

SOMMAIRE

Introduction

Première partie PRESENTATION GENERALE DE LA SITUATION

- Chapitre 1. Présentation de la CNaPS
 - Section 1. Historique de la CNaPS :
 - Section 2 : Organisation de la CNaPS
 - Section 3 : Le Mix Marketing adopté par l'entreprise
- Chapitre 2. Cadre de l'étude
 - Section 1. Désœuvrement des retraités de la CNaPS
 - Section 2. Enquête auprès des retraités
- Chapitre 3. Les théories générales en Marketing
 - Section 1 : Concept et définition du marketing ⁽¹⁾
 - Section 2. Notions sur l'étude de marché

Deuxième partie. ANALYSE DE LA SITUATION

- Chapitre 1. Diagnostics
 - Section 1. Les forces
 - Section 2 : Les faiblesses
 - Section 3 : Les opportunités
 - Section 4. Les menaces
- Chapitre 2. Les problèmes
 - Section 1. Problèmes organisationnels
 - Section 2 : Problèmes sur le Mix

Troisième partie : SOLUTIONS PROPOSEES

- Chapitre 1. Mise en place d'un centre de loisir
 - Section 1. Identification du centre
 - Section 2 : Etude de marché sur le centre
- Chapitre 2. Organisation interne du centre
 - Section 1. Organisation des ressources humaines
 - Section 2. Organisation du travail
- Chapitre 3. Stratégie marketing adoptée dans le centre
 - Section1. Politique Marketing
 - Section 2. Les ressources
 - Section 3 : Evaluation du centre et résultat attendu

Conclusion

Liste des tableaux et figures

Tableau 1. Financement des régimes gérés par la CNaPS

Tableau 2 : répartition des retraités

Tableau 3 : répartition des activités

Tableau 4 : qualification du personnel

Tableau 5 : détail des matériels suivant les activités

Tableau 6 : les matériels et mobilier de bureau

Fig 1 : Organigramme de la CNaPS suivant la ligne hiérarchique:

Fig 2 : courbe de vie d'un produit

Fig 3 : organigramme envisagé

Fig 4 : mode de distribution

Liste des abréviations et acronymes

CNaPS : Caisse Nationale de Prévoyance Sociale

CCPF : Caisse territoriale de Compensation des Prestations Familiales

CNAFAT : Caisse Nationale des Allocations Familiales et des Accidents du Travail

CA : Conseil d'Administration

AC : L'Agence Comptable

DCG : Direction de Contrôle et Gestion

DOI : Direction Organisation et Informatique

SIG : Service d'Identification Générale

DT : Direction Technique

CPS : Code de Prévoyance Sociale

SASS : Service Actions Sanitaire et Sociale

AT-MP : Accident du Travail et Maladie Professionnel

SME : Salaire Minimum d'Embauche

FMRA : Fikambanana'ny Mpisotro Ronono eto Antananarivo

Fig : Figure

SWOT : Strength, Weakness, Opportunities, Threats

MOFF : Menace, Opportunité, Force, Faiblesse

EPIC : Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial

OSIE : Organisation Sanitaire Inter-Entreprise

RCM : Responsable commercial et marketing

Bac : Baccalauréat

DMD : Dans les Médias de Demain

Introduction

La création d'entreprise constitue un véritable enjeu dans le développement économique et social d'un pays. L'entreprise exerce deux fonctions fondamentales, le premier est la production de biens et services (utiles) pour la satisfaction des besoins des hommes. La seconde consiste à créer de la richesse contribuant ainsi à l'élévation du niveau de vie de la population d'un pays. Pour la satisfaction des besoins primaires des hommes, comme la nourriture et l'habillement, beaucoup d'entreprises sont déjà présentes sur le marché. Quant aux autres besoins, rares sont les entreprises s'occupant de ces types de besoins, surtout dans un pays en développement comme Madagascar. Un de ces besoins est le loisir.

Les Malagasy ont toujours associé Loisir et éducation, que ce soit intellectuel ou sportif, pour se divertir et pour transmettre la culture. On pouvait distinguer les loisirs culturels et intellectuels : fanorona, katro, musique traditionnelle et les loisirs sportifs : le dihy, le tolon'omby ou le moraingy.

Avec l'arrivée des occidentaux, les mœurs ont évolué avec l'introduction notamment d'autres types de loisirs comme : le cinéma, les spectacles, les fêtes foraines et autres...

Le loisir peut varier, il dépend de l'éducation, du milieu socioculturel, du revenu, des passions, de l'âge, du sexe, du temps disponible....bref autant de facteurs selon chaque individu. L'âge étant un des facteurs le plus important à considérer, mais de nos jours, en parlant de loisir, on se tourne plutôt vers les enfants ou les jeunes, et le troisième âge est parfois laissé en silence. Le passage à la retraite marque une rupture dans la vie professionnelle. Beaucoup de retraités craignent l'isolement et souhaitent garder un réseau relationnel. C'est récemment qu'on s'est intéressé à eux en leur proposant de participer à différentes activités, en fonction de leurs envies mais aussi de leur âge.

C'est pour cela qu'on a choisi le thème de notre étude : « Mise en place d'un centre de loisir pour les retraités de la Caisse Nationale de Prévoyance Social (CNaPS) »

Un stage effectué au sein du Service Actions Sanitaire et Sociale du département Technique de la CNaPS nous a permis de mieux comprendre le fonctionnement de la CNaPS et son engagement envers les retraités. Grâce à des enquêtes effectuées auprès des personnes âgées et les recherches qu'on a effectuées, on a pu avoir des idées susceptibles de répondre à leurs besoins.

La recherche de documents, l'internet, la lecture des livres, l'aide des encadreurs m'ont beaucoup aidé durant l'établissement de ce livre.

Pour cela, notre étude se présente en trois parties :

- La première partie parlera de la présentation générale de la situation, notamment la présentation de la CNaPS. D'abord, elle évoquera l'historique de la CNaPS. Ensuite son organisation avec l'explication des missions et responsabilité de chaque poste. La présentation du service Actions Sanitaire et Sociale sera mise en valeur ainsi que ses activités. Enfin, on parlera de quelques théories générales en Marketing qui incluent : le concept et définition du marketing, des notions sur l'étude de marché, le lancement d'un nouveau produit et la stratégie marketing.
- La deuxième partie sera consacrée à l'analyse de la situation et les problèmes rencontrés. L'étude est divisée en deux chapitres. Le premier sera concentré sur la méthode d'analyse SWOT qui est l'analyse des forces, faiblesse, opportunité et menace de l'entreprise. Dans le second chapitre, nous allons déterminer les problèmes qu'on a pu trouver au sein de la CNaPS et de son activité.
- La troisième partie sera alors basée sur les solutions proposées avec toutes les études pour aboutir la mise en place du centre de loisir, l'organisation interne du centre ainsi que les stratégies et politique marketing à adopter dans le centre.

**Première partie PRESENTATION GENERALE
DE LA SITUATION**

La Caisse Nationale de Prévoyance Sociale (CNaPS) est un établissement public à caractère industriel et commercial placé sous la tutelle conjointe du ministère de la Fonction Publique , du Travail et Lois sociales, et du ministère chargé des Finances et du Budget.

Cette première partie sera consacrée à la présentation générale de la situation, une étape importante dans la réalisation de notre étude. Elle consiste à tracer le chemin qu'il faut suivre pour atteindre notre objectif.

Nous allons donc développer quelques notions acquises lors du stage effectué au sein de la CNaPS et aussi pendant les cours.

Cette partie sera alors divisée en deux chapitres qui sont : La présentation générale de la situation et les théories générales en Marketing

Chapitre 1. Présentation de la CNaPS

Actuellement, on définit la Protection Sociale (ou sécurité sociale) comme étant l'ensemble des régimes qui assurent ou complètent une couverture sociale, ainsi que diverses prestations à caractères familiales ou sociales.

Ce premier chapitre a pour objet de présenter l'historique et le fonctionnement de la CNaPS ainsi que le Mix marketing adopté par cette entreprise.

Section 1. Historique de la CNaPS :

Comme toute entité, la CNaPS a son histoire depuis sa création jusqu'au moment où on parle. Evidemment, elle est passée par plusieurs étapes afin d'aboutir à ce que l'on peut voir aujourd'hui.

1.1. La C.C.P.F

Dénommée la Caisse territoriale de Compensation des Prestations Familiales ou CCPF créée le 1^{er} Avril 1956. Elle est seulement chargée de la gestion des prestations familiales des travailleurs régis par le code du travail.

En ce moment, c'est l'employeur qui détermine le montant des cotisations et les verse à la Caisse la différence entre les prestations et les cotisations, si le montant de ces derniers est plus élevé, il est remboursé par la Caisse la différence entre le montant des prestations dues si ces derniers sont moins élevés.

1.2. La C.N.A.F.A.T

Le 1^{er} Janvier 1963, avec la prise en charge des accidents de travail ajoutée au paiement des allocations familiales, elle est devenue la Caisse Nationale de Allocations Familiales et des Accidents du Travail ou CNAFAT. Devenu un établissement public à caractère industriel et commercial doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Notons qu'ultérieurement la gestion des accidents de travail et les maladies professionnelles étaient assurées par divers organismes privés.

1.3. La CNaPS

Ce n'est que le 1^{er} Janvier 1969 qu'elle est devenue la Caisse Nationale de Prévoyance Sociale s'occupant en plus des régimes de prestations familiales, accidents du travail et maladies professionnelles, l'organisme est chargé de la gestion du régime de la pension de retraite.

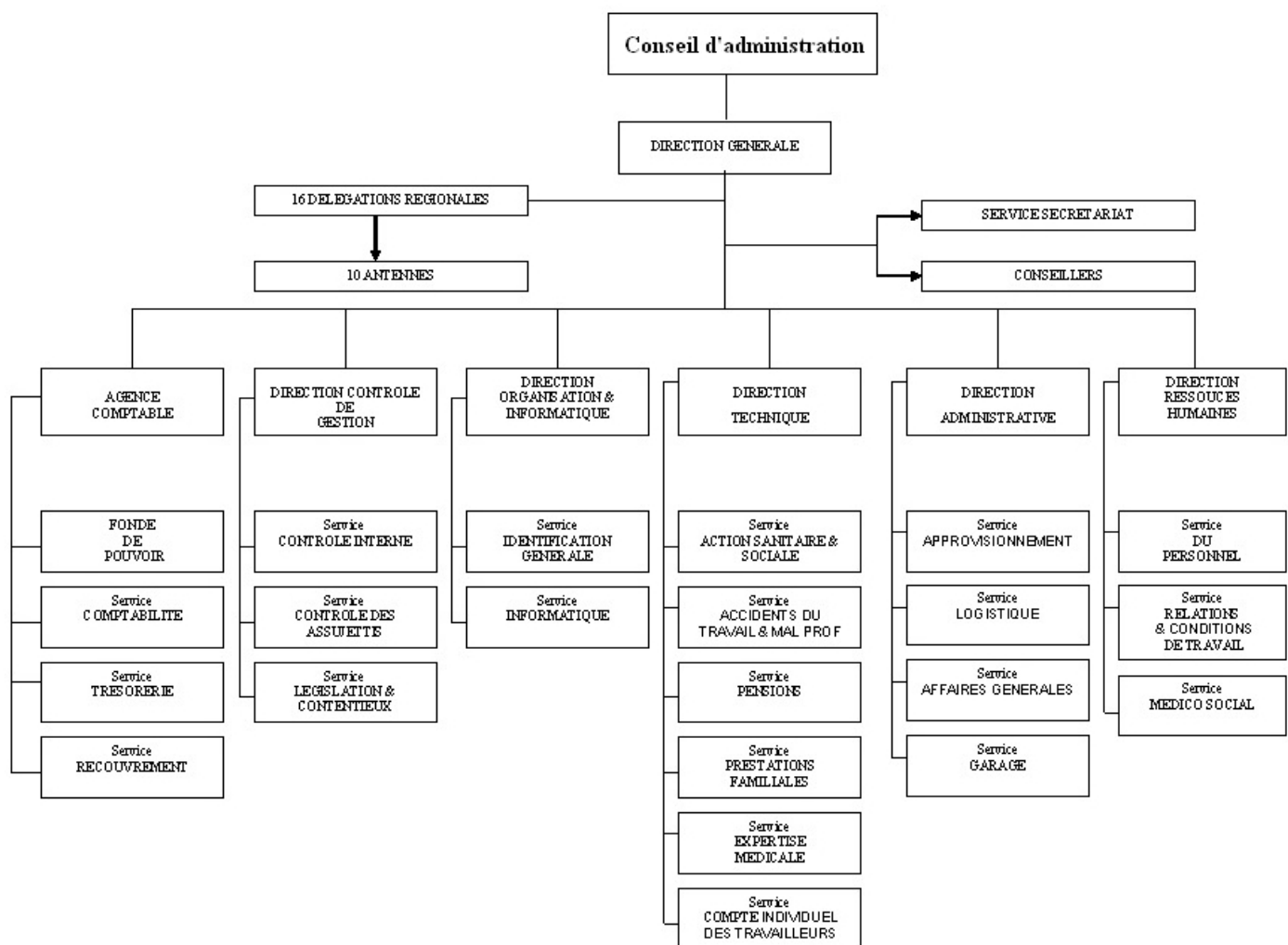
La CNaPS fait partie jusqu'à présent de l'Association Internationale de la Sécurité Sociale. Comme de nombreux pays, Madagascar est aussi confronté à de problèmes structurels et organisationnels. En ce qui concerne la CNaPS, elle n'a pas pu améliorer ses performances tant sur la qualité des prestations que sur leur nombre pendant environ 40 ans. En plus, jusqu'à maintenant aucune action ne prévoit la prise en charge des travailleurs indépendants.

Section 2 : Organisation de la CNaPS

La CNaPS adopte une structure décentralisée.

2.1. Structure organisationnel

Fig 1 : Organigramme de la CNaPS suivant la ligne hiérarchique:



Source : Service Actions Sanitaire et Sociale CNaPS

2.2. Mission et responsabilité de chaque poste existant dans la CNaPS

Le conseil d'Administration

La CNaPS est administré par un conseil d'administration (CA) composé de 20 membres dont :

- Deux (02) représentants du ministère de la fonction publique
- Deux (02) représentants du ministère des finances et du budget
- Huit (08) représentants des employeurs
- Huit (08) représentants des travailleurs

C'est le conseil d'administration qui nomme le directeur général et l'agent comptable.

