

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS

INTRODUCTION GENERALE

Première Partie : Identification du projet

CHAPITRE 1 : PRÉSENTATION DU PROJET

CHAPITRE 2 : ÉTUDE DU MARCHÉ

CHAPITRE 3 : THÉORIE GÉNÉRALE SUR LES OUTILS ET LES CRITÈRES D'ÉVALUATION

Deuxième Partie : Conduite du projet

CHAPITRE 1 : TECHNIQUE DE RÉALISATION

CHAPITRE 2 : LA CAPACITÉ D'ACCUEIL ENVISAGÉE

CHAPITRE 3 : ÉTUDES ORGANISATIONNELLES

Troisième Partie : Etude financière du projet

CHAPITRE 1 : COÛT DES INVESTISSEMENT

CHAPITRE 2 : ÉTUDE DE FAISABILITÉ

CHAPITRE 3 : ÉVALUATION DU PROJET

CONCLUSION GENERALE

ANNEXES

BIBLIOGRAPHIE

TABLE DES MATIERES

.....

LISTES DES ABREVIATIONS

Abréviations :

TIC : Technologie de l'Informatique et de la Communication

INSTAT : Institut National de la Statistique

CAHT : Chiffres d'Affaires Hors Taxe

MBA : Marge Brute d'Autofinancement

VAN : Valeur Actuelle Nette

TRI : Taux de Rentabilité Interne

IP : Indice de Profitabilité

DRCI : Durée de Récupération des Capitaux Investis

VA : Valeur Ajoutée

PIB : Produit Intérieur Brut

Ik : coût moyen

BLR : Boucle Local Radio

Ar : Ariary

LISTES DES TABLEAUX

Tableau n°01 : Equipement et installation base station BLR

Tableau n°02 : Matériel pour les clients

Tableau n°03 : Récapitulation des qualifications des personnels

Tableau n°04 : Salaire du personnel

Tableau n°05 : Charge du personnel

Tableau n°06 : Listes des matériels et outillages

Tableau n°07 : Liste des MMB

Tableau n°08 : Coût des installations

Tableau n°09 : Coût des frais d'établissement

Tableau n°10 : Coût des investissements sur les immobilisations

Tableau n°11 : Consommation des Matières Premières

Tableau n°12 : Fond de roulement initial

Tableau n°13 : Montant du financement

Tableau n°14 : Détail du financement

Tableau n°15 : Schéma du plan de financement

Tableau n°16 : Amortissement des biens immobilisés

Tableau n°17 : Tableau des amortissements

Tableau n°18 : Tableau de remboursement

Tableau n°19 : Récapitulation des produits

Tableau n°20 : Récapitulation des charges

Tableau n°21 : Tableau de trésorerie prévisionnelle

Tableau n°22 : Bilan de départ

Tableau n°23 : Bilan au 31 décembre de l'année 1

Tableau n°24 : Bilan au 31 décembre de l'année 2

Tableau n°25 : Bilan au 31 décembre de l'année 3

Tableau n°26 : Bilan au 31 décembre de l'année 4

Tableau n°27 : Bilan au 31 décembre de l'année 5

Tableau n°28 : Estimation des recettes

Tableau n°29 : Les Marges Brutes d'autofinancement

Tableau n°30 : La Valeur Actuelle Nette

Tableau n°31 : Calcul du DRCI

LISTE DES FIGURES

Figure n°01 : Antenne radio de BLR

Figure n°02 : Architecture de connexion à Internet via la BLR

Figure n°03 : Schéma d'une structure hiérarchique

Figure n°04 : Organigramme

INTRODUCTION

L'informatique joue un rôle très particulier dans l'accélération du pouls économie. Elle est en partie responsable du phénomène et apporte en même temps les moyens techniques nécessaires à l'adaptation. Sa large implantation dans les entreprises démontre qu'il n'est plus l'heure pour discuter de l'importance de ces apports réels. Bien au contraire, l'informatique d'entreprise a franchi un cap. La lame de fonds appelée : Internet submerge progressivement les réseaux informatiques internes, qui profitent au passage des innovations les plus prometteuses.

L'information tient une place importante dans le processus de développement d'un pays. L'accès à l'information contribue largement à l'épanouissement de l'individu et permet ainsi de remplir les conditions sociales nécessaires à une croissance économique soutenue et durable.

L'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) constitue sans nul doute un facteur de gain d'efficacité au niveau des organisations de diverse nature que ce soit en terme de productivité qu'en terme de compétitivité.

En 1996, seuls 5 pays africains étaient équipés pour l'accès à Internet. Aujourd'hui, tous les pays sont connectés et dotés de capacité nécessaire. L'Afrique subsaharienne et l'Asie du Sud occupent les derniers rangs de la région du monde en termes de prospérité et d'opportunité numérique.

A Madagascar depuis 1996, les Malgaches commencent à s'intéresser aux TIC surtout à l'utilisation de l'Internet. Les 93,3 % des grandes entreprises et des PME déclarent que l'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication est indispensable pour leur activité.

