Chaises de bureau (04)
- Fauteuil de visiteur (01)
- Armoire (01)
- Machine à calculer (01)
- Téléphone (01)

### **2-Matériels informatique :**

- Micro ordinateur (03)
- Imprimante (01)
- Machine photocopieuse (01)
- Onduleur (01)
- Perforateur (01)

### **3-Matériel de transport :**

Pour faire la livraison, nous avons besoin de bicyclette transportant les travaux effectués. Donc, il est nécessaire d'acheter deux bicyclettes.

#### **1.2- La production envisagée :**

Pour notre projet, les productions envisagées sont les suivantes :

- Saisie
- Impression
- Photocopie
- Reliure
- Fax
- Formation en informatique

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



### **2.1- Les dépenses sur chaque unité de production :**

Le prix unitaire sur chaque unité de production varie selon leur nature et leur importance d'utilisation. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous le prix unitaire sur chaque unité de production.

**Tableau n°10 :Le prix unitaire de chaque unité de production :**

(En francs malgache)

<b>Nature</b>	<b>Quantité</b>	<b>Prix unitaire</b>	<b>Montant</b>
Encre	01	250.000	<b>250.000</b>
Rame	01	24.000	<b>24.000</b>
Transparent	01	2.000	<b>2.000</b>
Spiral	01	3.000	<b>3.000</b>

Ce tableau nous montre le prix unitaire de chaque unité de production de ce projet. L'approvisionnement en rame est assuré par la Société MARGROS Ankadivato et de SODIM. Par contre, l'approvisionnement de spiral est effectué auprès au Pavillon Analakely de même pour le transparent pour la reliure

## 2.2- Prévision d'achat :

### 2.2.1- Achat prévisionnel sur l'année 1 : (en millier de francs malgache)

<b>Rubriques</b>	<b>Q / mois</b>	<b>Prix .U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Encre	1,5	250	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	4.500
Rame	8	24	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	2.304
Transparent	15	2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Spiral	15	3	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	540
<b>Total</b>			<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>7.704</b>

### 2.2.2- Achat prévisionnel sur 5 ans: (en millier de francs malgache)

#### Année 2 :

<b>Rubriques</b>	<b>Q / mois</b>	<b>Prix .U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Encre	1,5	250	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	4.500
Rame	8	24	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192	2.304
Transparent	15	2	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Spiral	15	3	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	540
<b>Total</b>			<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>642</b>	<b>7.704</b>

**Année 3 :**

<b>Rubriques</b>	<b>Q / mois</b>	<b>P .U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Encre	2	250	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000
Rame	9	24	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	2.592
Transparent	18	2	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	432
Spiral	18	3	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	648
<b>Total</b>			<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>806</b>	<b>9.672</b>

**Année 4 :**

<b>Rubriques</b>	<b>Q / mois</b>	<b>P .U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Encre	2,5	250	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	625	7.500
Rame	10	24	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2.880
Transparent	22	2	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	528
Spiral	22	3	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	792
<b>Total</b>			<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>975</b>	<b>11.700</b>

**Année 5 :**

<b>Rubriques</b>	<b>Q / mois</b>	<b>P.U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Encre	3	250	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	9.000
Rame	12	24	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288	288	3.456
Transparent	24	2	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	576
Spiral	24	3	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	864
<b>Total</b>			<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>1.158</b>	<b>13.896</b>

**- Récapitulation des achats sur 5 ans**

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Encre	4.500	4.500	6.000	7.500	9.000
Rame	2.304	2.304	2.592	2.880	3.456
Transparent	360	360	432	528	576
Spiral	540	540	648	792	864
<b>Total</b>	<b>7.704</b>	<b>7.704</b>	<b>9.672</b>	<b>11.700</b>	<b>13.896</b>

### Section 3 : Prévision des ventes :

#### 3.1- Quantité produite prévisionnelle envisagée :

##### 3.1.1- Prévision des ventes sur l'année 1 : (en nombre)

<b>Rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	980	980	980	980	980	980	980	980	980	980	980	980	11.760
Photocopie	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	27.600
Plastification	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
Reliure	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Internet	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Formation	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Fax	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72

##### 3.1.2-Prévision des ventes sur 5 ans : ( en nombre)

#### Année 2 :

<b>Rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	13.200
Photocopie	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	28.800
Plastification	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Reliure	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Internet	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	15.600
Formation	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
Fax	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96

**Année 3 :**

<b>Rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Photocopie	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
Plastification	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	660
Reliure	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	216
Internet	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	16.800
Formation	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
Fax	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120

**Année 4 :**

<b>Rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	15.600
Photocopie	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	31.200
Plastification	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Reliure	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	264
Internet	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	18.000
Formation	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	108
Fax	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120

**Année 5 :**

<b>Rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	16.800
Photocopie	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700	32.400
Plastification	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
Reliure	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	288
Internet	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	1.600	19.200
Formation	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
Fax	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	144

**- Récapitulation :**

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Saisie	11.760	13.200	14.400	15.600	16.800
Photocopie	27.600	28.800	30.000	31.200	32.400
Plastification	480	600	660	720	840
Reliure	180	180	216	264	288
Internet	14.400	15.600	16.800	18.000	19.200
Formation	60	72	96	108	120
Fax	72	96	120	120	144

### 3.2- Chiffre d'affaires prévisionnel :

#### 3.2.1- Chiffre d'affaires prévisionnel pour l'année 1 : (en millier de francs)

<b>Rubriques</b>	<b>P.U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	4	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920	47.040
Photocopie	0,8	1.840	1.840	1.840	1.840	1.840	1.840	1.840	1.840	1.840	1.840	1.840	1.840	22.080
Plastification	2	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Reliure	15	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	2.700
Internet	0,3	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4.320
Formation	400	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000
Fax	4	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	288
<b>Total</b>		<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>101.388</b>

#### 3.2.2- Chiffre d'affaires sur 5 ans :

##### Année 2 :

<b>Rubriques</b>	<b>P.U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	4	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400	52.800
Photocopie	0,8	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	1.920	23.040
Plastification	2	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Reliure	15	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	2.700
Internet	0,3	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	390	4.680
Formation	400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	28.800
Fax	4	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	384
<b>Total</b>		<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>9.467</b>	<b>113.604</b>



**Année 3 :**

<b>Rubriques</b>	<b>P.U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	4	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	57.600
Photocopie	0,8	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000
Plastification	2	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1.320
Reliure	15	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	3.240
Internet	0,3	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	5.040
Formation	400	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	38.400
Fax	4	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
<b>Total</b>		<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>10.840</b>	<b>130.080</b>

**Année 4 :**

<b>Rubriques</b>	<b>P.U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	4	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	62.400
Photocopie	0,8	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	2.080	24.960
Plastification	2	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440
Reliure	15	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	3.960
Internet	0,3	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5.400
Formation	400	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	43.200
Fax	4	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
<b>Total</b>		<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>11.820</b>	<b>141.840</b>

### Année 5 :

<b>Rubriques</b>	<b>P.U</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
Saisie	4	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	5.600	67.200
Photocopie	0,8	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160	25.920
Plastification	2	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1.680
Reliure	15	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4.320
Internet	0,3	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	5.760
Formation	400	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	48.000
Fax	4	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	576
<b>Total</b>		<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>12.788</b>	<b>153.455</b>

### Récapitulation

<b>Rubriques</b>	<b>P.U</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Saisie	4	47.040	52.800	57.600	62.400	67.200
Photocopie	0,8	22.080	23.040	24.000	24.960	25.920
Plastification	2	960	1.200	1.320	1.440	1.680
Reliure	15	2.700	2.700	3.240	3.960	4.320
Internet	0,3	4.320	4.680	5.040	5.400	5.760
Formation	400	24.000	28.800	38.400	43.200	48.000
Fax	4	288	384	480	480	576
<b>Total</b>		<b>101.388</b>	<b>113.604</b>	<b>130.080</b>	<b>141.840</b>	<b>153.455</b>

Ce tableau nous présente le total de chiffre d'affaires au cours de cinq années futures d'exploitation du projet. Pour cela, nous constatons que les chiffres d'affaires augmentent chaque année d'activité. Prenons comme exemple à la deuxième année d'activité, l'augmentation de chiffre d'affaires s'élève à 12.000.000 F environ.