La Direction Générale

La CNaPS est dirigée par la Direction Générale et en position d'état major le Service Secrétariat, les Conseillers et Coordonnateurs. Il assure la responsabilité du bon fonctionnement de la Caisse comme l'organisation des services administratifs de la Caisse, nomme aux différents emplois et la délégation de ses pouvoirs à ses représentants, ainsi que l'application des mesures destinées à provoquer sans délai la liquidation et la mise en recouvrement des créances de la Caisse ; il décide des poursuites nécessaires à la conservation des droits de la Caisse et à leur recouvrement.

A cet effet, les délégués des ministères de tutelle chargés de suivre respectivement les opérations techniques, financières et comptables de la Caisse sont informés régulièrement des décisions prises par le Directeur général en matière de suspension des poursuites contre les débiteurs défaillants.

Les différentes directions

- L'Agence Comptable (AC) :

Responsable des différentes tâches de gestion de toutes les ressources financières, du recouvrement des cotisations jusqu'au paiement des chèques, salaires, des prestations, et des indemnités. Chargée donc de la comptabilité générale et la surveillance des comptes individuels des cotisants. Le département de la cotisation se divise en trois services : Service du recouvrement : principalement chargé du recouvrement proprement dit des cotisations, Service de la trésorerie et Service de la comptabilité.

Par ailleurs, la responsabilité personnelle et pécuniaire de l'agent comptable s'étend à toutes les opérations du poste qu'il dirige depuis la date de son installation jusqu'à la cessation de ses fonctions.

- La Direction de Contrôle et Gestion (DCG) :

Assure le bon fonctionnement du travail interne de la caisse et le contrôle des assujettis à l'aide des contrôleurs assermentés. Elle est aussi chargée de déterminer les problèmes résultant de l'application du Code de Prévoyance Sociale (CPS) et de donner ainsi les solutions à ces problèmes rencontrés en cours des contrôles effectués au sein de la Caisse, représente aussi la caisse auprès du tribunal.

- La Direction Organisation et Informatique (DOI) :

Responsable de tous les traitements informatiques dans la caisse et gère l'identification des employeurs et travailleurs. Elle établit l'immatriculation des employeurs et la tarification des cotisations versées par l'employeur par le biais du Service d'Identification Générale (SIG) ; la Direction Informatique assure aussi le traitement des données informatiques ainsi que leur mise à jour.

- La Direction Technique (DT) :

Gère les trois prestations de la caisse (Prestation familiale, Accident du travail et maladie professionnelle, Pension de retraite) et à l'aide du service expertise médicale, le médecin conseil fixe le montant des remboursements des divers frais de traitement en cas de maladie ou accident de travail. Le département technique est divisé en 06 services :

- Service compte individuel des travailleurs
- Service Actions Sanitaire et Sociale
- Service pension
- Service prestation familiale
- Service accident de travail
- Service expertise médicale

- La Direction Administrative :

Composée par le service Approvisionnement, logistique et le service Affaires Générales. Elle exécute la politique de la direction générale, qui est la gestion en matière d'approvisionnement du parc automobile et la gestion du patrimoine. Le service approvisionnement assure l'établissement des bons de commandes et l'achat des biens et services et la gestion des stocks en magasin. Le service logistique s'occupe de la gestion des véhicules et du carburant et le service affaires générales est responsable des courriers, la sécurité et gardiennage, les matériels et mobilier de bureau.

- La Direction des Ressources Humaines :

Elle correspond à l'application des techniques spécifiques pour traiter les problèmes relevant de la vie quotidienne de l'entreprise telle l'embauche, l'administration, le développement, l'affectation, les promotions et la gestion du personnel. Elle a aussi pour mission de veiller à ce que soient appliquées les dispositions législatives et conventionnelles au sein de la caisse, veiller à l'amélioration des conditions de travail, la cadence et les horaires de travail, et les rémunérations avec les avantages annexes.

2.3. Fonctionnement

La mission de la Caisse Nationale de Prévoyance Sociale est de contribuer à la réalisation de la politique sociale de l'Etat en faveur des travailleurs du secteur privé et des agents non encadré par l'Etat.

La CNaPS gère trois régimes bien distincts qui a pour but de servir aux travailleurs et assimilés ainsi qu'à leur famille les prestations :

- Familiales
- D'accident de travail et de maladie professionnelle
- De pension de vieillesse

2.3.1. Nomination

La CNaPS est un établissement public à caractère industriel et commercial, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Ses activités, son organisation et son mode de fonctionnement sont déterminés par le code de prévoyance sociale.

La CNaPS est soumise à la tutelle conjointe des ministères chargés des lois sociales d'une part, des finances et budget d'autre part.

La gestion de la caisse est confiée au directeur général qui a tous les services sous son autorité et assume la responsabilité du fonctionnement.

2.3.2. Politique générale

- Amélioration de la qualité des services offerts et des prestations pour satisfaire les assujettis
- Optimisation de l'utilisation des ressources pour une bonne santé financière afin de préserver les droits des travailleurs.
- Modernisation des moyens, outils et méthodes de travail pour une bonne performance.

2.4. Le Service Actions Sanitaire et Sociale (SASS) :

Le Service Actions Sanitaire et Sociale représente un de ceux rattachés à la direction Technique de la CNaPS, ses principales activités définies dans le budget programmes sont :

- La vulgarisation du Code du Prévoyance Sociale.
- Redynamisation des actions d'assistance sociales.
- Redynamisation des activités d'hygiène et de sécurité.

2.4.1. La vulgarisation du CPS

Le CPS ou proprement dit le Code du Prévoyance Sociale, c'est l'ensemble des textes juridiques qui régit l'organisation et le fonctionnement de la Caisse National de Prévoyance Sociale (CNaPS).

Pour la vulgarisation du CPS, le service conçoit et organise des séminaires de formation en vue de sensibiliser les différentes cibles dans tout Madagascar. Pour se faire, la CNaPS a conçu et édité (sous formes d'affiches, photocopiés et films) une collection de support d'informations adaptées à différents publics. On peut ainsi utiliser ces documents pour les informations personnelles ou par exemple pour organiser une action de sensibilisation dans une entreprise. Le service se mobilise périodiquement pour la sensibilisation de ses affiliés. Les actions ou formations proposées par le SASS sont relayées sur le terrain par les services d'hygiène et sécurité et par un inspecteur du travail.

2.4.2. La redynamisation des actions d'assistance sociale

L'action sociale est avant tout action humaine. Elle ne saurait s'exercer dans l'abstrait ni dans le silence. Par définition, l'action sociale est une activité visant à l'amélioration de la condition de vie humaine.

Cette action sociale est exercée au profit des allocataires par les moyens des délégations régionales et les antennes de la CNaPS réparties dans tout Madagascar et dans le cadre du budget de programme.

2.4.3. La redynamisation des activités d'hygiène et sécurité

Dans le but de la prévention des accidents de travail et les maladies professionnelles, le SASS est tourné sur ceux qui peuvent intéresser les chargés de prévention dans les entreprises (en matière d'hygiène et sécurité), les délégués syndicaux et les représentants du personnel.

Les accidents de travail font chaque année un nombre considérable de victimes dans tout Madagascar. Ces accidents sont parfois mortels, d'autres ont pour suite une incapacité permanente partielle ou incapacité permanente temporaire. Beaucoup de questions se posent alors au niveau de la prévention des accidents de travail et de l'hygiène et sécurité :

- Quelles sont les principales causes de ces accidents ?
- S'agit-il d'un manque d'information ?
- Les employeurs sont-ils au courant de ces obligations de sécurité envers les travailleurs ?
- Est-ce que les entreprises suivent toutes les normes d'hygiène et sécurité ?

Dans le but de répondre à toutes ces questions et afin de contribuer à la prévention et la réduction des accidents de travail, le SASS possède un programme de formation et de sensibilisation. Lors de formations, le SASS essaie d'aider les employeurs et les travailleurs à mieux comprendre l'importance de l'hygiène et sécurité dans les entreprises et à y assumer leur responsabilité.

Les principales actions de la CNaPS sont basées sur l'hygiène et sécurité des travailleurs. La plupart des accidents sont souvent la conséquence des négligences et le manque de vigilance. La prévention des accidents de travail vise à faire :

- Des inspections c'est-à-dire le contrôle de l'application des dispositions obligatoires.
- Education et formation c'est-à-dire l'enseignement du respect de l'hygiène et sécurité aux entreprises affiliées à la CNaPS.

Définition de l'accident du travail d'après le guide de sécurité CNaPS

L'accident du travail qu'elle qu'en soit la cause, est un événement imprévu et soudain que provoque dans l'organisme du travailleur, une lésion ou un trouble fonctionnel permanent ou passager est également considéré comme accident de travail, l'accident survenu pendant le trajet de la résidence au lieu de travail et vice versa dans la mesure où le parcours n'a pas été interrompu ou détourné par un motif dicté par l'intérêt personnel.

Quant à la maladie professionnelle dont l'agent est également imputable au lieu de travail, elle résulte d'une action lente et prolongée d'agents nocifs ou de conditions particulières du travail sur l'organisme humain.

La définition de l'accident du travail ci-dessus nous permet de déterminer la prise en charge ou non de l'accident du travail par la CNaPS en matière de Réparation selon la législation en vigueur. Une indemnité journalière est payée à la victime d'un accident de travail à partir du premier jour qui suit l'arrêt de travail consécutif à l'accident.

Section 3 : Le Mix Marketing adopté par l'entreprise

3.1. Le produit

La CNaPS est appelée à servir aux travailleurs et assimilés régis par le code du travail, ainsi qu'à sa famille, les prestations :

- Familiales.
- D'accidents de travail et de maladies professionnelles.
- De pension de retraite.

Elle vise aussi à faire appliquer les réglementations en vigueur en matière de prévoyance sociale.

Enfin, elle a également pour mission d'entreprendre des actions sanitaire et sociale en particulier dans les domaines suivants :

- La vulgarisation du code de prévoyance social
- Redynamisation des actions d'assistance sociale
- Redynamisation des activités d'hygiène et sécurité (la prévention des accidents de travail et des maladies professionnelles)

3.2. Le prix

Puisque la CNaPS n'est pas une entreprise commerciale, mais plutôt à vocation commerciale, le prix est donc étudié sous la forme des cotisations versées par les personnes affiliées à la CNaPS.

Les ressources de la caisse pour le financement de ses activités comprennent :

- Les cotisations dues,
- Les versements des organismes publics de retraites effectués au titre des transferts de cotisations,
- Les autres ressources.

Les cotisations dues :

Ce sont des cotisations obligatoires dues, dans les conditions fixées pour chaque régimes de retraites par :

- Les employeurs, pour les rémunérations qui ont été versées aux travailleurs qu'ils emploient, sauf lorsque ces travailleurs relèvent statutairement de la Caisse de Prévoyance et de la Retraite ou lorsqu'ils sont des travailleurs occasionnels d'agriculture,
- Les travailleurs visés ci-dessous, pour les mêmes rémunérations ayant donné lieu à cotisations des employeurs ;
- Les personnes physiques non salariés qui adhéreront au régime de retraite volontaire.

Répartition des cotisations aux régimes.

Tableau 1. *Financement des régimes gérés par la CNaPS*

Taux de cotisations		Assurance vieillesse	AT-MP	Prestations familiales
Obligatoire	Régime général	10,5%	1,25%	2,25%
	Part employeur	9,5%	1,25%	2,25%
	Part salarié	1%	-	-
	Régime agricole	5,5%	1,25%	2,25%
	Part employeur	4,5%	1,25%	2,25%
	Part salarié	1%	-	-
	Gens de maison	664,6 ariary	77 ariary	138,4 ariary
	Part employeur	584,6 ariary	77 ariary	138,4 ariary
	Part salarié	80 ariary	-	-
	Enseignants et organisation religieuse	5,5%	1,25%	2,25%
	Part employeur	4,5%	1,25%	2,25%
	Part salarié	1%	-	-
Complémentaire	Total	4,5%	-	-
	Part employeur	3,5%	-	-
	Part salarié	1%	-	-

Source : Service Actions Sanitaire et Sociale

Le plafond des salaires soumis à cotisation est égal à **huit (8) fois le salaire minimum d'embauche (SME)** soit:

- Pour le régime agricole: $71.000,00 \text{ Ar} \times 8 = \mathbf{568.000,00 \text{ Ar/mois.}}$
- Pour le régime non agricole: $70.025,40 \text{ Ar} \times 8 = \mathbf{560.203,2 \text{ Ar/mois.}}$

Pour les versements opérés dans le cadre des transferts de cotisation pour les salaires et les périodes concernés et sur la base du taux de cotisation le mois élevé des deux régimes.

Les autres ressources, selon les textes de création de la caisse, sont constituées par :

- les subventions, dons et legs qui pourraient lui être attribués ;
- les intérêts des fonds disponibles,
- les prélèvements sur les fonds de réserves.

3.3. La distribution

La CNaPS est représentée dans toute l'île par 16 Délégations et 10 Antennes (Annexes 1). Les délégations régionales dépendent directement de la direction générale. Les antennes quant à elles, sont sous la responsabilité de la délégation régionale de leur circonscription. Les délégations régionales ont en premier lieu la tâche de traiter les dossiers reçus sur place et aussi leur paiement jusqu'à un certain plafond. Par contre, les antennes sont seulement des caisses et qui ne s'occupent pas des traitements des dossiers.

3.4. La communication

En générale, la mise en place d'un politique de communication passe par les étapes suivantes :

- L'identification des objectifs, POURQUOI ?
- L'identification des publics cibles, QUI ?
- La définition des contenus, QUOI ?
- Le choix des outils, COMMENT ?
- Le budget, COMBIEN ?

Par définition, la communication est l'ensemble des signes et messages émis par une entreprise dans le but de se faire connaître, de faire acheter ses produits ou ses services et de construire une image valorisante.

3.5. Environnement politique de l'entreprise

Comme c'est un établissement public à caractère industriel et commercial placé sous la tutelle conjointe du ministère de la Fonction Publique, du travail et des lois sociales et du Ministère des Finances, elle dépend de la situation politique de l'Etat et par conséquent change suivant le régime de l'Etat.

La CNaPS gère trois prestations qui sont constituées comme les dépense du Siège et de délégations régionales : les Prestations Familiales, les prestations d'accident de travail et de maladies professionnelles et les prestations de retraite. Elle a ses propres recettes qui sont les cotisations versées par les employeurs et les travailleurs.

Chapitre 2. Cadre de l'étude

Les personnes âgées dans la société malagasy dépendent, pour la plupart, de leurs familles. Après avoir atteint un certain âge, ces personnes âgées constituent pour leur famille, une véritable charge quant à la satisfaction de leurs besoins en logement, en alimentation, en soins médicaux, en soins corporels et en assistance de toutes sortes. Dans le contexte de la récession économique actuelle, la prise en charge des aînés sociaux, improductifs, devient problématique pour les membres de leurs familles. Une grande partie de ces personnes âgées est représentée par les retraités de la CNaPS.