Mais, quant aux perceptions des individus interrogés sur les facteurs de blocage sur l'utilisation des TICs en générale, le facteur « coût élevé » constitue le principal obstacle et la saturation des réseaux entraîne une connexion très lente au niveau de la vitesse.

Donc, on a envisagé de créer un projet de fourniture d'accès à Haut débit par la Boucle Local Radio) ou réseau sans fil.

Nous avons adopté quelques méthodologies pour l'élaboration de mémoire, à savoir :

- Interview auprès des personnels des autres sociétés « Fournisseur d'Accès »
- Observation participative lors du stage
- Documentation auprès des bibliothèques
- Consultation des dossiers auprès de l'INSTAT et de l'OMERT
- Consultation des sites Internet

Pour mener à bien notre travail, nous allons le subdiviser en trois (3) parties bien distinctes :

- La première partie sera consacrée à la présentation du projet ; son historique et ses caractéristiques mais surtout l'étude de marché de la zone d'implantation ;
- Ensuite, on traitera le volet technique entre autre la technique de production et ses capacités et l'étude organisationnelles de l'entreprise ;
- Enfin, la troisième et dernière partie évoquera surtout l'aspect financier du projet notamment le coût des investissements, sa faisabilité et les évaluations à effectuer

PARTIE 1 : IDENTIFICATION DU PROJET

Dans cette partie on va parler de la présentation du projet, l'étude du marché et la théorie générale sur les outils et évaluation du projet

Chapitre 1 : PRÉSENTATION DU PROJET

Ce chapitre évoquera l'historique et les caractéristiques du projet

Section 1 : Historique du projet

1.1 Un réseau initialement militaire

Internet, réseau des réseaux, trouve son origine en 1969 avec la création du réseau militaire américain ARPANET (Advanced Research Projects Agency NETwork). En effet, à l'époque, les réseaux informatiques étaient pratiquement tous centralisés : un ordinateur centrale permettait à d'autres terminaux de travailler. Ce modèle présentait un énorme inconvénient pour le DOD (le département Américain de la défense). En effet, alors en pleine guerre froide, si un missile atteignait le poste central, tout le réseau s'en trouvait alors anéanti : inconcevable. Il fallut donc opter pour un autre modèle de réseau.

Le modèle ARPANET était donc sensiblement différent : au lieu de baser toutes l'information sur un unique ordinateur, celle-ci est distribuée sur divers pôles géographiques, chaque pôle étant autonome. Ainsi, même si une partie de l'information se trouvait détruite, le reste pouvait toujours être exploité.

1.2 L'origine de l'Internet

Son origine remonte à l'époque de la **guerre froide**. En **1964**, les militaires américains auraient voulu avoir un système de communications à l'abri de toute attaque surprise, c'est-à-dire décentralisé et pouvant résister à la coupure " accidentelle " de telle ou telle liaison entre certains points de leur territoire. Le but était que l'on puisse utiliser un seul terminal pour se connecter à un nombre quelconque d'ordinateurs.

Un peu plus tard, en **1973**, fut créé le concept **Internet** : il proposait un langage commun pour interconnecter des ordinateurs ou des réseaux distincts au moyen de passerelles. Il suffisait de créer des points de contact décentralisés à l'aide de **routeurs**. Quand un même ordinateur est relié à plusieurs routeurs, la panne ou l'indisponibilité d'un routeur n'empêche pas les possibilités d'interconnexion de l'ensemble.

Sur un réseau, les informations à échanger entre deux points sont découpées en petits paquets. Si au cours de la transmission une erreur survient, les routeurs pourront modifier le parcours des informations permettant une bonne réception des données.

Afin d'assurer le bon fonctionnement de l'ensemble, il faut un protocole commun d'échange : celui-ci s'appelle **TCP/IP**.

Quelques dates :

- 1969** : première liaison entre deux machines
- 1970** : quatre machines interconnectées
- 1971** : 13 ordinateurs reliaient les universités et centres militaires
- 1972** : invention de la notion de courrier électronique
- 1978** : premier courrier électronique finalisé
- 1986** : 5000 ordinateurs reliés
- 1989** : 125 000 ordinateurs
- 1991** : 1 million de machines interconnectées
- 1992** : naissance du réseau de la recherche français, RENATER
- 1995** : aux USA, le nombre dépassait les trois millions

Section 2 : Caractéristique du projet

Dans cette section seront traitées, les objectifs et les intérêts du projet

2.1 Objectifs du projet

Le fournisseur d'accès est un lieu privatif où le public peut accéder à des services de télécommunication, la dénomination des divers modèles qui se sont développés ces 10 dernières années ne fait pas toujours l'unanimité. Toutefois le monde s'accorde sur le fait que l'essentiel reste la viabilité du projet « fourniture d'accès » pour garantir la prestation des services au plus grand nombre et pendant une longue période. Dans le cadre des modèles fondés sur l'approche commerciale tout en y associant la stratégie permettant d'atteindre les objectifs de développement économique et social.