## **CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE**

Pour notre projet, l'objectif principal est le développement du secteur de la télécommunication dans la région de Sofia et plus précisément dans la région d'Antsohihy. Donc, nous avons besoins de mettre en place un organigramme spécifique pour réaliser cet objectif et aussi pour avoir de qualité de service fiable et pour donner de satisfaction de la population dans cette région.

Dans ce chapitre, nous allons voir successivement la structure organisationnelle choisie et la description des tâches principales des personnels.

### **Section 1 : Organigramme envisagé :**

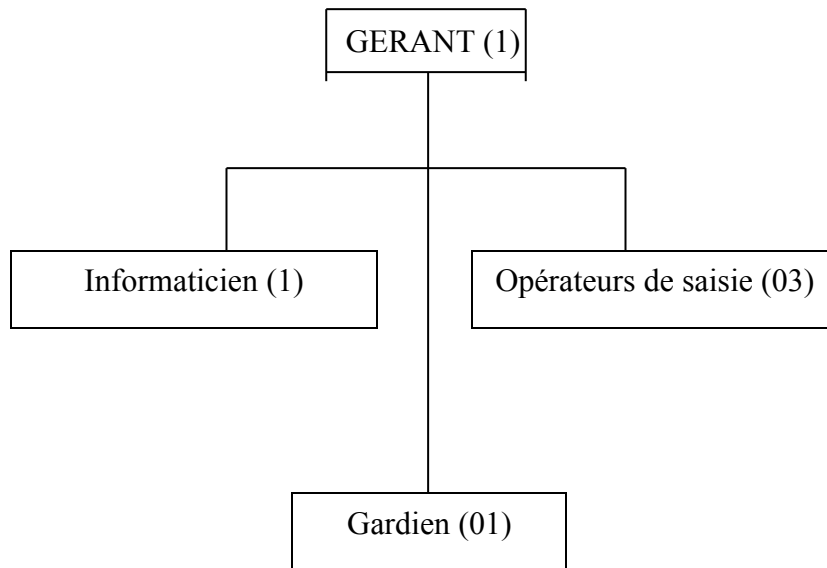
Pour être efficace, nous choisissons comme organigramme du projet, c'est un organigramme d'une entreprise individuelle pour faciliter le contrôle et suivi de ses personnels.

#### **1.1-Fonction :**

L'organigramme permet au responsable :

- la connaissance exacte du projet (taille et structure), s'il a été élaboré avec soin, on a effectivement une image précise des différents services de l'entreprise et des liens organiques qui lui unissent.
- De constater les anomalies d'organisation existante.
- D'éviter les conflits d'autorité entre les responsables de chaque poste de travail au sein de l'entreprise.

### **1.2-Organigramme choisi :**



### **Section 2 : Description des principales tâches :**

Pour notre projet, le personnel est composé de :

- Un gérant
- Informaticien
- Opérateurs des saisies
- Gardien

Donc, nous allons détailler ci-dessous les principales tâches de chaque responsable au sein du projet.

#### **2.1- Direction :**

Les fonctions principales du gérant sont de :

- assurer la gestion et administration du projet
- assurer la gestion financière de ce projet
- prendre des décisions
- assurer la gestion comptable de l'entreprise
- gérer la tenue de la trésorerie
- assurer la gestion de personnel
- contrôler les achats et les suivis

## **2.2- L'Informaticien :**

Il assure la réparation des matériels et l'achat de tous matériels en informatique en tant qu'il est le seul compétent pour l'entretien et réparation de ces matériels.

## **2.3- Les opérateurs de saisie et le gardien :**

Les opérateurs de saisie assument :

- la saisie sur ordinateur (texte, tableau,...)
- l'achèvement des travaux
- l'accueil des clients
- la photocopie
- la plastification
- reliure

Et, le gardien assure la sécurité de l'établissement et l'entretien de l'enceinte de l'entreprise. Il charge le service de jardinage c'est-à-dire qu'il garde la beauté du jardin pour attirer les clients.

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

## **CHAPITRE I : LE COUT DES INVESTISSEMENTS :**

Pour notre projet, l'investissement dépend des ressources à mettre en place afin d'en tirer des bénéfices pendant une longue période future, aussi de la capacité d'investir. Pour cela, nous avons besoins de connaître dès le début le coût des investissements et les comptes de gestion pour maîtriser la capacité de production envisagée.

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

#### **1.1-Immobilisation :**

L'investissement comprendra des immobilisations, des infrastructures, des différents matériels à mettre en œuvre (matériel de bureau et outillage, matériel et outillage, matériel de transport).

##### **1.1.1-Infrastructure :**

Pour réaliser ce projet, nous avons obligé de faire une infrastructure surtout la fouille et terrassement, de charpente et couverture, et de construction. Pour cela, le coût des infrastructures total s'élève à **70.000.000 Fmg** dont la durée de travaux est pendant 6 mois. Cette somme se répartie sur les grands travaux cités ci-après :

**Tableau N° 11 : Infrastructure :**

Désignations	Montant
- Fouille et terrassement	2.000.000
- Charpente et couverture	18.000.000
- Infrastructure	40.000.000
- Menuiserie	6.000.000
- Peinture	4.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>70.000.000</b>

Ce tableau nous montre le total des dépenses pour la construction d'un bâtiment réservé pour le service bureautique et le bureau du gérant.

Le coût de terrain s'élève à 25.000.000 Fmg.

### 1.1.2- Matériel de bureau et outillage :

#### - *Matériels de bureau:*

Le matériel de bureau comprendra des tables des ordinateurs, tables de bureau, Fauteuil de visiteur, des chaises, d'Armoire, machine à calculer,..... Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-dessous ces matériels.

**Tableau N°12 : La liste et coût des matériels de bureau :( en fmg)**

DESIGNATION	A acquérir			Déjà acquis		
	Q	P.U	M	Q	P.U	M
<b><u>M. informatique :</u></b>						
Micro-ordinateur	02	3.000.000	6.000.000	01	4.200.000	4.200.000
Imprimante	01	1.500.000	1.500.000	-		
Onduleur	02	750.000	1.500.000	01	750.000	750.000
Machine photocopieuse	-					
Perforateur	01	12.000.000	12.000.000	-		
	01	500.000	500.000			
<b>Total 1</b>			<b>21.500.000</b>		<b>4.950.000</b>	<b>4.950.000</b>
<b><u>M. M. de bureau :</u></b>						
Table de bureau	01	200.000	200.000			
T. ordinateur	02	250.000	500.000	01	250.000	250.000
Fauteuil de visiteur	01	300.000	300.000			
Chaises	02	75.000	150.000	02	75.000	150.000
Machine à calculer				01	30.000	30.000
Armoire	01	300.000	300.000			
Téléphone	01	175.000	175.000			
<b>Total 2</b>			<b>1.625.000</b>			<b>430.000</b>

Ce tableau nous montre le prix unitaire de chaque matériel à acheter pour le bureau.



- ***Outillages :***

Le coût total des matériels et outillages s'élève à 3.500.000Fmg. Ces matériels sont réservés pour la réparation et entretien des matériels informatiques.

**1.1.3- Matériel de transport :**

Pour faire la livraison, nous avons besoins d'une bicyclette.

**Tableau N°13 : Le coût de matériel de transport :**

<b>Rubrique</b>	<b>Nombre</b>	<b>Prix unitaire</b>	<b>Montant</b>
Bicyclette	02	700.000	<b>1.400.000</b>
Total	02	700.000	<b>1.400.000</b>

D'après ce tableau, le coût total de matériel de transport s'élève à **1.400.000Fmg.**  
Ce matériel n'est pas encore acquis.