Des études et recherches sont pour nous nécessaires sur les retraités de la Caisse National de Prévoyance Sociale pour en savoir d'avantage sur leur besoin, leur point de vue sur leur situation actuelle et aussi leur proposition et idées pour améliorer leur condition de vie.

Section 1. Désœuvrement des retraités de la CNaPS

Ainsi, une clarification des concepts s'avère nécessaire à la compréhension de notre étude. Elle est également utile pour mieux organiser et orienter notre recherche. Nous nous proposons de définir ici, les concepts théoriques suivants : conditions de vie, personnes âgées, dépendance, représentation sociale, intégration sociale, loisir.

Pour donner un contenu opératoire à la condition de vie des retraités de la CNaPS, nous allons raisonner d'une part, en termes de position sociale c'est-à-dire, la place occupée par les personnes âgées au sein de leur génération d'appartenance, et de leur classe d'âge. Nous allons alors définir cette condition de vie des retraités suivant les dimensions suivantes : conditions matérielles, économiques, sociales, et physiques.

1.1. Conditions matérielles et économiques :

Dans le cadre de cette étude, la situation matérielle des personnes âgées va se définir en rapport à leurs moyens de subsistance et leur mode d'hébergement. Les moyens de subsistance font mention de l'alimentation des personnes âgées. Le mode d'hébergement, c'est la manière dont les personnes âgées sont logées. Il inclut le lieu d'habitation (la résidence) et les conditions d'hygiène corporelle, vestimentaire et environnementale.

La vie économique des personnes âgées, nous renvoie, à un premier niveau, à leur engagement ou non, dans des activités économiques. Ces activités peuvent renfermer entre autres, la maçonnerie, la menuiserie, la couture, l'agriculture.

A un second niveau, nous expliquons ce concept par l'impact de la pension de retraite et des autres sources de revenu, Nous entendons par autres sources de revenu, les revenus issus de loyers ou une aide quelconque.

1.2. Conditions physiques :

Nous définirons le concept de personnes âgées, des points de vue chronologique et social.

Du point de vue chronologique, les personnes âgées constituent l'ensemble des hommes et des femmes, qui ont atteint ou dépassé l'âge de 60 ans. Cette frange de la population se subdivise en deux grands groupes. Le premier groupe appelé " personnes de troisième âge ", est composé de personnes qui ont un âge compris entre 60 et 74 ans révolus. Le second groupe nommé "personnes de quatrième âge ", concerne l'ensemble des personnes dont l'âge est supérieur ou égal à 75 ans.

Du point de vue social, les caractéristiques des membres de la société qui sont considérés comme âgés, varient selon le contexte culturel et d'une génération à une autre. La représentation sociale, en ce qui nous concerne, est l'image que l'on a des personnes âgées. C'est la perception et la vision que la société a d'elles. Réciproquement, c'est l'image, la perception et la vision, qu'ont les personnes âgées, du monde et des acteurs sociaux

Section 2. Enquête auprès des retraités

On a alors effectué une enquête auprès des retraités de la CNaPS en vue d'en savoir plus sur leur vrai besoin et leur problème.

L'enquête sur terrain se déroule dans le centre ville de la capitale, plus précisément dans le quartier du 67Ha. La principale raison qui motive ce choix est que c'est dans ce quartier que se déroulent les réunions hebdomadaires du FMRA (Association des retraités affiliés à la CNaPS) qui regroupe les retraités affiliés à la CNaPS. C'est alors le meilleur endroit et le meilleur moment pour rencontrer et de trouver un grand nombre de retraités.

2.1. Le champ social

Le champ social permet d'indiquer la limite de la population qui constitue la principale cible de l'étude. Aussi, les personnes âgées de 55 ans ou plus, les membres de leurs familles respectives sont-ils directement concernés par notre enquête.

La société, étant une unité sociale irréductible, nous voudrions comprendre à travers son histoire, sa coutume et son fonctionnement, la perception de la vieillesse, le rôle et les conditions de vie des aînés sociaux, en son sein.

2.2. Méthode d'analyse

Il faut alors effectuer une étude de marché sur cette population cible. C'est en fait un recueil de donnée fiable et pertinente sur un marché en vue de prendre une décision. C'est dans le but d'élaborer une politique et stratégie de fonctionnement avec le maximum d'information. L'objectif est donc d'apporter ces informations avec le maximum de clarté. On a alors fait une enquête par sondage auprès des retraités à l'aide des questionnaires.

La méthode de sondage :

- rassemblement des données du problème,
- détermination de l'échantillon,
- réalisation du questionnaire,
- réalisation du sondage proprement dit (administration du questionnaire)
- contrôle
- dépouillement
- analyse et présentation des résultats dans un rapport.

2.3. La documentation

C'est l'ensemble d'informations riches et diversifiées, la documentation nous permet de se référer aux travaux antérieurs. Nous avons consulté des ouvrages généraux, des ouvrages spécifiques et des revues relatives aux personnes âgées. Cette documentation a été possible grâce à des recherches que nous avons effectuées sur l'Internet, et aussi dans les bibliothèques.

La lecture d'ouvrages méthodologiques a aidé à la rédaction de cette mémoire. Ces ouvrages ont permis d'approfondir nos connaissances sur les méthodes d'analyse et en conséquence choisir les plus appropriées à notre thème.

Les documents relatifs aux personnes âgées, à leurs conditions de vie, nous ont aidés dans la construction de la problématique et dans la rédaction et l'accomplissement de cette étude.

2.4. La collecte des données

Au cours de notre recherche, nous avons eu recours à plusieurs techniques de collectes de données notamment la documentation, le pré enquête, l'échantillonnage,

l'entretien, et le dépouillement. Il n'est guère facile de collecter des données, pour avoir des résultats qui correspondent exactement aux attentes, il faut savoir aller aux bons endroits et interroger les bonnes personnes et savoir poser les questions qui peuvent éveiller leur attention, être précise et compréhensible pour avoir les réponses attendues ;

L'observation directe sur le terrain :

A l'aide cette technique, nous avons investi l'espace associatif des retraités en les observant directement au cours des réunions hebdomadaires. Cette «observation» nous a permis de nous imprégner de la réalité de la retraite vécue collectivement dans l'espace associatif.

A l'aide de notre carnet de terrain, nous avons pu noter des éléments significatifs qui pourraient nous servir dans l'analyse et l'interprétation des données collectées.

Le pré enquête :

Il consiste à identifier les personnes ressources capables de nous fournir les informations sur notre sujet de recherche. Cette pré enquête nous a aussi permis d'avoir une connaissance plus approfondie de notre thème de recherche en vue de lui donner une meilleure orientation méthodologique. Elle nous a confortés quant à la formulation de nos hypothèses de recherche et dans le choix des différentes variables. Elle a consisté à tester le guide d'entretien sur un échantillon. Elle nous a permis également d'ajuster certaines questions avant l'enquête proprement dite. L'exploration de façon limitée des conditions de vie des retraités nous a renseignés sur le vrai problème qui se passe actuellement. C'est alors que nous avons pu préciser les objectifs de notre recherche.

2.5. L'échantillonnage

Un échantillon doit être représentatif de l'ensemble de la population à étudier. Pour se faire, il faut prélever les personnes de l'échantillon au hasard parmi toute la population cible.

2.6. Les questionnaires

Vu l'âge avancé des personnes cibles, vu aussi la spécificité de notre sujet de recherche, et aussi que ce n'est pas très raisonnable de les contraindre à répondre à des séries de questions, nous avons eu recours à des questionnaires pré imprimé laissant ainsi au retraités le temps et la liberté de répondre suivant leur aise. L'entretien s'est déroulé sur une période discontinue de cinq semaines, cette discontinuité s'explique par le fait que nous étions obligé de nous soumettre aux programmes de nos enquêtes qui nous demandaient parfois de repasser.

L'enquête s'est faite avec la collaboration du président du FMRA (Association des retraités affiliés à la CNaPS) et aussi de tous les membres.

2.7. Le choix des variables

Les personnes âgées sont en interaction avec ce milieu social qui conditionne leur existence. En effet, elles ne peuvent se passer des services des membres de leurs familles, de la mairie de leur commune, des structures étatiques. La dépendance des personnes âgées de cet environnement social peut être morale, physique, financière et matérielle.

Cette dépendance peut conduire à la maltraitance lorsque la personne âgée est perçue comme une charge jugée encombrante et non utile pour son milieu. En somme, la maltraitance est alors fonction de la représentation qu'on se fait de la personne âgée plus précisément dans notre cas les retraités, de son niveau d'intégration au sein de son milieu social. Cette charge peut varier suivant l'âge (troisième ou quatrième âge), le statut matrimoniale, les capacités physiques, financières du retraité. En retour, la personne âgée ressent de l'humiliation et surtout de la frustration qui s'exprime en terme de révolte et de replie sur soi.

Il s'agit ici, d'identifier les variables annoncées par chacune de nos hypothèses et de préciser le lien que l'hypothèse suggère entre elles. Pour notre cas, nous avons choisi de les caractériser suivant : le genre, leurs types d'occupation actuelle, les conditions de vie, catégorie professionnelle, leur ancien travail, leur loisir...

Le genre va nous permettre de faire une comparaison entre les conditions de vie des

personnes âgées féminines et masculines

La catégorie socioprofessionnelle. Par elle, l'on peut accéder à un emploi assez rémunérateur et préparer consciencieusement son avenir, et connaître ainsi le part de son budget consacré au loisir.

Les conditions de vie font état de la situation matérielle, financière, sociale et physique des personnes âgées.

2.8. Le dépouillement

Le dépouillement consiste à regrouper les réponses identiques se rapportant à un même caractère ou en une modalité de manifestation afin de rendre possibles la description, l'analyse et l'explication des données de l'enquête.

Pour ce qui nous concerne, nous avons d'abord procédé à la transcription des informations enregistrées pendant notre enquête. Une lecture attentive des textes transcrits a facilité l'émergence des idées plus précises. Ensuite, nous avons classé ces extraits dans les dossiers thématiques correspondants. Enfin, nous avons effectué une analyse de toutes les données recueillies, nous les avons regroupés suivant les thèmes pour arriver finalement à établir des relations entre les variables, selon notre objectif principale.

Sur un total d'une cinquantaine de retraités, on a retenu 37. Ce choix se justifie par le fait que, par le pré enquête, nous disposions d'informations précises sur la population cible, parmi les 37 retraités retenus il comptait 12 hommes et 25 femmes.

Les principales questions sur l'enquête sont basées sur la vie en général des retraités, leur ancien travail, leurs occupations, et leurs activités actuelles s'il en existe.

Le but de la première question que nous avons est de savoir s'ils pratiquent encore des activités que ce soit professionnelle ou libérale. On a alors recensé que 75% des retraités questionnés ne travaille plus ou ne pratique plus d'activité professionnelle. Et on constate que le nombre est le même chez les hommes que chez les femmes. On peut alors dire qu'après avoir pris la retraite, les personnes âgées n'ont plus de ressources financières que leur pension de retraite et arrête ainsi tout travail. Mais les 25% des

retraités qui ont continué à faire des activités, vu que la plupart du temps leur pension de retraite ne suffit pas, ils se sont tournés vers des activités adaptées à leurs âges c'est-à-dire qui ne nécessitent pas trop d'effort physique, et chez les femmes c'est la couture, et parmi les quelques retraités masculin, il y a ceux qui ont investi dans l'élevage. Mais le point commun de tous est qu'ils sont limités dans ce qu'ils font par leurs âges et leur condition physique.

Le plus grand nombre des retraités ont tous arrêté toute activité et se consacrent aux tâches ménagères. De ce fait, on constate que la plupart des retraités vivent chez leurs enfants et s'occupent ainsi de leurs petits enfants. Et comme passe temps le jardinage, la radio et la télévision sont les réponses les plus fréquentes des retraités qu'on a pu interroger et ce que ce soit pour les hommes que pour les femmes.

Chapitre 3. Les théories générales en Marketing

Dans ce chapitre, on va parler en premier lieu du concept et définition du marketing et en second lieu quelques notions sur l'étude de marché.

Section 1 : Concept et définition du marketing ⁽¹⁾

Le Marketing est un état d'esprit et des techniques permettant à une entreprise de conquérir des marchés voir de les créer, de les concentrer et de les développer.

1.1. Définitions de l'esprit Marketing

L'état d'esprit ou l'attitude Marketing équivaut à se placer systématiquement du point de vue du consommateur et à analyser constamment les besoins et les désirs de la clientèle de façon à s'y adapter plus efficacement que la concurrence.

C'est une attitude mentale profonde et permanente que consiste à attacher dans la gestion d'une organisation une importance primordiale à la relation de cette organisation avec les publiques dont elle dépend et notamment avec son marché.

1.2. Missions et fonction du Marketing

Le Marketing est en charge de deux missions prioritaires :

- L'adaptation de l'offre de l'entreprise aux évolutions. La mission fondamentale du Marketing est de permettre à l'entreprise d'adapter en permanence son offre à trois types d'évolution qui sont :

- * L'évolution de clients : qui ont des attentes qui se modifient constamment sous l'effet des phénomènes de diffusions des technologies et avec l'expérience.

- * L'évolution des technologies : soit dans le sens d'une amélioration des technologies soit dans le sens d'un remplacement d'une technologie.

- * L'évolution de l'offre des concurrents

⁽¹⁾ Cours Marketing 4^{ème} Année gestion Université d'Antananarivo 2006-2007

- La diffusion de l'esprit Marketing dans l'entreprise : c'est dans un objectif de renforcer son image et sa position concurrentielle afin d'obtenir un avantage et d'améliorer ses perspectives de marché.

Pour remplir ces missions, le Marketing se voit confier quatre fonctions fondamentales :

- Etudier, observer et informer, qui consiste d'abord à repérer les acteurs qui jouent un rôle dans les échanges ensuite comprendre et anticiper leur comportement pour enfin préciser une attitude envers eux.

- Orienter : le service Marketing donne son avis sur les actions à entreprendre dans les différents services, et éclaire la direction sur les différents choix stratégiques à adopter face à une situation bien déterminée.

- Communiquer : la prise en charge de la construction et de la gestion de l'image de marque de l'entreprise.

- Assister et animer : le Marketing peut parfois fournir des méthodes et des soutiens au service opérationnel des plans de prospection ou des argumentaires de vente par exemple.

Section 2. Notions sur l'étude de marché

Il constitue le point de départ de l'analyse de toute étude. C'est le recueil de donnée fiable et pertinente sur un marché. Le marché est le point de rencontre de l'offre et de la demande. L'étude de marché a pour but de mieux connaître les besoins des consommateurs et mieux planifier les actions à mettre en œuvre et les stratégies à adopter. Il implique l'utilisation d'enquêtes, de tests et d'études statistiques afin d'analyser les tendances de la consommation et de prévoir la quantité et le lieu d'un marché favorable à la vente de produits ou de services.