**1.1.4-Agencement et installation :**

Ce sont les travaux complémentaires que l'entreprise fait le nouveau bâtiment pour le bureau et le traitement informatique.

**Tableau N°14 : Agencement et installation :**

<b>DESIGNATIONS</b>	<b>MONTANT</b>
Electricité	1.200.000
Plomberie	3.500.000
Menuiserie	820.000
<b>Total</b>	<b>5.520.000</b>

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

(En francs malgache)

**Tableau N°15 : Récapitulation des immobilisations**

DESIGNATIONS	APPORT	A ACQUERIR	TOTAL
Frais d'établissement	600.000		<b>600.000</b>
Terrain	25.000.000		<b>25.000.000</b>
Construction		70.000.000	<b>70.000.000</b>
M. M de bureau	430.000	1.625.000	<b>2.055.000</b>
M. informatique	4.950.000	21.500.000	<b>26.450.000</b>
M. outillage	3.500.000		<b>3.500.000</b>
M. transport		1.400.000	<b>1.400.000</b>
Agencement	5.520.000		<b>5.520.000</b>
Fonds de roulement	3.500.000		<b>3.500.000</b>
Imprévus		1.500.000	<b>1.500.000</b>
<b>Total</b>	<b>43.500.000</b>	<b>96.025.000</b>	<b>139.525.000</b>

Ce tableau nous montre le total des immobilisations du projet dont l'apport en capital s'élève à **43.500.000F** et à financer est de **96.025.000F**. Donc, cela veut dire que nous avons besoins de bailleur pour réaliser ces investissements.

## **1.2- Les charges :**

### **1.2.1- Salaire du personnel :**

C'est les charges de personnel correspondant au travail des ouvriers qui participent directement à l'exploitation du projet.

**Tableau N°16 : Le salaire de personnel**

Fonction	Nombre	Salaire mensuel	Opérations	Salaire annuel
Gérant	01	800.000	800.000*12	9.600.000
Informaticien	01	500.000	500.000*12	6.000.000
Opérateurs de saisie	03	900.000	900.000*12	10.800.000
Gardien	01	200.000	200.000*12	2.400.000
<b>Total</b>		<b>2.400.000</b>		<b>28.800.000</b>

D'après ce tableau, le total de salaire mensuel des personnels s'élève à **2.400.000Fmg**.

### **La déduction sur salaire**

**Tableau N°17 : La déduction sur salaire**

<b>Fonction</b>	<b>Nombre</b>	<b>S. mensuel</b>	<b>Cnaps</b>	<b>Ostie</b>	<b>IRSA</b>	<b>Net à payer</b>
Gérant	01	800.000	104.000	40.000	15.500	640.500
Informaticien	01	500.000	5.000	5.000	14.200	475.800
Opérateurs de saisie	03	900.000	9.000	9.000	16.400	865.600
Gardien	01	200.000	2.000	2.000	6.100	189.900
<b>Total</b>		<b>2.400.000</b>	<b>120.000</b>	<b>56.000</b>	<b>52.200</b>	<b>2.171.800</b>

D'après ce tableau, le total de déduction sur salaire est de 228.200F et le salaire net à payer s'élève à 2.171.800f par mois.

**Tableau N°18 : Le salaire prévisionnel sur 5 ans :**

(En francs malgache)

<b>Fonction</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Gérant	7.686.000	7.800.000	7.900.000	8.200.000	8.500.000
Informaticien	5.709.600	5.709.600	6.000.000	6.100.000	6.400.000
Opérateurs de saisie	10.378.200	10.650.000	10.980.000	11.000.000	11.400.000
Gardien	2.278.800	2.654.800	3.500.000	4.000.000	4.600.000
<b>Total</b>	<b>26.061.600</b>	<b>26.814.400</b>	<b>28.380.000</b>	<b>29.300.000</b>	<b>30.900.000</b>

Ce tableau nous montre que le salaire du personnel augmente de 752.800F pour la deuxième année. Pour la troisième année, il y a une augmentation qui s'élève à 1.565.600F par rapport à la deuxième année.

### 1.2.2- Les autres charges :

Ce sont les charges indirectes qui ne peuvent affecter directement au coût d'un service. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous les autres charges du projet.

**Tableau N°19 : Les autres charges :(en millier de francs)**

<b>Rubriques</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>T</b>
P.outillage	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	<b>600</b>
Electricité	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	<b>2.640</b>
F .bureau	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	<b>840</b>
E.matériel	400		400		400		400		400		400		<b>2.400</b>
Publicité	100	100	100	100									<b>400</b>
Téléphone	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	<b>1.080</b>
Taxe	600												<b>600</b>
T.foncière	126												<b>126</b>
Vignette	200												<b>200</b>

**Tableau N°20 : Les autres charges sur 5 ans**

(En millier de francs malagasy)

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
P.outillage	600	600	600	600	600
Electricité	2.640	2.640	2.680	2.720	2.740
F .bureau	840	840	840	840	840
E.matériel	2.400	2.500	2.600	2.700	2.800
Publicité	400	450	480		
Téléphone	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
Taxe	600	600	600	600	600
T.foncière	126	126	126	126	126
Vignette	200	200	200	200	200

D'après ce tableau, nous constatons que les charges sur la fourniture de bureau, téléphone, les taxes, petits ouillages ne changent pas au cours de cinq années d'exploitation du projet. Et nous remarquons aussi que les charges sur l'entretien de matériels augmentent de 100.000 Fmg chaque année pendant les cinq années d'activités. De même pour l'électricité, l'augmentation s'élève à 40.000 Fmg pour l'année 3 jusqu'à l'année 4. Pour l'année 5 cette augmentation s'élève à 20.000 Fmg seulement.

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

Le principe de la constitution des amortissements est la récupération des fonds investis lors de l'acquisition des immobilisations. Il est un moyen permettant d'acquérir un nouveau matériel en remplacement au bout de certain moment.

Donc, la politique d'amortissement constitue un instrument privilégié de la défense du capital et de sa croissance, et consiste à assurer le renouvellement du capital.

Pour la constitution de ces amortissements, on utilisera la méthode d'amortissement constant dans tout type de matériel.

**Tableau N°21 : Calcul des amortissements :( en millier de francs)**

<b>Rubriques</b>	<b>Durée</b>	<b>A 1</b>	<b>A 2</b>	<b>A 3</b>	<b>A 4</b>	<b>A 5</b>
Constructions	10	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Matériel bureau	5	411	411	411	411	411
M. outillage	5	700	700	700	700	700
M. transport	5	280	280	280	280	280
Installations	10	552	552	552	552	552
F. établissement	3	200	200	200		
M. informatique	4	6.612,5	6.612,5	6.612,5	6.612,5	
<b>Total</b>		<b>15.755,5</b>	<b>15.755,5</b>	<b>15.755,5</b>	<b>15.555,5</b>	<b>8.943</b>

D'après ce tableau, nous avons remarqué que le total de l'amortissement est égal à 15.755,5Fmg pour les trois premières années d'exploitation. Et, pour les deux dernières années, il s'élève respectivement à 15.555,5Fmg et de 8.943F.

### Section 3 : Plan de financement :

Le tableau de financement ou tableau des emplois et des ressources de l'exercice a pour but de faire apparaître les variations des ressources de financement de l'entreprise au cours d'un exercice et l'emploi qui en a été fait.

**Tableau N°22 : Le plan de financement :**

<b>Rubriques</b>		<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Ressources						
Apport en capital	43.500.000					
Autofinancement		19.750.400	23.720.500	29.608.700	34.698.100	49.500.000
Amortissement		15.755.500	15.755.500	15.755.500	15.555.500	8.943.000
Emprunt à LMT	96.025.000					
<b>A- Total R/ces</b>	<b>139.525.000</b>	<b>35.505.900</b>	<b>39.476.000</b>	<b>45.364.200</b>	<b>50.253.600</b>	<b>58.443.000</b>
Emplois						
Immo.corp (HT)	134.525.000					
Remboursement		36.489.500	33.032.600	29.575.700	26.118.800	22.661.900
<b>B-Total E/ois</b>	<b>134.525.000</b>	<b>36.489.500</b>	<b>33.032.600</b>	<b>29.575.700</b>	<b>26.118.800</b>	<b>22.661.900</b>
C-V° F.D.R(A-B)	5.000.000	(983.600)	6.443.400	15.788.500	24.134.800	35.781.100
D-V° B.F.R						
E- V° TRES(C-D)	5.000.000	(983.600)	6.443.400	15.788.500	24.134.800	35.781.100
F-CUMUL TRES	5.000.000	4.016.400	10.459.8000	26.248.300	50.382.800	86.163.900

Ce tableau nous montre les ressources et les emplois du projet. Et nous constatons aussi que le cumul de la trésorerie ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'activités.

#### Section 4 : Tableau de remboursement des dettes :

Le remboursement devrait payer par an. Le taux d'intérêt est de 18% (BFV-SG) et la durée de remboursement est de 5 ans.

Pour calculer l'annuité, on utilise la formule suivante :

$$a = \frac{V_o}{n} + V_o \times i$$

a = annuité

c = montant de l'emprunt 96.025.000F

i = 18% : taux d'intérêt

n = durée de remboursement

**Tableau N°23 : Remboursement des dettes**

Années	Capital en débit de la période (1)	Intérêt Co x t% (2)	Amortissement Vo/n (3)	Annuité A + Vo x i (2 + 3 = 4)	Capital à la fin de la période (1-3= 5)
1	96.025.000	17.284.500	19.205.000	36.489.500	76.820.000
2	76.820.000	13.827.600	19.205.000	33.032.600	57.615.000
3	57.615.000	10.370.700	19.205.000	29.575.700	38.410.000
4	38.410.000	6.913.800	19.205.000	26.118.800	19.205.000
5	19.205.000	3.456.900	19.205.000	22.661.900	0
<b>TOTAL</b>		<b>51.853.500</b>	<b>96.025.000</b>	<b>147.878.500</b>	-

Ce tableau nous présente les montants à rembourser du projet au cours des cinq années d'exploitation. Et nous constatons que le total des amortissements s'élève à 96.025.000 Fmg et les charges financières s'élèvent aussi à 51.853.500 Fmg. Donc cela veut dire que le total à rembourser est de 147.878.500 Fmg.

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

Les comptes de gestion sont les comptes dans la classe 6 et la classe 7 regroupant les charges et les produits. Ce sont les comptes dans un compte de résultat d'une entreprise. Pour cela, les charges sont constituées par des opérations commerciales dont le but est de faire diminuer la perte de la société et de faire aussi apparaître les différents charges dans la classe 6 (exemple les charges d'exploitations, charges financières, charges exceptionnelles,...) .Par contre, les produits sont constitués par des opérations commerciales aussi mais le but est de faire augmenter le résultat de la société (Bénéfice). Alors, les principaux objectifs de notre projet sont d'accroître le crédit de compte de gestion et de diminuer le débit de ce compte. Et, entre la colonne des produits et la colonne des charges dégage le résultat net après impôts sur les bénéfices de l'entreprise.



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

### **Section 1 : Compte de résultat prévisionnel :**

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

La trésorerie se définit comme l'ensemble des actifs rapidement transformables en liquidité pour le règlement des dettes à court terme. Le concept de trésorerie correspond à la nécessité d'éviter les cessations de paiement pouvant conduire à la liquidation des besoins ou au règlement judiciaire.

Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous le plan de trésorerie mensuelle prévisionnelle de notre projet pour connaître le solde cumulé à la fin d'une période c'est-à-dire le solde de la trésorerie au 31 décembre de l'année 1.

<b>Rubriques</b>	<b>Total</b>	<b>J</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>
Vente	101.388	8.449	8.449	8.449	8.449	8.449	8.449	8.449	8.449	8.449	8.449	8.449	8.449
Apport capital	43.500	43.500											
Emprunt LMT	96.025	96.025											
<b>T. encaissement</b>	<b>241.050</b>	<b>147.974</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>	<b>8.449</b>
Achat M.P	7.704	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642
P. outillage	600	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Electricité	2.640	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
F. de bureau	840	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
E. matériel	2.400	400		400		400		400		400		400	
Publicité	400	100	100	100	100								
Téléphone	1.080	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Impôts et taxes	926												926
Rémunérations du personnel	26.061,6	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8	2.171,8
Charges patronales	1.914			478,5			478,5			478,5			478,5
Investissements	134.525	134.525											
Charges fi	17.284,5												17.284,5
Remboursement	36.489,5												36.489,5
Charges excep.°													
Impôts	4.168,8												3.185,2
<b>T. décaissement</b>	<b>237.033,6</b>	<b>138.268,81</b>	<b>3.343,81</b>	<b>4.222,81</b>	<b>3.243,81</b>	<b>3.643,81</b>	<b>3.721,81</b>	<b>3.643,81</b>	<b>3.243,81</b>	<b>4.121,81</b>	<b>3.243,81</b>	<b>4.032,81</b>	<b>62.165,61</b>
Solde du mois	4.016,4	9.705,19	5.105,19	4.226,19	5.205,19	4.805,19	4.727,19	4.805,19	5.205,19	4.327,19	5.205,19	4.416,19	(53.716,69)
Solde cumulé		9.705,19	14.810,38	19.036,57	24.241,76	29.046,95	33.774,14	38.579,33	43.784,52	48.111,71	53.316,9	57.733,09	4.016,4

### 1.2-Ratios :

Nous allons présenter dans un tableau ci-après les différents ratios calculés du projet.

RUBRIQUES	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Autonomie financière	0,45	0,60	0,75	0,88	1,00
Endettement à LMT	0,55	0,40	0,25	0,11	
Financement des immobilisations	1,18	1,40	1,79	2,40	3,25

$$\text{Autonomie financière} = \frac{\text{Capitaux propres}}{\text{Capitaux permanents}}$$

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

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

D'après ces résultats ci-dessus, pour l'année 2 jusqu'à l'année 5, les ratios sont supérieurs à 0,50. Cela veut dire que l'entreprise est indépendamment financièrement de ce créancier et dispose de possibilité complémentaire de fonctionnement par emprunt. Et nous avons remarqué aussi que le projet n'a pas des dettes à partir de l'année 5. Alors, on peut dire que ce projet est viable pendant long temps.

### 1.3-Rentabilité :

<b>RUBRIQUES</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Rentabilité commerciale	19,48%	20,87%	22,76%	24,46%	32,25%
Rendement des capitaux investis	14,10%	16,40%	19,10%	20,35%	24,65%
Taux de rendement propre	25,35%	27,30%	29,26%	29,47%	42,91%
Rendement de l'activité	42,79%	41,18%	41,39%	42,04%	45,48%

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

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

$$\text{Taux de rendement propres} = \frac{\text{M.B.A}}{\text{Capitaux permanents}}$$

$$\text{Rendement de l'activité} = \frac{\text{M.B.A}}{\text{Valeur ajoutée}}$$

D'après ce résultat, la rentabilité commerciale est suffisante car les résultats sont toujours supérieurs à 10% au cours les cinq années d'exploitation. De même pour l'utilisation des capitaux investis car les résultats obtenus sont toujours supérieurs à 10% aussi. Cela veut dire que l'utilisation des capitaux investis est rentable.

## **Section 2 : Plan de trésorerie :**

Le plan de trésorerie s'étend sur 12 mois, il est réétudié pour les 12 mois suivants :

Ce plan regroupe :

- les entrées et les sorties dues aux opérations de bilan (investissements, emprunts) et prenant en compte la partie annuelle du plan d'investissement et financement à moyen terme.