L'objectif final de l'action commerciale étant entre autres de prévoir le comportement des acheteurs potentiels et ses modifications, pour s'y adapter, il faut

pour y arriver en avoir une connaissance suffisante, à laquelle doit conduire l'étude de marché par l'analyse de la demande, de l'offre et de l'environnement.

L'analyse de l'offre et de la demande : un mécanisme fondamental qui met en parallèle le niveau de production et le niveau de consommation, de façon à ajuster ces deux paramètres en cas de dépassement de l'un par l'autre, et qui détermine la formation des prix des biens ou des services.

2.1. Analyse de la demande

L'analyse de la demande concerne, sur un plan qualitatif, le comment et le pourquoi du comportement de l'acheteur c'est-à-dire ses motivations, ses freins...; sur un plan quantitatif, le résultat de ce comportement (les quantités achetées, le lieu d'achat...); elle concerne aussi le découpage du marché en segments, avec leurs caractéristiques propres : la notoriété et l'image des produits dans l'esprit de l'acheteur ; le processus d'achat selon ses catégories.

2.2. Analyse de l'offre

L'analyse de l'offre complète les informations ci-dessus ; elle concerne les produits concurrents et leur notoriété aussi bien que leur image, leur positionnement vis-à-vis de différents segments de marché ; elle concerne aussi la politique de marketing des firmes concurrentes.

2.3. Analyse des facteurs d'environnements

Elle fournit également des informations sans lesquelles aucune politique de marketing ne peut être mise en œuvre.

Courbes de vie d'un produit :

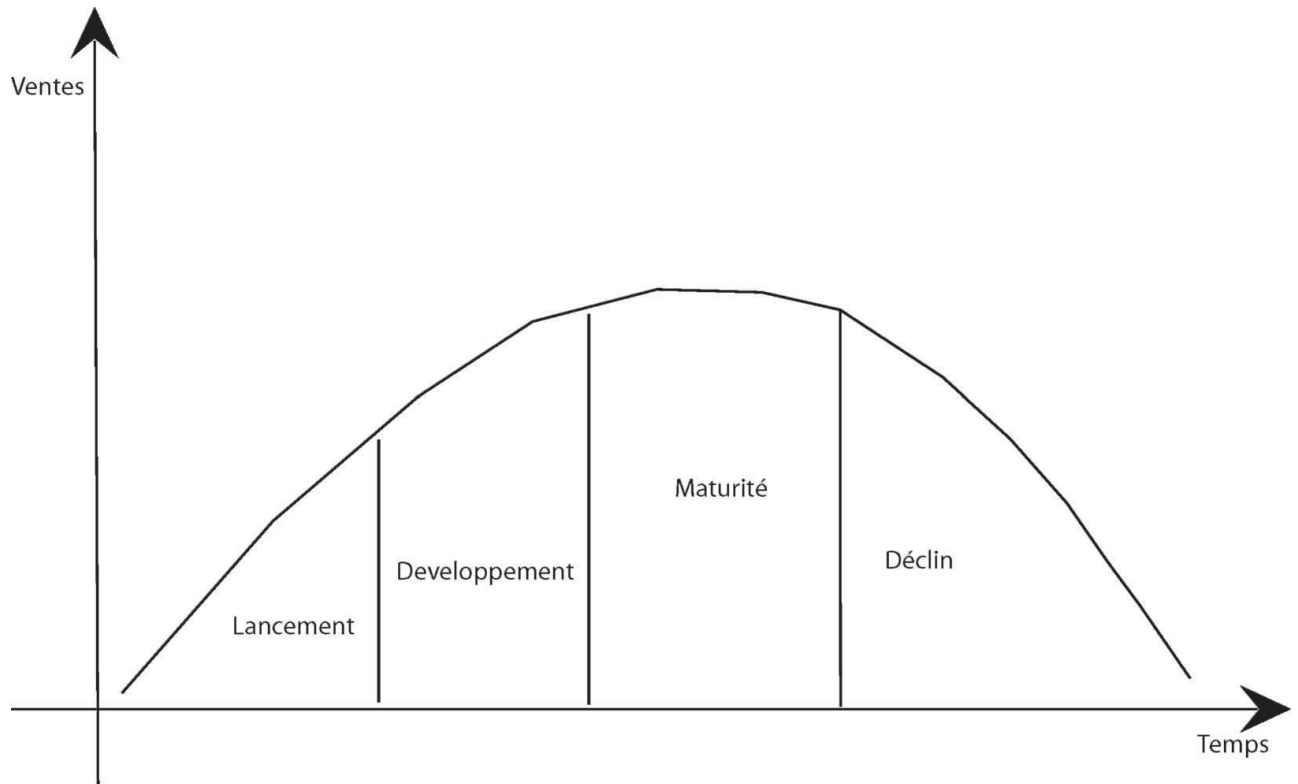


Fig 2 : courbe de vie d'un produit

Le lancement :

Le produit n'est pas exempt de défaut, les efforts de recherches se poursuivent, le coût unitaire est élevé et en générale la concurrence est pratiquement inexistante.

Le développement :

C'est la phase cruciale : échec ou réussite. Si réussite : élargissement du marché, baisse du coût unitaire et mise au point définitive du produit.

La maturité :

Le marché potentiel atteint un niveau de saturation, la demande se maintient. Des améliorations mineures sont apportées au produit.

Phase de déclin :

Le produit est dépassé et les ventes baissent.

Deuxième partie. ANALYSE DE LA SITUATION

Chapitre 1. Diagnostics

Chapitre 2. Les problèmes

L'analyse de la situation joue une véritable fonction dans la détermination des objectifs et politiques, ainsi que les différents facteurs jouant un rôle dans l'environnement d'une entreprise.

L'environnement est composé de tous les éléments qui gravitent autour de l'entreprise et susceptibles d'influencer, de faciliter ou de perturber ses activités. Dans l'analyse de l'environnement de l'entreprise, plusieurs critères sont à prendre en compte afin de cerner ses forces et faiblesses, les opportunités qui s'offrent à elle et les risques éventuels pouvant provenir de l'intérieur ou de l'extérieur.

Le repérage des forces et faiblesses de l'entreprise peut au travers de l'analyse des facteurs qui ont une influence stratégique sur celle-ci. Ce repérage fait partie du diagnostic SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)

Chapitre 1. Diagnostics

Ce premier chapitre est constitué par les différentes analyses constituant la méthode de diagnostic SWOT. Cette méthode plus connue sous le nom de l'analyse des MOFF qui sont les Menaces, les Opportunités, les Forces et les Faiblesses.

Section 1. Les forces

Nous proposons ici, de voir dans cette première section les points forts de la CNaPS comme son appartenance à l'EPIC et sa position de monopole.

La sécurité sociale n'est apparue à Madagascar que récemment. En dépit de cela, compte tenu de la convention internationale du droit de l'homme, actuellement l'application de cette sécurité commence à se concrétiser

Ce qui fait tout de suite la force de la CNaPS c'est qu'elle est l'unique organisme de sécurité sociale pour les travailleurs salariés à Madagascar en matière de prestation familiale, d'accident de travail et maladie professionnelle et de retraite.

1.1. La CNaPS est un établissement public

Par établissement public, il faut entendre toute entreprise sur laquelle les pouvoirs publics peuvent exercer directement ou indirectement une influence dominante, du fait de la propriété, de la participation financière, ou des règles qui la régissent.

Un établissement public est aussi une personne morale de droit public financé par des fonds publics et qui doit remplir une mission d'intérêt général. Les missions des établissements publics ne se limitent pas à l'intérêt général mais peuvent être aussi de nature économique ou sociale. Il n'est notamment pas nécessaire qu'elle soit dotée de la personnalité juridique, ou qu'elle ait un but lucratif.

Comme nous l'avons déjà dit, la CNaPS est un établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC). Elle est donc chargée de la production de bien ou service et possède son autonomie financière pour son fonctionnement.

Bénéficiant de tous les avantages de l'EPIC, la CNaPS a son statut qui lui permet de fixer ses attributions et ses modalités de fonctionnement.

1.2. Position de monopole au niveau de la sécurité sociale

La protection sociale est constituée par l'ensemble des règles qui fournissent une couverture sociale, et aussi les différentes prestations aux attributs familiales ou sociales. Elle couvre la totalité de la population d'un pays qui est lié à l'exercice d'une activité professionnelle (salariale).

La CNaPS ou Caisse Nationale de la Prévoyance Sociale est l'unique organisme de sécurité sociale, pour les travailleurs salariés et assimilés à Madagascar en matière de prestations familiales, d'accidents de travail, de maladies professionnelles et de retraites. Ce système est essentiellement financé par les cotisations des assujettis : cotisation des employeurs et cotisation des travailleurs.

Comme la CNaPS est la seule entreprise qui exerce cette activité, tout travailleur du secteur privé doit donc obligatoirement s'adhérer à la CNaPS. C'est-à-dire que tout employeur doit cotiser à la Caisse, pour assurer la sécurité sociale de leurs employés. Les employeurs doivent faire une déclaration auprès de la CNaPS dès qu'il y a embauche du premier travailleur salarié. La première obligation de l'employeur envers la Caisse c'est de faire une demande d'immatriculation pour que ses travailleurs puissent avoir leur droit. Pour cela, le Code de Prévoyance Sociale a fixé un délai de quinze jours à compter de l'ouverture du contrat de travail d'un employé, c'est-à-dire à partir de la première embauche d'un ou plusieurs salariés.

Section 2 : Les faiblesses

Dans cette deuxième section, nous allons voir les faiblesses que nous avons pu déterminer au sein de la CNaPS surtout au niveau du Service Actions Sanitaire et Sociale.

2.1. Défaillance du système informatique

L'informatique fait partie des changements apportés par la nouvelle technologie. C'est le signe de développement d'une entreprise et même d'un pays. Mais il peut arriver que le système informatique rencontre des défaillances d'où naissent les problèmes au niveau de ce système. L'utilisation du réseau laisse encourir des risques quant à la sécurité des données : accès plus libre, virus, mauvaise manipulation des données.

Un défaut de fonctionnement d'un seul programme peut entraîner à des données erronées dans la suite des traitements. Il peut arriver que pour diverses raisons d'ordre technique, le processus informatique ne se déroule pas normalement à cause d'une défaillance ou d'une interruption quelconque.

2.2. Insuffisance du personnel

Le personnel c'est la source d'existence, de fonctionnement et de réussite d'une entreprise. Donc le personnel est un élément important qu'il ne faut pas ignorer au niveau d'une entité.

Mais avec l'arrivée de l'informatique dans une entreprise, le traitement des données se font automatique qui est l'une des raisons des compressions du personnel ainsi que la diminution de la capacité intellectuelle.

Sachant que le personnel constitue une source de rendement de l'entreprise, que toute entité qu'elle soit publique ou privée, en a besoin en qualité qu'en quantité. Actuellement à la CNaPS, il est constaté que le nombre de personnel est insuffisant à

cause de l'importance de l'effectif du personnel qui part en retraite.

On peut alors voir pendant la période de payement des pensions de retraite, le service trésorerie est trop chargé dans l'accomplissement de ses tâches à cause de l'insuffisance du personnel. Ainsi les personnes âgées qui sont là pour prendre leur pension de retraite sont obligées de faire la queue pendant des heures.

2.3. Manque de pouvoir d'initiative

Bien que présent dans les conseils ou les Comités, le pouvoir d'initiative des partenaires sociaux est très limité. Ainsi lors d'un audit procédé par le BIT en 1993, des grandes lignes ont été élaborées après consultation des partenaires sociaux. Ces propositions ont porté aussi bien sur la structure globale de la CNaPS, son organisation, ses règles de fonctionnement. Un pourcentage très faible de ces propositions, pourtant globalement jugées très pertinentes a été mis en place, le blocage se situant au niveau du ministère. De ce fait aussi, ce pouvoir d'initiative se heurte à un problème de disponibilité en temps des administrateurs et d'absence de documentation et d'expertise. Ainsi il est reconnu qu'il y a lieu de revoir de fond en comble l'ensemble de législation car celle-ci date des années 1960 pour certaine et n'est donc plus adaptée au contexte actuel. Il conviendrait donc de relever les dispositions devenues inadaptées et de créer de nouvelles lignes . Cette tâche, bien que prioritaire, s'avère pratiquement impossible pour les raisons invoquées.

Section 3 : Les opportunités

Les opportunités constituent le domaine d'action dans lequel l'entreprise peut espérer jouir d'un avantage différentiel.

Une entreprise aura un avantage différentiel lorsque ses compétences propres lui permettront d'exploiter une opportunité plus facilement que ses concurrents. C'est-à-dire lorsqu'elle peut exploiter les facteurs clés de succès plus facilement.

3.1. Amélioration de la sécurité sociale

Notre notion de sécurité sociale perd de plus en plus de sens. En effet, les prestations sociales et les services de santé, aussi bien dans le secteur public que privé, sont manifestement insuffisants et pas tous de bonne qualité. Devons-nous comprendre que les prélèvements mensuels sur les salaires et les cotisations patronales ne peuvent pas couvrir les prestations sociales à la hauteur de nos attentes : des pensions de retraite qui soient proportionnelles à la conjoncture actuelle, des prestations sanitaires dans les normes ?

La sécurité sociale à Madagascar se caractérise par une situation de crise à l'heure actuelle, tout au moins au niveau de la CNaPS. Au niveau santé, les soins sont assurés par des organismes privés et autonomes au niveau de chaque région sous forme principalement d'Organisation Sanitaire Inter-Entreprise (OSIE), de ce fait chaque OSIE a sa propre particularité.

Il est évident que nous sommes aujourd'hui habitués à subir et à mendier et ne connaissons plus nos droits. Alors que devons nous attendre en matière de sécurité sociale dans une nation normalement organisée ?

Le principe général sur lequel repose la sécurité sociale à Madagascar est relativement classique puisque c'est basé sur la compensation ou les indemnités.

Les organismes de gestion sont depuis des années gérés par des conseils d'administration ou des comités de gestion en principe tripartites (Entre le gouvernement, le patronat et les syndicats).

A ses origines, la notion de sécurité sociale est une marque de solidarité nationale qui se traduit par un transfert des moyens des plus favorisés au moins défavorisés. Cela se traduit par la compensation des diminutions éventuelles du revenu, soit par accident, maladie, vieillesse ou raison conjoncturel (chômage). Mais aujourd'hui, elle se manifeste comme la solidarité nationale où contribue l'Etat, les employeurs et les assujettis eux même et couvrent les risques sociaux : assurance maladie, maternité, invalidité, décès, accident de travail, assurance vieillesse et prestations familiales.