#### **Tableau N°24 : Plan de trésorerie**

(En millier de francs malgache)

<b>RUBRIQUES</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Solde début		4.016,4	10.459,8	26.248,3	50.382,8
Vente	101.388	113.604	130.080	141.840	153.455
Apport	43.500				
Emprunt à LMT	96.025				
<b>T. encaissement</b>	<b>241.050</b>	<b>117.620,4</b>	<b>140.539,8</b>	<b>168.088,3</b>	<b>203.837,8</b>
Achat des M.P	7.704	7.704	9.672	11.700	13.896
P. outillage	600	600	600	600	600
Electricité	2.640	2.640	2.680	2.720	2.740
F. de bureau	840	840	840	840	840
E. matériel	2.400	2.500	2.600	2.700	2.800
Publicité	400	450	480		
Téléphone	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
Impôts et taxes	926	926	926	926	926
Rémunérations du personnel	26.061,6	26.814,4	28.380	29.300	30.900
Charges patronales	1.914	1.950	2.540	2.680	3.012
Investissements	134.525				
Charges fi	17.284,5	13.827,6	10.370,7	6.913,8	3.456,9
Remboursement	36.489,5	33.032,6	29.575,7	26.118,8	22.661,9
Charges excep. °		11.247	15.664,89	21.717,07	19.910,9
Impôts	3.185,2	3.548,6	8.882,61	10.409,43	14.850
<b>T. décaissement</b>	<b>236.050</b>	<b>107.160,6</b>	<b>114.291,5</b>	<b>117.705,5</b>	<b>117.673,9</b>
<b>Solde fin</b>	<b>4.016,4</b>	<b>10.459,8</b>	<b>26.248,3</b>	<b>50.382,8</b>	<b>86.163,9</b>

Ce tableau nous montre les encaissements et les décaissements du projet. Et nous avons remarqué que la tenue de la trésorerie est toujours positive. Cela veut dire que le projet peut payer les dettes envers les fournisseurs.

### **Section 3 : Le tableau de grandeurs caractéristiques de gestion**

(En millier francs malgache)

<b>RUBRIQUES</b>	<b>ANNEE 1</b>	<b>ANNEE 2</b>	<b>ANNEE 3</b>	<b>ANNEE 4</b>	<b>ANNEE 5</b>
Production vendue	101.388	113.604	130.080	141.840	153.455
Achats utilisés	7.704	7.704	9.672	11.700	13.896
Achats non stockés	5.673,8	10.060,4	10.819,6	10.620,1	11.072,2
Charges externes	5.047				
Valeur ajoutée	82.963,2	95.839,6	109.588,4	119.519,9	128.486,8
Impôts et taxes	926	926	926	926	926
Charges des pers	26.061,6	26.814,4	28.380	29.300	30.900
Résultat brut E	55.975,6	68.099,2	80.282,4	89.293,9	96.660,8
Dotations. A.A	15.755,5	15.755,5	15.755,5	15.555,5	8.943
Charges .F	17.284,5	13.827,6	10.370,7	6.913,8	3.456,9
Charges. E		11.247	15.664,89	21.717,07	19.910,9
Résultat avant I	22.935,6	27.269,1	38.491,31	45.107,53	64.350
Impôts	3.185,2	3.548,6	8.882,61	10.409,43	14.850
Bénéfice (ou perte)	19.750,4	23.720,5	29.608,7	34.698,1	49.500
Dotations . A .A	15.755,5	15.755,5	15.755,5	15.555,5	8.943
Cash Flow	35.505,9	39.476	45.363,6	50.253,6	58.443

D'après ce tableau, la capacité d'autofinancement ne cesse d'augmenter au cours les cinq années d'activités du projet. Nous constatons aussi que l'augmentation du chiffre d'affaires permet à stimuler la valeur ajoutée et cette valeur ajoutée est due à l'excédent de la production de l'exercice et de la consommation intermédiaire (achats utilisés, achats non stockés, charges externes). Nous avons remarqué que la valeur ajoutée ne cesse d'augmenter pendant cinq années d'exploitation du projet procurant à une augmentation des produits intérieurs bruts.

#### **Section 4 : Le bilan prévisionnel:( en millier de francs malgache)**

RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
<b>ACTIF</b>					
<u><b>Immobilisation incorporelle:</b></u>					
Frais d'établissement	600	600	600		
Amortissement	200	400	600		
<b>VALEUR NETTE</b>	<b>400</b>	<b>200</b>	<b>0</b>		
<u><b>Immobilisation corporelles</b></u>					
Terrains	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Constructions	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000
M. outillages	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500
M. transport	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400
A. installations	5.520	5.520	5.520	5.520	5.520
Amortissements	8.732	17.464	26.196	34.928	43.660
<b>VALEUR NETTE</b>	<b>96.688</b>	<b>87.956</b>	<b>79.224</b>	<b>70.492</b>	<b>61.760</b>
<u><b>Autres immo . corporelle</b></u>					
M .M . de bureau	2.055	2.055	2.055	2.055	2.055
Amortissements	411	822	1.233	1.644	2.055
M. informatique	26.450	26.450	26.450	26.450	
Amortissements	6.612,5	13.225	19.837,5	26.450	
<b>VALEUR NETTE</b>	<b>21.481,5</b>	<b>14.458</b>	<b>7.434,5</b>	<b>411</b>	<b>0</b>
<u><b>Créances:</b></u>					
Clients	17.484,5	31.512,1	42.082,8	49.196,9	52.853,8
<b>Disponibilités</b>	<b>4.016,4</b>	<b>10.459,8</b>	<b>26.248,3</b>	<b>50.382,8</b>	<b>86.163,9</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>140.070,4</b>	<b>144.585,9</b>	<b>154.989,6</b>	<b>170.482,7</b>	<b>200.777,7</b>
<b>PASSIF</b>					
<u><b>Capitaux propres</b></u>					
Capital	43.500	43.500	43.500	43.500	43.500
Report à nouveau		19.750,4	43.470,9	73.079,6	107.777,7
Résultat de l'exercice	19.750,4	23.720,5	29.608,7	34.698,1	49.500
<u><b>Dettes:</b></u>					
Emprunts LMT	76.820	57.615	38.410	19.205	
Fournisseurs					
Autres					
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>140.070,4</b>	<b>144.585,9</b>	<b>154.989,6</b>	<b>170.482,7</b>	<b>200.777,7</b>

### CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET :

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

La création de ce projet dans la région d'Antsohihy entraîne une évolution notamment sur le plan de télécommunication et un recrutement au sein de l'établissement. Ce recrutement peut diminuer le taux de chômage dans cette région, de même de notre pays en général. En plus, l'augmentation de chiffre d'affaires au cours de cinq années d'activités permet de stimuler la valeur ajoutée de notre projet. Cette valeur ajoutée est due à l'excédent de la production de l'exercice et la consommation intermédiaire. Cette dernière est la somme des achats et des charges externes de l'entreprise. Nous avons remarqué que la valeur ajoutée est de 82.963.200 F pour l'année 1 et atteint de 128.486.800 F à la cinquième année. Cela procure une augmentation des produits intérieurs bruts (P.I.B) de la région. Donc, l'évolution de la production vendue et le chiffre d'affaires déclenche l'augmentation du taux de croissance économique de la région, et aussi de notre pays à l'aide de taxes et impôts à payer envers l'état.

## **Section 2 : Evaluation financière :**

### **2.1- La valeur actualisée nette :**

Nous allons calculer la valeur actualisée nette par la formule suivante :

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

Avec : MBA : marge brute d'autofinancement

I = taux d'intérêt à 18% = 0,18

n = durée de récupération des capitaux investis

Co = montant d'investissement 96.025.000F



- **Calcul de la VAN :**

<b>Années</b>	<b>MBA</b>	<b><math>(1,18)^{-n}</math></b>	<b><math>MBA (1,18)^{-n}</math></b>
1	35.505.900	0,847457627	30.089.745
2	39.476.000	0,718184429	28.351.048
3	45.363.600	0,608630872	27.609.687
4	50.253.600	0,515788875	25.920.247
5	58.443.000	0,437109216	25.545.973
<b>TOTAL</b>	<b>229.042.100</b>		<b>137.516.700</b>

Donc,  $VAN = 137.516.700 - 96.025.000$

$$VAN = 41.491.700 > 0$$

$VAN = 41.491.700$
--------------------

D'après ce résultat, la valeur actuelle nette est largement positive, cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive. Donc, le projet génère un bénéfice certain. Alors, ce résultat permet de dire que le projet est viable à long temps et rentable.

## **2.2-Le taux de rentabilité interne :**

C'est le taux d'actualisation qui annule le bénéfice net du projet. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous le calcul de ce taux.

<b>Années</b>	<b>MBA</b>	<b>18%</b>	<b>100%</b>
1	35.505.900	30.089.745	17.752.950
2	39.476.000	28.351.048	9.869.000
3	45.363.600	27.609.687	5.670.450
4	50.253.600	25.920.247	3.140.850
5	58.443.000	25.545.973	1.826.344
<b>TOTAL</b>	<b>229.042.100</b>	<b>137.516.700</b>	<b>38.259.594</b>

Donc, pour calculer le taux de rentabilité interne, nous effectuons une interpolation linéaire, alors nous avons la relation suivante :

$$18\% < TRI < 100\%$$

$$137.516.700 > 96.025.000 > 38.259.594$$

$$TRI = \frac{96.025.000 - 38.259.594}{137.516.700 - 38.259.594} \times (100-18) \%$$

$$TRI = 0,58 \times 82 \%$$

$$TRI = 47,56 \%$$

D'après ce résultat, le taux de rentabilité interne est supérieur à 18 %. Donc, l'entreprise dispose d'une marge de 29,56 % pour l'entrepreneur. Alors, cette marge de sécurité permet à l'entreprise de s'endetter d'avantage.

### **2.3-L'indice de profitabilité :**

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

$$I.P = \frac{137.516.700}{96.025.000}$$

$$I.P = 1,43$$

Nous constatons que l'indice de profitabilité est supérieur à 1. Donc, la rentabilité est supérieure au taux de capitalisation. Cela veut dire que 1 F de capital investi rapporte 0,43 F environ.

#### **2.4-Le délai de récupération des capitaux investis :**

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

<b>Rubriques</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
MBA	35.505.900	39.476.000	45.363.600	50.253.600	58.443.000
MBA CUMULE	35.505.900	74.981.900	120.345.500	170.599.100	229.042.100
INVESTISSEMENT		96.025.000			

D'après ce tableau, les capitaux investis seront récupérés entre la deuxième et la troisième année.

Soit n cette date, nous avons :

$$74.981.900 < 96.025.000 < 120.345.500$$

$$2 < n < 3$$

$$= \frac{120.345.500 - 96.025.000}{120.345.500 - 74.981.900}$$

$$= 0,54$$

$$n = 0,54 \times 12 \text{ mois} = 6,48 \text{ mois}$$

$$\text{Et } 0,48 \times 30 = 14,4 \text{ jours} = 14 \text{ jours}$$

DRCI est le 14 juillet année
------------------------------

2
---

Dans notre cas, les capitaux investis sont récupérés durant la deuxième année d'exploitation ou plus exactement 6 mois, 14 jours. Donc, les capitaux investis seront récupérés au cours de l'année 2, c'est-à-dire le 14 juillet de l'année 2.

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

Durant l'évaluation financière, ce projet est rentable. Donc, la situation financière de ce projet est viable à long temps avec rentabilité. Alors, ce projet pourra contribuer à une création d'emploi dans la région et le responsable du projet pourra aussi améliorer les conditions de travail ou augmenter les masses salariales de ses employés qui auront un impact favorable sur l'ensemble de personnel. D'où le pouvoir d'achat de travailleur augmente en fonction de la rentabilité du projet.

# CONCLUSION GENERALE

La recherche que nous avons effectuée dans la région de Sofia et plus précisément dans la région d'Antsohihy nous a permis de dégager un certain problème notamment sur le plan de la télécommunication. Pour cela, cette région face des problèmes à cause de l'insuffisance des infrastructures sur la technologie moderne. C'est pour cette raison que nous avons pensé de créer ce projet en vue de donner la satisfaction pour la population dans la région d'Antsohihy et aussi en vue de désenclaver cette région à l'aide de la mise en place de réseau Internet ou bien de site WEB. Donc, nous avons besoins d'investissement pour réaliser ce projet qui procèdent aussi tout calcul économique de la région en générale. C'est la nécessité d'investir qui impose les calculs qui serviront de base aux choix définitifs. Cette nécessité dépend de l'évolution de la demande dans la région toute entière c'est-à-dire qu'elle provient de la constatation de la capacité de la télécommunication qui ne suffit plus à alimenter la demande actuelle dans la région.

Malgré de difficulté telle que l'éloignement de l'établissement par rapport à la ville de Mahajanga, nous cherchons le maximum de besoins réels de la population dans la région d'Antsohihy pour avoir le part de marché environ de 85% au minimum. C'est-à-dire que les cibles sont de la population dans les sous préfectures d'Antsohihy, Bealanana, Befandriana-nord, Analalava,..... Ce dernier est la sous préfecture le plus enclaver dans la région de Sofia. Donc, c'est les clients potentiels de notre projet dans cette région.

Pour cela, nous proposerons le minimum de tarif pour notre service en vue d'avoir plus des clients, c'est-à-dire qu'à la porté de tout le monde quelque soit le niveau de vie. Alors, pour avoir le maximum nombre des clients dans les différentes régions de Sofia, nous avons obligé d'améliorer la qualité de service pour attirer les gens ou les opérateurs.

Enfin, pour mettre l'établissement en bonne marche, il est nécessaire de chercher des investisseurs pour financer de notre entreprise non seulement sur le plan de la télécommunication mais aussi pour avoir des équipements nécessaires comme ordinateur en vue de maîtriser la technologie moderne à l'extérieur.

## **ANNEXES**

**ANNEXE 1: FICHE TECHNIQUE**

**ANNEXE 2: FICHE DES STOCKS**

**ANNEXE 3 : CARTE DE LOCALISATION**

**ANNEXE 1:**

**SERVICE  
MAVITRIKA  
ANTSOHIHY**

**FICHE TECHNIQUE N°**

***Date :***

Denrées	Unité	Quantité	Prix unitaire	Montant
TOTAL				

Recette pour \_\_\_\_\_ jour  
Prix de vente par unité \_\_\_\_\_ Fmg  
Prix de vente total \_\_\_\_\_ Fmg/jour

***Le Responsable***



## ANNEXE 2

**SERVICE  
MAVITRIKA  
ANTSOHIHY**

### *Fiche de stock*

Désignation

Date :

Unité :

<b>Dates</b>	<b>Entrées</b>		<b>Sorties</b>		<b>Stock</b>
	<b>N° des bons de livraison</b>	<b>Quantité</b>	<b>N° de bon de sortie</b>	<b>Quantité</b>	
<b>Total</b>					