Le régime malgache de sécurité sociale comporte trois branches :

- accidents du travail, maladies professionnelles ;
- vieillesse, invalidité, décès (survivants) ;
- prestations familiales.

3.2. Convention entre la France et Madagascar

On ne l'a pas souvent mentionné mais il existe une convention entre le Gouvernement de la République française et le Gouvernement de la République Malgache en matière de sécurité sociale.

Le Gouvernement de la République française et le Gouvernement de la République malgache, se sont résolus à coopérer dans le domaine social, qui a pour but d'affirmer le principe de l'égalité de traitement des nationaux des deux États au regard de la législation de sécurité sociale dans chacun d'eux. Ceci afin de permettre à tous les nationaux de conserver les droits acquis en vertu de la législation de l'un des États.

Les deux Etats ont décidé de conclure une Convention générale tendant à coordonner l'application aux ressortissants français et malgaches des législations française et malgache en matière de sécurité sociale et à cet effet sont convenues plusieurs dispositions suivant différents articles qui ont été établis.

Section 4. Les menaces

Les menaces correspondent à un problème posé par une tendance défavorable ou une perturbation de l'environnement externe à l'entreprise. Une menace est d'autant plus grave qu'elle nuit fortement à l'entreprise et qu'elle peut empêcher son développement.

4.1. Insuffisance du nombre de contrôleur

C'est sans doute un des points qui mérite un très grand approfondissement car l'absence de contrôle ne peut être qu'un grand danger pour tous. Ce contrôle doit être conçu à plusieurs étages. Contrôle des actes du conseil, contrôle des actes de la Direction Générale, contrôle des activités des services. Ce contrôle doit prendre également plusieurs formes : contrôle de légalité, contrôle d'opportunité...

Nul ne peut contester que le contrôle des employeurs constitue un moyen important mis à la disposition des organismes de sécurité sociale. Certes, pour certaines caisses, comme celle de Madagascar, les contrôleurs sont chargés de contrôler les droits des allocataires et les règlements des prestations par l'intermédiaire des employeurs. C'est cependant, en matière de recouvrement des cotisations que la tâche des contrôleurs est essentielle.

Or, il semble que ce rôle n'a pas encore été bien situé. En effet, on constate, en général, une insuffisance de l'effectif des contrôleurs, une absence de pouvoir et sans une concordance parfaite entre les moyens dont ils disposent et les objectifs qui leurs sont assignés. L'effectif des contrôleurs de la CNaPS ne permet pas souvent de faire des contrôles auprès des employeurs. L'insuffisance du nombre des contrôleurs traduit le fait qu'ils sont souvent fixés en totalité au siège de la Caisse.

4.2. Non affiliation des travailleurs du secteur informel

A Madagascar, surtout dans la capitale un grand nombre de la population gagnent leur pain en travaillant dans le secteur informel. Les activités que cette majorité de la population exercent sont ainsi loin de fournir de l'argent pour l'Etat. Autrement dit, aucun impôt ni aucune cotisation n'est prélevé de ces activités étant donné que les pratiquants ne sont même pas enregistrés et affiliés. Un nombre qui est également important car c'est un indicateur de carence en matière de prévoyance sociale. La politique pour instaurer cette dernière, est un long parcours, mais il est temps qu'elle le soit.

Ainsi se terminent les menaces au niveau de l'environnement externe de la CNaPS voyons par la suite les problèmes qu'on a rencontrés.

Chapitre 2. Les problèmes

Dans ce chapitre, nous allons essayer de voir les problèmes que nous avons pu identifier au niveau de la CNaPS. Ces problèmes se posent sur le Mix Marketing adopté par l'entreprise et sur le plan organisationnel.

Section 1. Problèmes organisationnels

1.1. Autonomie de gestion

Si l'autonomie de gestion doit être comprise comme étant la pleine responsabilité du Conseil d'Administration, on peut noter que dans des décisions importantes le conseil d'administration a vu ses prérogatives méconnues.

Ainsi la nomination de l'agent comptable qui devrait être du pouvoir du conseil d'administration, a fait l'objet d'une procédure d'urgence ignorant le pouvoir du conseil. Ainsi également la fin du contrat du Directeur général n'obéit pas à la nécessité de consultation du conseil d'administration.

Le statut d'établissement public à caractère industriel et commercial est équivoque. Une réelle clarification pourrait être obtenue si la CNaPS devenait un organisme de droit privé gérant un service public.

1.2. Pression des pouvoirs publics

Cette pression des pouvoirs publics existe sous plusieurs formes.

Tout d'abord, la sécurité sociale fait partie de la politique sociale du gouvernement et la CNaPS est la première concernée en matière de prévoyance sociale. Il est alors normal que le gouvernement s'y intéresse de près à cette sécurité sociale. Les hommes politiques aiment également se saisir du sujet pour entretenir leur popularité ou pour quêter les faveurs du public.

C'est à ce niveau qu'il peut exister des pressions qui peuvent être inacceptables. Cette pression s'exerce le plus souvent lors des actes courants d'organisation : nomination ou révocation de responsables, choix des localités pour telle ou telle activités. On a connu ainsi des périodes où les embauches ont été effectuées à partir de l'origine ethnique ou la sympathie affichée pour tel parti. Il est évident que ces pressions varient en fonction des personnalités réciproques des hommes au pouvoir d'une part et des responsables des caisses d'autre part. Les responsables parachutés par le pouvoir auront nécessairement tendance à accepter ces pressions.

1.3. Manque de formation du personnel

Cette notion de formation des représentants a pu être à un certain moment conçue comme une façon d'influencer les responsables dans un certain sens. Cette formation est surtout nécessaire pour le personnel du Service Actions Sanitaires et Sociales qui organise des séminaires de formation et de sensibilisation sur les différentes prestations de la CNaPS dans tout Madagascar. Cette conception peut être respectée s'il s'agit effectivement d'une carence de formation dans un domaine donné mais elle est fort discutable quand elle entre dans l'image même de l'entreprise.

Ceci étant, une bonne formation peut être pratiquée dans une politique forte d'information. Ainsi les échanges entre responsable dans un domaine répondent effectivement à un besoin. Le passage d'expert et une rencontre ouverte avec des experts sont également de bons éléments de formation.

Section 2 : Problèmes sur le Mix

Le domaine de la CNaPS est le marché de prestation, puisque c'est une entreprise de service, son principal produit est donc l'ensemble des prestations qu'il gère. C'est-à-dire les trois prestations de prévoyance sociale présentes à Madagascar. On a alors décelé quelques problèmes sur ces prestations.

2.1. Insuffisance du montant des cotisations

Pour notre étude, le prix est vu sous la forme des cotisations versées par les employeurs et travailleurs affiliés à la CNaPS.

A l'heure actuelle, les cotisations sont perçues sur la base de 568.000,00 Ar/mois pour le régime agricole et 560.203,2 Ar/mois pour le régime non agricole soit huit (8) fois le salaire minimum d'embauche. Un problème se pose maintenant sur l'augmentation de ce plafond, certain réclame même la suppression pure et simple du plafond.

Cette demande paraît difficilement acceptable pour diverses raisons qui sont :

- Les pensions de retraite sont calculées avec un plafond identique à celui des cotisations. Augmenter ou supprimer le plafond équivaldrait à dépenses de pension très vite non maîtrisables.
- Sur le plan des principes, les systèmes de sécurité sociale dans le monde à notre connaissance obéissent à l'existence d'un plafond. A Madagascar, cette exigence s'impose davantage dans la mesure où les cadres font assez peu appel aux prestations de la sécurité sociale.
- L'absence de plafond est source de litige, et donc de fraude, car les cadres bénéficient de divers avantages en nature dont d'une part le caractère de

« salaire » est discutable et d'autre part dont l'évaluation en chiffre est très difficile. L'existence d'un plafond résoud ce type de problème.

2.2. Insatisfaction des retraités

La CNaPS gère environ 18 466 employeurs et 478 939 affiliés. Les prestations de retraite, de vieillesse, d'invalidité et des survivants sont gérées par la branche retraite.

Il existe deux régimes distincts à savoir:

- Régime obligatoire de base qui se nomme aussi régime « public », qui s'adresse de façon obligatoire à toute la population salariée,
- Régime complémentaire facultatif qui s'adresse aux mêmes personnes. Allocations familiales.

Les principales personnes qui bénéficient de ces prestations sont :

- Les personnes travaillant dans un domaine régi par le code du travail et le code de la marine marchande,
- Les personnes morales recueillant des orphelins d'allocataires.
- Les travailleurs légaux qui assument la tutelle, la charge et la garde effective des enfants d'allocataires et les tuteurs aux prestations familiales désignés par le tribunal à la demande de la caisse.

Un des problèmes majeurs des retraités de la CNaPS est que la pension de retraite de la CNaPS n'est pas suffisante face aux chertés de la vie. Récemment les retraités affiliés à la CNaPS ont demandé aux autorités compétentes de revoir à la hausse leur pension de retraite et de la toucher mensuellement et non pas trimestriellement. Mais puisque les ressources de la Caisse de retraite viennent des cotisations versées par les employeurs et travailleurs, alors pour pouvoir augmenter les pensions de retraite, il faut également augmenter les cotisations versées par les employés et les employeurs à la CNaPS (Caisse nationale de prévoyance sociale). Mais jusqu'où ces derniers peuvent le faire ?

D'après les retraités, il est un peu dur de vivre avec la pension de retraite car la pension qu'ils touchent est très loin de couvrir leur besoin. En malagasy, on appelle par « misotro ronono » les personnes retraitées. Ce qui signifie boire du lait. Mais le plus souvent est que la pension de retraite est destinée en priorité au besoin de tous les jours comme le loyer, l'eau et l'électricité, à acheter de la nourriture, le charbon et autres PPN (produits de première nécessité) et le lait n'en fait pas partie car ils ne sont pas en mesure d'en acheter.

2.3. Absence de l'action sociale

A part son caractère industriel et commercial, la Caisse National de Prévoyance Sociale est aussi à vocation sociale.

Cette vocation sociale se concrétise par le biais du Service Actions Sanitaire et Sociale qui est notamment chargé d'entreprendre des actions sociales en faveur des bénéficiaire et de leur famille, une action qui semble depuis quelques temps en suspension. Cette action sociale qui est avant tout destinée aux personnes affiliées à la Caisse, mais une fois qu'ils ont pris la retraite, le droit à cette action sociale s'arrête en même temps. Or on constate aujourd'hui que c'est surtout à la fin de leur activité professionnelle (c'est-à-dire au moment de la retraite) que les travailleurs ont besoin de beaucoup d'attentions et de préoccupations.

Pour les autres catégories de travailleurs, notamment ceux exerçant pour leur propre compte, qui constituent un nombre non négligeable de la population active à l'exemple de la capitale. Dans la majorité des cas, la pension de retraite n'existe pas. L'âge formalisé de départ à la retraite est presque inexistant et la plupart d'entre eux continuent de travailler aussi longtemps qu'ils en sont capables. C'est ceux-ci qui exercent dans leur majorité, des travaux dégradants pour leur âge, travaux qui exigent de fournir des efforts physiques intenses, tels que l'agriculture, la maçonnerie, la menuiserie... or les personnes âgées, détentrices des valeurs culturelles, occupent une place de choix, dans la société Malagasy. Dans ce contexte, il est de notre devoir de tourner les yeux vers eux et leur besoin, et ainsi contribuer à l'amélioration de leur condition de vie, en commençant par les retraités de la CNaPS.

On se demande souvent comment se présente la relation entre les adultes, les jeunes gens, et les personnes âgées (prenons le cas des retraités). On constate souvent que les personnes âgées sont de plus en plus éloignées des autres membres de la société, ceci s'explique par le fait que les personnes âgées, n'étant plus en activité, les autres membres actifs de la société restent indifférents à sa présence. En effet, de la société traditionnelle à notre société actuelle, le statut et le rôle des personnes âgées tendent à se dégrader. Or l'acceptation d'une personne dépend de son statut et du rôle que cette dernière joue dans la société. Ce manque fait des personnes âgées une véritable charge. Cette charge est plus ressentie par les membres de leurs familles qui, à la longue, finissent par se lasser. De ce fait, les conditions de vie des retraités ne seront pas meilleurs tant qu'elles resteront uniquement dépendantes des seuls membres de leurs familles, surtout qu'actuellement au niveau institutionnel, il n'y a rien pour les prendre en charge, alors qu'une politique sociale pourrait être clairement définie et exécutée en leur faveur.

Troisième partie : SOLUTIONS PROPOSEES

La retraite représente aujourd'hui un nouvel âge du cycle individuel de vie pendant lequel s'exercent de nouveaux rôles sociaux. Cependant, elle est souvent synonyme de « mort sociale » à un tel niveau que certains travailleurs redoutent cette phase de la vie, aussi « normale » soit-elle. On remarque aujourd'hui l'apparition des associations de retraités qui un phénomène assez récent à Madagascar. Ceci est peut être la marque de la rupture d'avec la première conception de la retraite consistant à demeurer en marge de la vie socioprofessionnelle et à devenir qu'un simple consommateur des prestations qui leurs sont offertes par les organismes sociaux. C'est pourquoi nous voulons nous intéresser à ce que les retraités produisent lorsqu'ils se réunissent afin de maintenir leur présence à la société globale, en créant un centre de loisir.

Voici donc schématiquement présentée notre vision de ce qui pourrait bien être notre part de responsabilité envers les personnes âgées. Pour y arriver nous organiserons l'ensemble de cette dernière partie en trois (3) chapitres.

Nous exposerons dans le premier chapitre la mise place du centre de loisir, l'identification du centre et l'étude de marché sur le centre. Puis dans le second chapitre nous présenterons l'organisation interne du centre qui se divise en : organisation des ressources humaines, organisation du travail et la gestion du personnel. Dans un troisième chapitre, les stratégies et politiques adoptées dans le centre.

Chapitre 1. Mise en place d'un centre de loisir

Le choix de la mise en place du centre se justifie par trois raisons essentielles pour nous :

- Premièrement, on a constaté que les retraités sont plus isolés lorsqu'ils vivent en dehors des espaces associatifs ou sociaux. Cela donne une impression d'être loin de la vie sociale et donc de la société en générale. Aussi, cette étude a pour ambition de détruire toutes les mauvaises pensées construites autour de la retraite. Car l'évocation du mot retraite d'une manière générale signifie pour la plupart des travailleurs, l'arrêt de toute activité, faisant naître ainsi dans l'esprit des uns et des autres l'idée de la fin. La fin qui se caractérise par la cessation de l'activité professionnelle rémunérée mais également la fin de la vie tout court. Nous avons donc jugé nécessaire de s'intéresser à cette forme de vie émergente dans le monde de la retraite en général et dans le cas des retraités de la CNaPS.