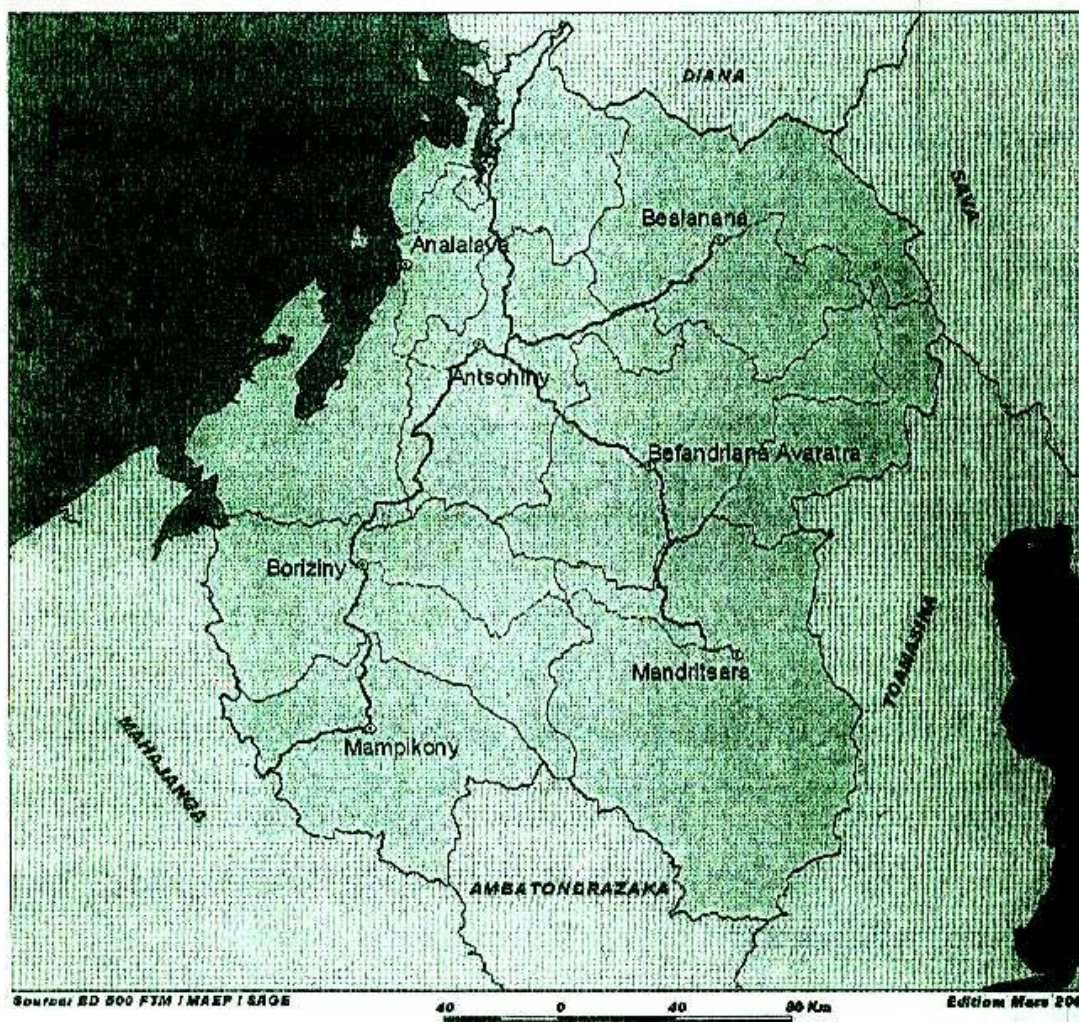
*Le responsable de magasin*

## ANNEXE 3 : CARTE DE LOCALISATION



CARTE DE LOCALISATION DE LA REGION DE SOFIA  
DIRECTION GENERALE DE DEVELOPPEMENT RURAL DE SOI

Code postal	Nom SSP
406	Analalava
408	Bealanana
407	Antsohihy
409	Befandriana avaratra
419	Port-Bergé
415	Mandritsara
414	Mampikony



### LEGENDE :

⊙ Chef lieu de sous préfecture

- - - Route nationale

Route d'intérêt provincial



Délimitation des sous

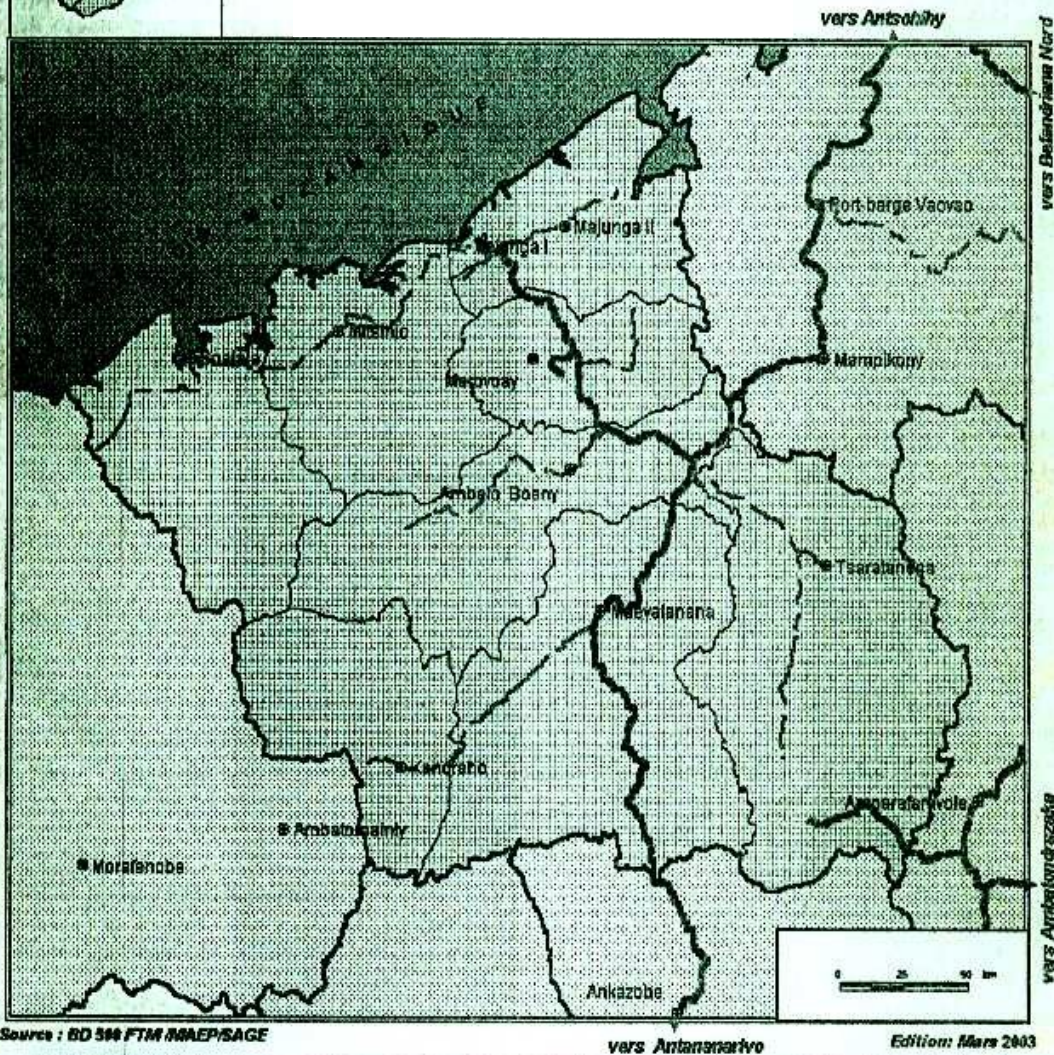
Région limitrophe



**CARTE DE LOCALISATION DE LA REGION DE MAHAJANGA**  
DIRECTION INTER-REGIONALE DE DEVELOPPEMENT RURAL DE MAHAJANGA

### SOUS-PREFECTURES COMPOSANTES

Code postal	Nom SSP
401	Mahajanga I
402	Mahajanga II
403	Ambato-Boeni
411	Kandreho
412	Maevatanana
416	Marovoay
417	Mitsinjo
420	Soalala
421	Tsaratana