- Deuxièmement, dans un point de vue académique, nous voulons par cette étude faire l'effort d'immerger une nouvelle orientation de l'étude de la retraite en faisant ressortir par exemple la dimension socioculturelle à travers la création de loisir pour les personnes âgées en commençant par les retraités. En effet, le choix d'explorer cette tranche d'âge se justifie par l'inexistence presque d'études sur la vie associative et culturelle des retraités à Madagascar et spécifiquement dans la capitale. Il est certes vrai que l'Etat Malagasy par l'intermédiaire des différents responsables dispose diverses connaissances sur les personnes âgées et les retraités; néanmoins, notre contribution permettra sans doute de mieux cerner le problème au niveau de ces personnes.

- Troisièmement, cette recherche se veut en fin de compte être une pratique. Car elle essaiera de proposer des stratégies de mise en œuvre de politiques sociales en faveur des retraités, et de contribuer ainsi à la réalisation de la politique générale de l'Etat sur les personnes âgées.

Section 1. Identification du centre

Le passage à la retraite constitue en lui-même une rupture avec le monde professionnel. Dès lors, la perte de l'identité professionnelle et la déconstruction du statut lié à celle-ci entraînent chez le retraité parfois une mobilité de type descendant. Dès lors, la création d'un centre de loisir répond à un but précis : résoudre un problème d'ordre social.

De ce fait, le centre a comme volonté de répondre aux besoins et aux attentes des familles. C'est avant tout un lieu de rencontre, d'intégrations sociales pour les retraités.

En clair, comment un centre de loisir peut-il reconstruire et donner sens à la retraite? Quel intérêt recouvre l'adhésion des retraités à ce centre? En d'autres termes, quels sont les enjeux que recèle cet espace social et qui de ce fait constituent aujourd'hui des sources de motivations chez les retraités de la CNaPS?

1.1. Description et caractéristique du centre

Les questions que nous avons posées précédemment nous conduisent à l'élaboration et la description des principales activités. Au regard de ce qui précède nous nous rendons compte que la définition de certains concepts s'avère nécessaire afin d'éviter les confusions dans leur usage et aussi voir comment est ce qu'ils s'appréhendent concrètement dans la réalité.

Pour comprendre ce que nous appelons ici vie associative, il convient de définir ce que c'est qu'un centre, un loisir, un lien social.

Centre :

Un centre est un établissement ou un organisme consacré à une activité particulière.

Loisir :

Le loisir est l'ensemble des distractions auxquelles on consacre ses moments de liberté. En d'autres mots, un centre de loisir est donc un établissement dans lequel sont consacrées des activités de distractions qu'on peut pratiquer pendant les temps libres.

Lien social :

Le lien social est l'ensemble des relations, des affections qui tiennent l'individu à des groupes sociaux et à la société, qui lui permettent de se socialiser, de s'intégrer à la société. En clair, par lien social, il faut entendre le sentiment d'appartenance à une collectivité qui unit entre eux les individus au sein d'une société ou d'une collectivité.

Il ne suffit pas de créer un établissement loisir, il faut apporter de nouvelles choses, les loisirs créatifs sont un moyen de passer le temps. Ils permettent aussi de s'épanouir, de rencontrer de nouvelles personnes et ainsi de créer du lien. Et donc de lutter contre l'isolement.

Plusieurs activités peuvent être proposées dans le centre pour satisfaire les besoins des pensionnés. Et ces activités sont à la fois :

- Culturelles
- Artistiques
- Physiques
- Ludiques
- Sociales

1.2. Objectif du centre

L'objectif est un résultat ou un but à atteindre tout au long d'une activité. Précisons que le centre est à but non lucratif mais comme toute entité, son objectif principal est :

- La rentabilité
- L'amélioration de la qualité de service afin de donner le maximum de satisfaction à la fois physique et intellectuelle du client ;

Un but correspond à une intention générale, sans un intervalle de temps véritablement déterminé. D'une manière générale, notre but est d'une part de développer une des activités de la CNaPS. Mais d'autre part c'est aussi d'offrir pendant toute l'année une grande variété d'activités et de loisirs qui permet à chaque personne intéressée de satisfaire sa curiosité.

1.3. Intérêt du centre

La contrepartie sociale du projet :

- Il présente un impact sur l'image de l'entreprise c'est-à-dire une amélioration de l'image ;
- Augmentation de la part de marché de l'entreprise,
- Permet d'acquérir de nouveau savoir faire et de maîtriser de nouveau moyen, permet de développer les compétences individuelles et collectives en matière d'assistance sociale.
- Le projet permet aux retraités des environs du centre quelques soient la catégorie et le revenu, un endroit pour se divertir et pour se relaxer pendant les heures d'ouverture du centre et en fonction de leur temps libre.

Sur ce, des organismes sont directement liés et concernés par l'ouverture du centre. Parmi eux citons :

- la population locale par la création d'emploi
- les clients pour le lancement d'un nouveau produit répondant aux attentes des consommateurs
- les fournisseurs par l'augmentation de leur chiffre d'affaire pour l'achat des matériaux et mobiliers

Section 2 : Etude de marché sur le centre

L'étude de marché est une démarche à haute valeur ajoutée intellectuelle. Elle n'accepte pas l'improvisation et l'incompétence car elle est toujours à la base des choix décisifs pour une étude. Elle ne peut donc être imprécise ou entachée d'une erreur.

L'étude de marché nous permet d'avoir des outils disponibles à l'occurrence de :

- déterminer les caractéristiques du marché cible
- d'apprécier les attentes et les motivations de la clientèle
- d'évaluer la concurrence existant sur le marché

On a alors effectué une enquête auprès des intéressés pour connaître leur avis sur le centre de loisir et leurs vrais besoins.

Ces changements peuvent être acceptables suivant certaines conditions, qui peuvent être différentes suivant quelques critères, (catégorie sociale professionnelle, âge, sexe...)

Pour les rendre acceptables il faut alors mieux étudier les besoins et le moyen de satisfaction des intéressés.

Il constitue le point de départ de l'analyse de notre étude. Elle a pour but de mieux connaître les besoins des consommateurs et mieux planifier les actions à mettre en œuvre et les stratégies à adopter. Cette étude va aussi nous permettre de savoir si le marché actuel nous fournit un créneau appréciable pour la mise en place du centre.

Nous devons d'abord définir le marché potentiel qui est déterminé par l'ensemble des retraités de la CNaPS. La connaissance de la situation actuelle du marché nous permet de déterminer la politique à suivre et les actions à entreprendre face à la concurrence.

Pour cela, nous allons analyser les différents points suivants :

- L'analyse de la demande
- L'analyse de l'offre

2.1. Analyse de la demande

L'étude de la demande nous mène à déterminer la demande actuelle sur le marché et identifier la demande susceptible d'être concrétisée.

2.1.1. Client cibles

On va choisir des segments dans la totalité du marché et on y concentrera les ressources et les efforts. Des maximums d'informations seront recueillis sur ce segment afin de leur offrir le meilleur service et de mettre en place des moyens d'approche les plus efficaces.

Parmi la population locale, nombreux sont ceux qui ne se soucient plus des loisirs, particulièrement chez les adultes à un certain âge. Quand on parle de loisir, beaucoup pensent que ce sont surtout les jeunes et les enfants qui s'y intéressent. Toutefois, les enquêtes que nous avons effectuées ont permis d'affirmer que les adultes et les personnes âgées ont aussi leur préférence sur les distractions. Nous avons alors choisi les retraités comme clients principaux. L'étude de la demande nous mène à déterminer la demande actuelle sur le marché et identifier la demande susceptible d'être concrétisée.

2.1.2. Demande potentielle

Selon PHILIP KOTLER : « le marché est l'ensemble des personnes ou organisation qui achète ou susceptible d'acheter un bien ou un service. »¹

Parmi la population locale, nombreux sont ceux qui ne se soucient plus du passe temps, particulièrement chez les adultes, âgées et des retraités. Ils pensent que se divertir ne fait qu'augmenter les problèmes dont ils n'arrivent plus à résoudre dans leur vie quotidienne.

¹ KOTLER et DUBOIS Le marketing Management 9^{ème} édition

« Certaines données démographiques sont indispensables pour permettre d'estimer la demande théorique »². On remarque que les activités socio-économiques accentuent l'importance de la population urbaine par conséquent le nombre des retraités se voit augmenter aussi. De ce fait, l'évolution de la population appartenant à cette tranche d'âge dans cette région intéresse l'analyse de la demande. Le but est de prévoir la potentialité des pensionnés.

Répartition des retraités sur Tana :

Tableau 2 : répartition des retraités

Commune	0	1	2	3	4	5	6	Total
Nombre	172	2798	1754	2079	1744	2635	1173	12355

Source : service pension CNaPS

Ceci nous montre une potentialité moyenne à acquérir, et d'après les enquêtes que nous avons menées, nous avons pu dégager un pourcentage très élevé car presque la totalité des retraités se sont intéressées à la création du centre de loisir.

Par ailleurs, la décision des retraités nécessite également de la motivation. Son intensité dépend de la force de motivation ressentie par l'individu et de la validation par la société.

Ainsi, la demande potentielle, l'extension et la création d'activité évoluent avec le changement de goût des consommateurs, de leur mode de vie et de leur moyen financier.

² CHIROUZE Y. Le marketing Etudes et Stratégie Edition 2003

2.2 : Analyse de l'offre

2.2.1. La situation de l'offre locale

Ce qu'on entend par loisir ce sont les distractions offertes à un individu. Ce que nous constatons de nos jours, le loisir est en manque dans la vie des gens de notre pays. Notre étude a choisi celle des retraités ou le manque se voit être considérable. Les études et enquête que nous avons menées montre que l'offre est quasi inexistante. Les concurrents directs n'existent pas non plus. L'inexistence de ces offres a longtemps inhibé des demandes qui sont réelles. Et après avoir demandé les avis des personnes intéressées, nous avons constaté que l'offre n'arrive pas à satisfaire la demande, aussi, certains points importants sont négligés pour rendre le lieu intéressant. C'est pour cela que nous avons voulu renforcer l'offre. De ce fait les bénéficiaires de centre sont prêts à participer au fonctionnement du centre moyennant une qualité de service et un professionnalisme effectif.

Nous ne contentons pas alors d'offrir des diverses distractions et jeux pour le loisir car le service que nous offrirons n'est pas de basse qualité, au contraire, il sera plutôt d'une bonne qualité et surtout bien adapté à l'âge des retraités. Des études bien détaillées seront mises en place pour que les pensionnés soient plus proches de nous.

2.2.2. Caractéristique de l'offre du centre

Les gammes de service offert :

Notre offre est composée des activités qui peuvent être facilement accessibles par les personnes âgées. Et ce, quel que soit son milieu social, quelles que soient ses connaissances, manuelles et intellectuelles. A noter que, certains de ces loisirs se pratiquent dans le cadre d'un réseau d'échanges de savoirs. Le principe est simple : les personnes précisent aux autres retraités le savoir qu'elles ont à offrir et celui qu'en retour elles aimeraient apprendre.

Les activités proposées:

Tableau 3 : répartition des activités

Activités culturelles	Echange de savoir, bibliothèque, cinéma...
Activités physiques	Gymnastique, danse, yoga...
Activités manuelles	Couture, bricolage, broderie...
Activités ludiques	Jeux de cartes, jeux de société, jeux collectifs...
Activités sociales	Repas, débats, thé, atelier mémoire...

Chapitre 2. Organisation interne du centre

L'étude organisationnelle joue un rôle important dans la réalisation de ce centre. Elle conditionne la réussite du travail et de l'organisation adaptée.

Section 1. Organisation des ressources humaines

Les ressources humaines conditionnent la réussite de ce centre dans son ensemble car les compétences et les savoir-faire qu'ils investissent constituent un des facteurs de ce résultat. Pour cela, il est important d'étudier l'organisation et la gestion des ressources humaines de ce centre.

Les moyens humains sont constitués par les différentes personnes travaillant dans le centre de loisir en partant du Gérant jusqu'aux divers employés. Pour atteindre les objectifs fixés, la réussite ne se base pas uniquement sur l'effectif complet de ces moyens humains mais également sur leur compétence. Il faut donc bien étudier l'effectif du personnel envisagé en fonction de leur compétence pour éviter les dépenses exorbitantes.

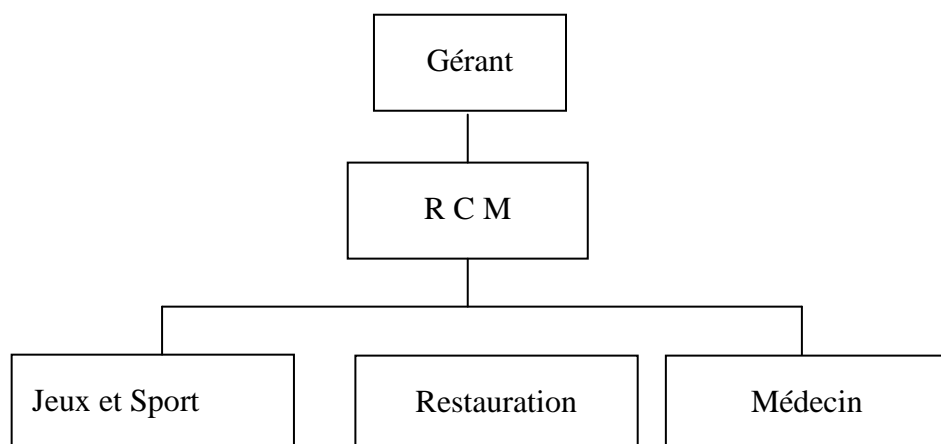
Pour le moment, nous nous limiterons à des moyens humains minimes pour minimiser les dépenses mais nous envisageons de les augmenter en fonction du résultat des activités du centre. Ainsi nous allons voir l'organigramme de notre centre et les principaux rôles du personnel.

1.1. Organigramme envisagé

L'organigramme est une représentation graphique de la notion de hiérarchie dans une entité, le circuit d'information ainsi que la détermination des liaisons et de responsabilisation.

Organigramme administratif :

Fig 3 : organigramme envisagé



1.2. Les principaux rôles du personnel :

Quelque soit la place attribuée à un individu au sein de l'organisation, celui-ci doit être considéré comme l'une des composantes d'un ensemble. Ce paragraphe apporte des brèves descriptions sur les fonctions des personnels perçus dans l'organigramme.

Le gérant :

Etant en tête du centre, cette fonction assure :

- La gestion des trésoreries
- La déclaration fiscale
- La relation extérieure
- Travaille en collaboration avec les différents responsables
- Assure l'application des dispositions légales et réglementaires dans le centre

Il doit : être apte à élaborer et mettre à jour les indicateurs de performance et de résultat, avoir la capacité d'utiliser ses connaissances et qualité pour résoudre les problèmes qu'on peut rencontrer dans le centre.

Responsable commercial et marketing (RCM) :

Responsable du bon fonctionnement des différentes activités existantes dans le centre. Il est donc le responsable dans la mise en marche de l'organisation interne du centre, donc assure :

- L'élaboration de la politique générale et de la stratégie de l'unité
- Mise en œuvre de la stratégie de communication globale
- Responsable de l'étude pour l'amélioration des services offerts

Néanmoins, il a sous son autorité des personnels subdivisés selon les centres d'activités.

Le responsable commercial et marketing s'occupe aussi de l'administration et de la gestion du personnel :

- Enregistrement, suivi et contrôle individuelles et collectives du personnel
- Ressort des documents financiers.

1.3. Gestion du personnel

La gestion du personnel est une des étapes importantes dans l'organisation des ressources humaines. Elle a pour but de placer chaque candidat au poste qui lui convient le mieux de façon à ce que celui-ci utilise ses aptitudes, sa formation, son expérience, son énergie et sa motivation de la bonne manière possible.

Qualification du personnel

Mettons sous forme de tableau les postes, les missions et les profils requis :

Tableau 4 : qualification du personnel :

Postes	Missions	Profil requis
Gérant	Assure la direction du centre, établit les budgets prévisionnels et suit les états budgétaires et prend les décisions définitives	Titulaire d'un diplôme d'étude supérieure en gestion, niveau bac + 4 au minimum Plusieurs années d'expérience Posséder un esprit d'équipe et d'initiative
Responsable commercial et marketing	Conçoit et pilote la mise en place des services	Diplômé d'étude supérieure en marketing

	<p>Etablissement de diverses stratégies et politique au sein du centre</p> <p>Assure les tâches administratives. (au niveau du personnel)</p>	<p>Expériences dans un poste similaire</p> <p>Notion sur les différentes activités dans le centre serait un atout</p> <p>Ayant le sens de la responsabilité</p>
Médecin	<p>Aider les retraités dans le centre en cas de malaise</p> <p>Soigne et assure le suivi médical des membres du centre</p>	<p>Titulaire d'un doctorat en médecine</p> <p>Spécialisé sur les personnes âgées</p>
Responsable jeux et sport	<p>Informe et conseille les retraités dans le centre</p> <p>Assure l'animation dans le centre</p>	<p>Ayant une notion et expérience sur les jeux proposés</p> <p>Ayant des connaissances sur la danse, yoga et autre activités physiques que peuvent faire les personnes âgées</p>
Personnel de la restauration	<p>Accueille et sert les pensionnés</p>	<p>Expérience professionnelle dans un poste similaire</p>

Section 2. Organisation du travail

Cet établissement social que nous allons implanter va se trouver en plein centre ville. Ainsi, les retraités qui habitent aux environs n'auront plus à se déplacer loin de leur résidence. Dans la capitale, un centre spécialisé pour le loisir des personnes âgées n'existe pas encore, pourtant les personnes âgées constituent actuellement plus de 5% de la population et vont représenter en 2012, 20% des habitants de Madagascar. ⁽¹⁾

2.1. La capacité d'accueil

La capacité d'accueil ou de produire correspond aux quantités de produits ou services que nous sommes susceptibles de réaliser. L'analyse de la capacité d'accueil est très importante, elle permet d'établir une prévision des travaux à faire et du temps en fonction du volume de prestations offertes.

La production génère du résultat d'exploitation des différentes activités présentes dans le centre. L'évolution de la production est pour cela identifiée à partir de l'étude de la capacité d'accueil de chaque centre d'activité. Cette étude prend en considération le changement d'une saison à une autre.

Pour commencer, le centre sera ouvert trois fois par semaine de 14h à 17h, et on espère recueillir une vingtaine de retraités chaque jour d'ouverture.

2.2. Identification des matériels

Sans matériels et équipement, nous ne pouvons pas exercer notre activité, ce sont donc des éléments essentiels pour le bon fonctionnement du centre de loisir. Nous allons détailler ci-après tous nos matériels pour les jeux de distraction et les mobiliers nécessaires.

⁽¹⁾ DMD Dans les Médias de Demain n° 755 du 08-11-01

Les détails des matériels :

Tableau 5 : détail des matériels suivant les activités

Types d'activité	Types de loisir	Matériels
Activités culturelles	Echange de savoir, bibliothèque, cinéma...	Livres, journaux, télévision
Activités physiques	Gymnastique, danse, yoga...	
Activités manuelles	Couture, bricolage, broderie...	Matériels de couture et de bricolage
Activités ludiques	Jeux de cartes, jeux de société, jeux collectifs...	Fanorona, Katro, Echechs, Scrabble, Dame, Dominos, Loto, Cartes
Activités sociales	Repas, débats, thé, atelier mémoire...	

Les meubles :

Chaque appareil doit être à sa place pour permettre, non seulement d’avoir une vue magnifique, mais aussi de lui donner une valeur pour la qualité de service à offrir. Ainsi comme meuble, nous aurons besoin de :

- cinq petites tables carrées pour placer le poste téléviseur, mais aussi pour les jeux de société (fanorona, katro, échecs et dame)
- quatre tables rondes d’environ 1.5 mètre de diamètre pour les jeux de société.
- Quelques dizaines de chaises avec dossier pour les joueurs et les autres retraités présents dans le centre.

Les matériels et mobiliers de bureau :

Ils sont affichés dans le tableau suivant :

Tableau 6 : les matériels et mobilier de bureau

Personnel	Matériel de bureau
Gérant	Table, chaise de bureau, meuble de rangement des dossiers, téléphone
Responsable commercial	Table, chaise de bureau, meuble de rangement des dossiers, téléphone
Médecin	Table, chaise de bureau, meuble de rangement des dossiers, boîte à pharmacie

Chapitre 3. Stratégie marketing adoptée dans le centre

Section1. Politique Marketing

La politique marketing est un art de rechercher un avantage par rapport aux concurrents. La tâche primordiale du marketing est de déterminer les besoins et les désirs des consommateurs avant de s'attaquer à un marché avant toute action commerciale ainsi que de produire les satisfactions désirées de façon rentable par rapport à la concurrence.

Pour notre centre de loisir, nous allons adopter la politique marketing à l'occurrence de :

- Le marketing mix

1.1. Le marketing mix

Dans notre cas, nous allons appliquer ces quatre éléments constitutifs, à savoir :

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

1.1.1. La politique de produit

Le produit est l'ensemble des caractéristiques physiques, symboliques de tout ce qui se vend sur le marché et procure une certaine satisfaction au consommateur. Un produit peut être tangible ou non, on l'appelle « service », ce qui l'est dans notre cas.

La politique de produit a pour objectif d'améliorer la qualité de service vis-à-vis des concurrents sur le marché. Donc, pour maîtriser cette optique, et après avoir identifier les attentes des retraités, on a choisi la stratégie de positionnement pour placer notre produit sur le marché. La stratégie de positionnement permet de donner une place à notre centre et ses services offerts dans l'esprit des retraités.

Afin d'atteindre cet objectif, on doit se préoccuper du caractéristique du produit, il faut alors offrir des produits et services de bonne qualité, en d'autre terme la mise en place :

- des grandes salles bien aérées pour le bien être des retraités
- des chaises confortables avec dossier
- de l'affichage des informations sur les loisirs présents dans le centre
- des divers nouveaux livres et ne pas aussi oublier les anciens
- une buvette pour que les retraités puissent se rafraichir
- des poubelles en plastiques pour tenir toujours la propreté dans la salle.

1.1.2. La politique de prix

Le prix est le premier critère de choix des consommateurs. La détermination du prix de nos services, sans oublier que le centre est avant tout à caractère social et à but non lucratif, doit être en fonction de plusieurs facteurs, à l'occurrence de :

- l'analyse des prix des concurrents
- revenu moyen des retraités (essentiellement de la pension de retraite)
- les investissements et les charges engagées pour la mise en place de ce centre
- en fonction de la demande et de la part de marché

En fonction de la phase du cycle de vie dans laquelle se situe le produit ou l'offre d'un service, les conditions de la demande et de la concurrence évoluant, une adaptation du prix devra être envisagée. Les prix proposés dans le marché varient d'un centre à un autre, c'est-à-dire qu'actuellement, les prix sont libéralisés.

« La stratégie de prix de pénétration consiste à vendre un produit à un prix bas dans l'espoir de conquérir la plus grande part de marché possible et de stimuler la demande.»³

³ Yves CHIROUZE Le marketing – Etude et Stratégie Edition 2003, page 474

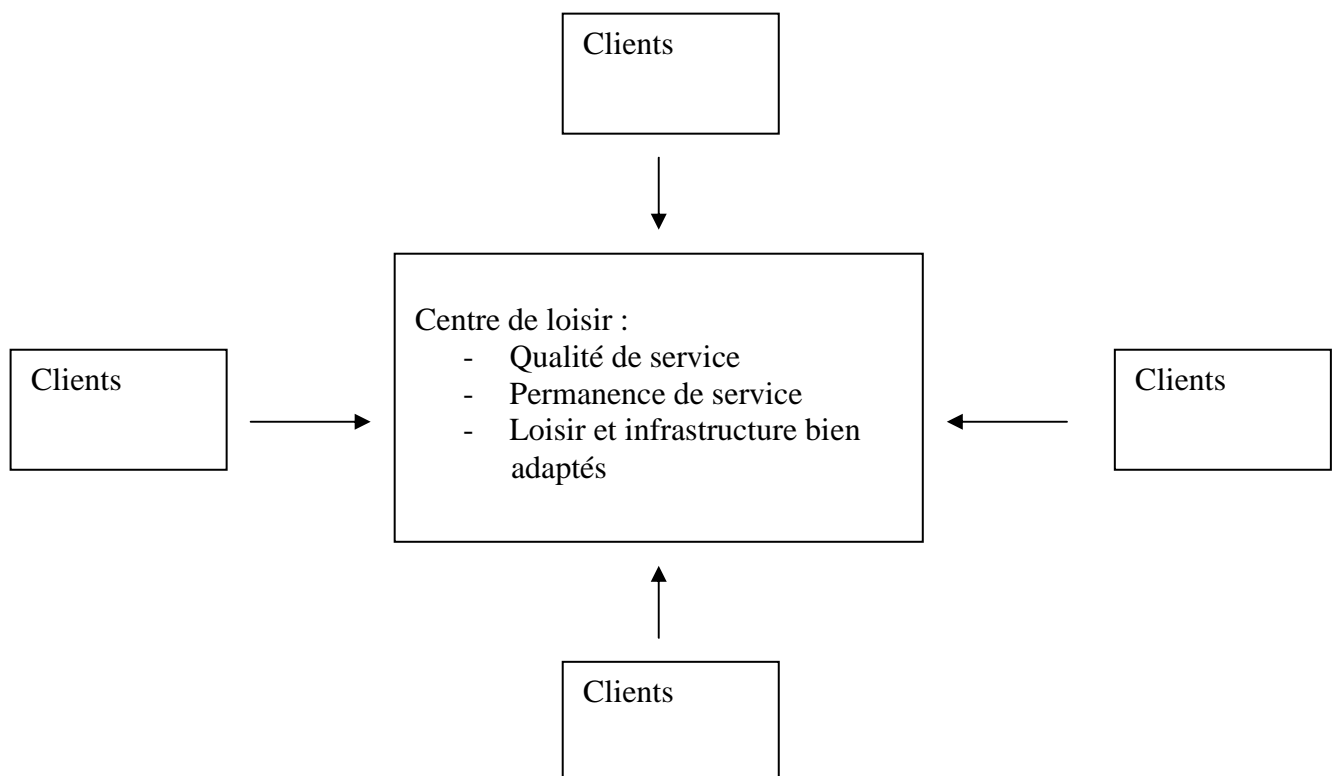
1.1.3. La politique de distribution

Elle permet aux retraités de trouver aisément leurs besoins, avec un choix suffisant, tout en évitant de se déplacer trop loin, ce qui est une perte de temps.

Pour notre cas, notre centre de loisir vise à atteindre principalement les retraités de la CNaPS habitant dans le centre ville pour réduire au minimum leur frais de déplacement en allant se distraire dans notre centre.

Le schéma ci-après montre le mode de distribution du centre :

Fig 4 : mode de distribution



1.1.3. La politique de communication et de promotion

Communiquer, c'est de transmettre les informations dans le but d'obtenir de la part du destinataire une modification de comportement ou d'attitude. 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 de l'information.

On peut vendre un produit ou un service sans la publicité mais sans communication.

Notons d'ailleurs que la communication est un moyen que nous avons opté pour le lancement du centre de loisir et que la publicité est un instrument privilège de la communication.

De manière plus détaillée, nos objectifs seront : de nous différencier de la concurrence, transmettre une image positive de la CNaPS, de faire connaître le centre, construire une image de marque, d'encourager la fidélité des retraités, d'informer sur le positionnement en terme de service offert qui est le plus adapté aux personnes âgées.

Parmi les outils pour communiquer, on distingue : la publicité médias et hors médias.

La première regroupe la publicité au travers de la presse, de la télévision, de la radio et des affichages.

La seconde rassemble les autres techniques, la publicité par des événements, la distribution des prospectus.

Pour notre cas, nous allons adopter la publicité médias parce qu'elle est la plus appropriée pour notre produit. Mais comme il faut faire référence au budget, la publicité sera limitée à travers la télévision et la radio.

Voilà donc ce que nous allons faire pour la communication et nous allons aborder maintenant ce que nous allons faire pour la promotion.

De ce fait, la promotion a pour objectif d'influencer les comportements du public par le biais d'une facilitation ou d'une incitation directe.

Donc, pour notre centre, la première forme de promotion à laquelle on peut penser est la réduction des tarifs c'est-à-dire que les services offerts dans le centre de loisir sont temporairement inférieurs au tarif habituel. Pour cela, la réduction de tarif est simple et efficace. Nous l'utiliserons au moment du lancement pour attirer plus de retraités. Ou bien, il consiste à offrir des cadeaux aux dix premiers membres, comme des casquettes, stylos, porte clé, tee-shirt, et ces cadeaux porteront le nom du centre.

En effet, la communication et promotion constituent souvent les mêmes alternatives en vue d'atteindre un même objectif. Il y a lieu de remarquer aussi que communication et promotion sont souvent employées d'une manière conjointe l'une appuyant l'autre. C'est ainsi que pour être efficace, une vente promotionnelle à prix réduit devra généralement être portée à la connaissance du public par une campagne publicitaire.