Source : BD 504 FTM /NAEP/SAGE

**vers Antanjanatvo**

**Edition: Mars 2003**

**LEGENDE :**

- |   |                              |   |                         |
|---|------------------------------|---|-------------------------|
|  | Chef lieu de sous préfecture |  | Limite sous préfectures |
|  | Chemin d'intérêt provincial  |  | Limite de la Région     |
|  | Route d'intérêt provincial   |  | Région limitrophe       |
|  | Route nationale              |   |                         |

## **BIBLIOGRAPHIES**

- Stratégie du développement de l'entreprise, par Igor, ANSOFF  
Edition Homes et Techniques, 1988, 260pages
- Economie générale, par BUFORT et GOUALT  
Edition Foucher, 1999, 190pages
- Techniques financières et développement, par Carlos QUEMAN, ESF, N° 28/29  
Septembre – décembre 1992, 320 pages
- Gestion de projet, Edition Foucher  
Année 1997, 220 pages
- DID, Gestion du crédit dans les coopératives d'épargnes et de crédit, par HENRY A 2°  
Edition, Novembre 1997, 150pages. QUEBEC
- Economie et Organisation des Entreprises, par MAURY et MULL  
Edition FOUCHER, 1971
- Martin Fowler , Kendall Scott , « UML Distilled Second Edition A Brief Guide to the  
Standard Object Modeling Language”  
Edition Addison Wesley , Second Edition August 18 , 1999 , 220 pages
- Notion fondamentale de la gestion d'entreprise  
Edition Foucher, 1998, 150 pages
- Traitement des Informations, par R.Reix  
Edition FOUCHER, Paris 1982
- « Les dix commandements du management », par Christian Alphonse  
RAZAFIMANDIMBY  
Edition CECOM  
01 octobre 1992, 180 pages

# TABLE DES MATIERES

## REMERCIEMENTS

## SOMMAIRE

## LISTE DES ABREVIATIONS

## LISTE DES TABLEAUX

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>PREMIERE PARTIE: IDENTIFICATION DU PROJET.....</b>	<b>4</b>
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET :	5
Section 1 : Historique du projet :	5
1.1-Généralité sur la situation géographique :	5
1.2- Problème politique socio-économique :	6
1.3- Les principales activités :	7
1.4- Forces et faiblesses :	8
Section 2 : Caractéristique du projet :	8
2.1- Nature du projet :	8
2.2- But et objectif du projet :	9
2.3- Intérêts du projet :	9
CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHÉ VISE :	11
Section 1 : La description du marché.....	11
1.1-Domaine d'étude du projet :	11
1.2- Part de marché visé :	12
Section 2 : Analyse de l'offre :	12
2.1- La situation de l'offre locale :	13
2.2- Les concurrents :	13
2.2.1- Le concurrent dans la région d'Antsohihy :	13
2.2.2- Les concurrents en dehors de cette région :	14
2.3- Forces et faiblesses des concurrents :	14
Section 3 : Analyse de la demande :	15
3.1- Situation globale de la demande dans la région :	15
3.2- Les besoins de clients :	16
Section 4 : Politique et stratégie marketing envisagée :	16
4.1- La politique marketing à adopter :	16
4.1.1- La politique de prix :	17
4.1.2- La politique de produit :	17
4.1.3- La politique de distribution :	17
4.1.4- La politique de promotion et de communication :	18
4.2- La stratégie marketing à suivre :	19
4.2.1- La stratégie push :	19
4.2.2-La Stratégie pull :	20
CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS ET CRITERES D'EVALUATION DU PROJET , SUR LES STRUCTURES FINANCIERES.....	21
Section 1 : Les outils d'évaluation du projet :	21
1.1-La valeur actuelle nette :	21
1.1.1-Définition :	21
1.1.2-Formule.....	21
1.1.3-Interprétation :	21
1.2- Le taux de rentabilité interne :	22

1.2.1- Définition :	22
1.2.2- Formule :	22
1.2.3- Interprétation:	22
1.3- Indice de profitabilité :	22
1.3.1- Définition :	22
1.3.2. Formule	23
1.3.3- Interprétation :	23
1.4- Le délai de récupération des capitaux investis :	23
1.4.1- Définition :	23
1.4.2- Formule :	23
1.4.3- Interprétation :	23
Section 2 : Les critères d'évaluations du projet :	24
2.1 – La pertinence du projet :	24
2.2- L'efficacité du projet :	24
2.3- L'efficience du projet :	24
2.4- La durée de vie de projet :	24
2.5- Impact du projet :	25
Section 3 : Les structures financières :	25
3.1- Les Ratios financiers :	25
3.1.1 Définition :	25
3.1.2- Formules et interprétations :	25
3.2- La rentabilité :	27
<b>DEUXIEME PARTIE: CONDUITE DU PROJET.....</b>	<b>29</b>
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION :	30
Section 1 : Les ressources à mettre en place :	30
1.2- Ressources humaines :	30
1.2-Ressources matérielles :	32
Section 2 : Caractéristique de l'approvisionnement :	33
2.1- La méthode d'achat à adopter :	33
2.2- Le critère d'évaluation de stock à choisir :	34
CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE :	35
Section 1 : Les différents facteurs de production :	35
1.3- Les différents facteurs à mettre en place :	35
1.4- La production envisagée :	36
Section 2 : Les dépenses en matières premières :	37
2.1- Les dépenses sur chaque unité de production :	37
2.2- Prévision d'achat :	38
2.2.1- Achat prévisionnel sur l'année 1 :	38
2.2.2- Achat prévisionnel sur 5 ans:	39
Section 3 : Prévision des ventes :	41
3.1- Quantité produite prévisionnelle envisagée :	41
3.1.1- Prévision des ventes sur l'année 1	41
3.1.2-Prévision des ventes sur 5 ans :	41
3.2- Chiffre d'affaires prévisionnel :	44
3.2.1- Chiffre d'affaires prévisionnel pour l'année 1 :	44
3.2.2- Chiffre d'affaires sur 5 ans :	44
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE.....	47
Section 1 : Organigramme envisagé :	47
1.1-Fonction :	47
1.2-Organigramme choisi :	48

Section 2 : Description des principales tâches :	48
2.1- Direction :	48
2.2- L'Informaticien :	49
2.3- Les opérateurs de saisie et le gardien :	49
<b>TROISIEME PARTIE: ETUDE FINANCIERE DU PROJET.....</b>	<b>50</b>
CHAPITRE I : LE COUT DES INVESTISSEMENTS :	51
Section 1 : Le coût des investissements et comptes de gestion :	51
1.1-Immobilisation :	51
1.1.1-Infrastructure :	51
1.1.2- Matériel de bureau et outillage :	52
1.1.3. Matériels de transport :	53
1.1.4-Agencement et installation :	53
1.1.5- Récapitulation des immobilisations et investissement :	54
1.2- Les charges :	54
1.2.1- Salaire du personnel :	54
1.2.2- Les autres charges :	56
Section 2 : Tableau d'amortissement :	57
Section 3 : Plan de financement :	58
Section 4 : Tableau de remboursement des dettes :	59
Section 5 : Les comptes de gestion :	60
CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE....	61
Section 1 : Compte de résultat prévisionnel :	61
1.1-Compte de trésorerie mensuelle prévisionnel :	61
1.2-Ratios :	63
1.3-Rentabilité :	64
Section 2 : Plan de trésorerie :	65
Section 3 : Le tableau de grandeurs caractéristiques de gestion.....	66
Section 4 : Le bilan prévisionnel:	67
CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET :	68
Section 1 : Evaluation économique :	68
Section 2 : Evaluation financière :	68
2.1- La valeur actualisée nette :	68
2.2-Le taux de rentabilité interne :	69
2.3-L'indice de profitabilité :	70
2.4-Le délai de récupération des capitaux investis :	71
Section 3 : Evaluation sociale :	72
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>	<b>73</b>
<b>ANNEXES</b>	
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	