En un mot, la publicité suscite tout sauf l'indifférence. Elle est constituée de tous les moyens destinés à informer une cible et à convaincre à acheter un produit ou un service.

Section 2. Les ressources

2.1. Les ressources à long terme

Les ressources à long terme comprennent l'apport personnel du fondateur et les emprunts à long terme.

Dans notre cas, comme c'est dans le cadre de l'accomplissement du politique d'action sociale de la Caisse National de Prévoyance Sociale, qui est prévu comme étant une extension de son activité, la CNaPS pourra contribuer à la mise en place du centre de deux manières : soit en apportant des matériels en tant qu'apport en nature, soit en apportant des fonds en tant qu'apport en numéraire.

Les ressources à long terme sont constituées par les immobilisations incorporelles et corporelles. Les immobilisations corporelles sont les biens immobilisés

et mobiliers appartenant au centre. Il s'agit des terrains, construction, matériel et outillage, agencement et installation et les matériels de bureau.

Tandis que les immobilisations incorporelles comprennent les frais d'établissement qui englobent les frais engagés à la constitution du centre de loisir.

Les apports en nature :

Il est composé des éléments suivants :

- un terrain ou une maison pour devenir le futur centre de loisir
- les travaux préparatoires comme les constructions et l'aménagement des infrastructures.
- Les mobiliers et les chaises.

Les apports en numéraire :

Les frais d'établissement, les frais d'installation, d'agencement, et d'aménagement.

2.2. Les emprunts à moyen terme

Le centre a besoin d'importants capitaux pour assurer sa construction et son équipement. Le fondateur n'arrivera pas à fournir tout seul ces fonds. C'est la raison pour la quelle une grande partie des activités sera financée à l'aide d'un emprunt.

2.3. Le crédit à court terme

Contrairement aux autres ressources, le crédit à court terme est utile pour assurer la bonne marche quotidienne du centre. Ce type de crédit est utilisé à titre occasionnel. Il est calculé suivant les besoins de financement du centre en matière de crédit de fonctionnement.

.

Nous allons aussi recourir dans le sponsoring car nous pouvons y trouver une communication plus douce, et strictement moins commerciale, sympathique, conviviale.

2.4. Opération Lait

Le but du centre est surtout contribuer à la satisfaction des besoins essentiels des personnes âgées ou précisément les retraités. Pour ce faire, plusieurs stratégies ont été définies, à part cette création de centre de loisir et d'échange de savoir, on a aussi prévu la création d'activité génératrice de revenu. C'est dans cette optique qu'on a eu l'idée de « l'opération lait », puisque prendre sa retraite veut dire en malagasy « misotro ronono » ou boire du lait. Pour commencer alors cette activité, on va donner au retraité des intrants et des petits outillages nécessaires à cette activité génératrice de revenu. Il faut simplement faire des accords avec une société productrice de lait en boîte, car on va jouer sur le packaging et les retraités n'ont plus qu'à vendre ces boîtes de lait auprès de diverses entreprises.

Section 3 : Evaluation du centre et résultat attendu

Dans cette dernière section, nous allons nous concentrer sur l'évaluation sociale et sur le niveau de vie des retraités. Le centre est alors un moyen favorable pour les retraités de reprendre une activité pour garder la forme ou maintenir un lien social

Grace à la mise en place du centre de loisir, et aux diverses solutions que nous avons apportées, nous espérons des résultats que nous avons classifiés suivant les évaluations ci-dessous :

3.1. Evaluation sociale

Durant l'installation de l'infrastructure du centre, beaucoup de tâches nécessitent des mains d'œuvre car dès le départ, la réalisation du centre nécessite des moyens financiers et humains considérables, et sollicite la participation de plusieurs intervenants. Par conséquent, de nombreux individus vont trouver du petit boulot au lieu d'être au chômage.

En outre, les personnes ayant les qualifications mentionnées dans la partie précédente, le centre leur donne l'opportunité de travailler, d'acquérir des expériences et à la fois d'entreprendre une action de bienfaisance.

Bref, plus d'une vingtaine de personnes auront des emplois temporaires et permanents.

3.2. Evaluation sur le niveau de vie des retraités

Ce centre a d'abord pour objet la satisfaction des besoins longtemps inhibés par l'absence de l'offre dans ce secteur. Il vise aussi à redynamiser l'action sociale entreprise par la CNaPS, apportant ainsi un peu de nouveauté et de divertissement dans la vie des personnes âgées en commençant par les retraités affiliées à la CNaPS.

Dans le centre, ils auront ainsi l'assurance de pouvoir à chaque instant être écouté et aidé. Ils trouveront, pour accomplir leur besoins de distraction et de loisir, le soutien d'un personnel alliant professionnalisme, humanité et disponibilité.

Conclusion

La prévoyance sociale est reconnue comme un investissement humain, de première nécessité, comme l'affirme de nombreuses constitutions, la sécurité sociale provoque constamment un conflit entre cet investissement collectif, dont la rentabilité économique n'est pas toujours facile à évaluer et n'a pas de répercussion immédiate, et les investissements industriels et commerciaux, qui ont un impact direct sur les revenus.

La contribution à la réalisation de la politique de sécurité sociale de l'Etat en faveur des travailleurs du secteur privé est la mission principale de la CNaPS et ses activités s'étendent sur l'assurance de la gestion de ses différentes prestations, à savoir : les prestations familiales, les prestations d'accident de travail et maladies professionnelles et la pension de retraite. Etant la seule entreprise à exercer son activité dans ce secteur, la CNaPS jouit parfaitement de sa position de monopole dans ce domaine de sécurité sociale à Madagascar. Par ailleurs, à travers les recherches et analyses qu'on a faites, on a pu déceler quelques problèmes au niveau de sa situation en générale et aussi au niveau du service offert. C'est surtout au niveau des retraités affiliés à la CNaPS qui nous a le plus marqué. Les problèmes rencontrés par les retraités de la CNaPS sont généralement ceux de la pension de retraite (revenu), de santé et de loisir. On a constaté que leur prise en charge dans le domaine du loisir n'est pas du tout adéquate. Il convient alors de parler que le loisir des personnes âgées est l'une des raisons qui nous ont incités à élaborer cette étude.

Face à ce problème, on a alors proposé la mise en place d'un centre de loisir pour les retraités de la CNaPS, de plus, les infrastructures de loisir spécialement pour les personnes âgées sont infimes par rapport au potentiel démographique et du fait que tout le monde a besoin de se divertir ; pour éviter la monotonie fatigante de la vie quotidienne, les gens et surtout les personnes âgées ont besoin de loisir.

Etant le premier établissement du genre à se lancer dans le centre ville et d'après les constatations faites au cours de cette étude, la demande est largement supérieure à l'offre et la concurrence est quasi inexistante.

En outre, le centre permet aux retraités d'avoir un lieu pour se rencontrer, pour passer un bon moment en compagnie des autres retraités et de créer ainsi un lien social et de se rompre avec l'isolement.

En somme, cette étude a permis de donner à la CNaPS une possibilité d'extension d'activité tout en apportant notre part de responsabilité envers les aînés. Nous ne devons pas rester sur ces études si nous voulons nous améliorer et donner encore plus de satisfaction à toutes les personnes concernées. En effet, nous avons des projets d'avenir à long terme comme l'implantation d'autres centres de loisir dans d'autres régions.

Bibliographie :

Code de la sécurité sociale, Litec 2000

Daniel Durafour, Marketing, DUNOD, 1997, Paris, 78p

Entreprendre en milieu rural, SID édition

Gide de l'Employeur et de l'allocataire, CNaPS Ampefiloha édition 2003 50p

GREFFE Xavier, MAIRESSE Jacques, REIFFERS Jean Louis ENCYCLOPEDIE ECONOMIQUE, Ed.Economicas.1990

KOTLER et DUBOIS, Marketing Management 9^{ème} édition, 790p

Thierry HOUGRON, La conduite de projet, édition DUNOD

Yves CHIROUZE, Le Marketing-étude et Stratégies, Edition 2003

Yvonne Lambert-Faivre, Risque et assurance des entreprises 3^{ème} édition, Ed PRECIS DALLOZ

Revues :

DMD Dans les Médias de Demain du 08-11-01, 15^{ème} année n° 755

La lettre Mensuelle de Jureco n°21 Périodique d'information et d'analyse Janvier 1997

Le bulletin du GEM n°012 Avril 1998 (Groupement de Entreprise de Madagascar)

Webographie :

Mots clés : Retraite, personnes âgées, loisir, activités personnes âgées, CNaPS, sécurité sociale, prévoyance sociale

www.memoireonline.com

www.retraite.cnaf.fr

en.wikipedia.org

www.b2b-marketing.fr

www.madagascar-tribune.com

www.cleiss.fr

www.cnaps.mg

ANNEXES

Annexe 1

Les délégations régionales et antennes de la CNaPS

	Code postal	B.P	Téléphone
ANTANTANARIVO - Ampefiloha	101	233	22 205 20
DELEGATIONS REGIONALES			
AMBATONDRAZAKA	503	105	54 810 66
AMBOSITRA	306	101	47 710 13
ANTSIRABE	110	131	44 486 61
ANTSIRANANA	201	189	82 225 26
ANTSOHIHY	407	79	67 710 92
FARAFANGANA	309	41	73 911 82
FIANARANTSOA	301	8	75 508 42
MAHAJANGA	401	209	62 229 11
MANANJARY	317	47	72 940 73
MIARINARIVO	117	41	48 834 68
MORONDAVA	619	151	95 521 83
NOSY BE	207	223	86 614 70
SAMBAVA	208	54	88 920 69
TOAMASINA	501	180	53 328 99
TOLAGNARO	614	136	92 211 00
TOLIARY	601	148	94 411 07
ANTENNES			
AMBANJA	203		
AMPANIHY	605	13	
ANTALAHA	206		88 812 80
FENERIVE EST	509		
IHOSY	313	109	
MAINTIRANO	413	81	
MANAKARA	316	45	72 212 31
MAROVOAY	416	3536	
MORAMANGA	514	47	56 821 44
VATOMANDRY	517		53 821 81

Table des matières

REMERCIEMENTS

SOMMAIRE

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

LISTE DES ABREVIATIONS ET ACRONYMES

Introduction.....	1
Première partie PRESENTATION GENERALE DE LA SITUATION.....	3
Chapitre 1. Présentation de la CNaPS	4
Section 1. Historique de la CNaPS :	4
1.1. La C.C.P.F.....	5
1.2. La C.N.A.F.A.T.....	5
1.3. La CNaPS.....	5
Section 2 : Organisation de la CNaPS.....	6
2.1. Structure organisationnel.....	6
2.2. Mission et responsabilité de chaque poste existant dans la CNaPS	7
Le conseil d'Administration.....	7
La Direction Générale	7
2.3. Fonctionnement	10
2.4. Le Service Actions Sanitaire et Sociale (SASS) :	11
Section 3 : Le Mix Marketing adopté par l'entreprise	14
3.1. Le produit	14
3.2. Le prix	15
3.3. La distribution	17
3.4. La communication.....	18
3.5. Environnement politique de l'entreprise	18
Chapitre 2. Cadre de l'étude.....	19
Section 1. Désœuvrement des retraités de la CNaPS	19
1.1. Conditions matérielles et économiques :	20
1.2. Conditions physiques :	20
Section 2. Enquête auprès des retraités	21
2.1. Le champ social.....	21
2.2. Méthode d'analyse	21
2.3. La documentation	22
2.4. La collecte des données	22
2.5. L'échantillonnage	23
2.6. Les questionnaires	24
2.7. Le choix des variables	24
2.8. Le dépouillement	25
Chapitre 3. Les théories générales en Marketing	27
Section 1 : Concept et définition du marketing	27
1.1. Définitions de l'esprit Marketing	27
1.2. Missions et fonction du Marketing.....	27
Section 2. Notions sur l'étude de marché.....	28

2.1. Analyse de la demande.....	29
2.2. Analyse de l'offre.....	29
2.3. Analyse des facteurs d'environnements.....	29
Deuxième partie. ANALYSE DE LA SITUATION.....	31
Chapitre 1. Diagnostics	33
Section 1. Les forces	33
1.1. La CNaPS est un établissement public.....	33
1.2. Position de monopole au niveau de la sécurité sociale	34
Section 2 : Les faiblesses	35
2.1. Défaillance du système informatique	35
2.2. Insuffisance du personnel.....	35
2.3. Manque de pouvoir d'initiative	36
Section 3 : Les opportunités	37
3.1. Amélioration de la sécurité sociale	37
3.2. Convention entre la France et Madagascar	38
Section 4. Les menaces	39
4.1. Insuffisance du nombre de contrôleur.....	39
4.2. Non affiliation des travailleurs du secteur informel.....	40
Chapitre 2. Les problèmes.....	40
Section 1. Problèmes organisationnels.....	40
1.1. Autonomie de gestion.....	40
1.2. Pression des pouvoirs publics	41
1.3. Manque de formation du personnel.....	41
Section 2 : Problèmes sur le Mix	42
2.1. Insuffisance du montant des cotisations.....	42
2.2. Insatisfaction des retraités	43
2.3. Absence de l'action sociale	44
Troisième partie : SOLUTIONS PROPOSEES.....	46
Chapitre 1. Mise en place d'un centre de loisir.....	48
Section 1. Identification du centre.....	49
1.1. Description et caractéristique du centre	49
1.2. Objectif du centre	50
1.3. Intérêt du centre.....	51
Section 2 : Etude de marché sur le centre	52
2.1. Analyse de la demande.....	53
Répartition des retraités sur Tana :.....	54
2.2 : Analyse de l'offre.....	55
Chapitre 2. Organisation interne du centre.....	56
Section 1. Organisation des ressources humaines	56
1.1. Organigramme envisagé.....	57
1.2. Les principaux rôles du personnel :.....	58
1.3. Gestion du personnel.....	59
Section 2. Organisation du travail	61
2.1. La capacité d'accueil	61
2.2. Identification des matériels	61
Chapitre 3. Stratégie marketing adoptée dans le centre	64
Section1. Politique Marketing.....	64
1.1. Le marketing mix	64
Section 2. Les ressources	69

2.1. Les ressources à long terme	69
2.2. Les emprunts à moyen terme	70
2.3. Le crédit à court terme	71
2.4. Opération Lait	71
Section 3 : Evaluation du centre et résultat attendu	72
3.1. Evaluation sociale	72
3.2. Evaluation sur le niveau de vie des retraités	72
Conclusion	74

BIBLIOGRAPHIE

ANNEXES

TABLE DES MATIERES