Il s'agit d'implanter la fourniture d'accès.

2.1.1 Objectif global :

Cet objectif vise à permettre aux entreprises et à la population de la zone d'implantation de bénéficier du potentiel des Technologies de l'Informatique et de Communication (TIC) et de les insérer dans la société de l'information

2.1.2 Objectif spécifique :

Il vise à :

- Contribuer à la mise en œuvre de la stratégie et la politique de l'accès universel en d'autres termes la « Mondialisation ».
- Donner aux secteurs privés des opportunités de création d'affaires et de contribuer à l'amélioration de l'accessibilité aux services des TIC grâce aux contenus locaux.
- Créer des emplois, accroître les revenus des entreprises, des populations et à améliorer leur conditions de vie.
- Contribuer à faciliter la communication et la diffusion des actualités de par le monde.

2.1.3 Intérêts du projet

Ce projet permet aux investisseurs de participer activement au développement du pays. L'installation de fourniture d'accès permet de dégager une importante Valeur Ajoutée et permet aussi d'augmenter le degré de connaissance individuelle. L'entreprise contribue à l'amélioration de la relance économique en alimentant la caisse de l'Etat par les impôts et les taxes variées.

Dans ce chapitre nous avons pu voir la présentation du projet qui nous a permis d'apprécier son historique, ses caractéristiques et sa description afin de connaître les buts, les objectifs et les intérêts dudit projet ainsi que l'identité et l'activité principale de l'entreprise. Nous allons maintenant aborder le second chapitre qui porte sur l'étude du marché.

Chapitre 2 : ETUDE DU MARCHE VISE

Une étude de marché n'est pas une fin en soi ; c'est un outil qui permet de résoudre des problèmes stratégiques et opérationnels. Mais on n'en tire bénéfice que si on peut effectivement évaluer les circonstances où une étude apportera quelque chose utile, déterminer clairement les objectifs, et savoir exploiter les résultats à la fin. C'est pourquoi avant de se lancer dans la réalisation d'un projet quelconque, il est indispensable de faire une étude de marché.

Nous allons étudier successivement :

- La description du marché visé
- Le marché proprement dit où nous verrons l'analyse de l'offre et de la demande
- L'analyse de la concurrence
- La stratégie marketing à adopter

Section 1 : La description du marché visé

Pour décrire le marché que nous comptons cibler, nous allons étudier :

- Le lieu d'implantation
- La présentation du circuit de distribution
- Et l'évaluation du marché.

1.1 Le lieu d'implantation

On a choisi la province d'Antananarivo, comme il est le capital économique, politique et social de Madagascar.

Pour le taux d'utilisation de l'Internet par les individus dans la ville d'Antananarivo et ses agglomérations, l'enquête a montré que 32,5 % des individus interviewés déclarent pratiquer l'Internet ne serait-ce que pour la messagerie électronique . Ce taux étant assez significatif, l'Internet commence à prendre art dans la pratique quotidienne des tananariviens.

Antananarivo est la première ville qui a beaucoup d'Internautes à Madagascar.

1.2 La présentation du circuit de distribution

Le circuit de distribution est le chemin suivi par notre entreprise pour la vente de nos produits. Dans la définition du marketing mixte, le choix d'un circuit de distribution est délicat parce qu'il est un élément autonome de l'entreprise.

Pour notre projet nous avons décidé d'adopter une distribution directe que nous présentons dans la figure ci-dessous pour les deux raisons suivantes :

D'abord un service ne se stocke pas comme une marchandise, il est indispensable Ensuite pour le réaliser, il a besoin de l'implication personnelle du client.

Entreprise prestataire de service —————> Clientèle

1.3 Evolution du marché

Bien que l'implantation de ce projet dans la capitale vise surtout les entreprises qui se spécialisent dans l'importation et le développement de la population.

Donc, dans les six premiers mois ou même dans la première année, on ne fait seulement qu'un investissement pour la connaissance et l'attraction des clients potentiels.

Puis, le développement du marché dépend de la régularité des offres et de l'assurance des demandeurs d'être toujours servis à des prix assez stables. Il s'agit donc ; d'un marché très vaste et qui dispose d'une large capacité extension et consiste un facteur très porteur de développement.

Section 2 : Analyse de la demande

2.1 La demande

« La demande est la valeur quantitative totale ou globale de vente d'un service donné (ou d'un produit) par l'entreprise durant une période déterminée dans une certaine localité »¹. Elle est donc la consommation du marché c'est-à-dire qu'elle est constituée par l'ensemble des clients susceptible d'acheter les produits ou les services sur le marché.

Dans notre cas, elle est composée en majeur parti de micro entreprise.

2.2 Objectif et caractéristique de la demande :

« La demande vise à étudier le comportement des consommateurs surtout les clients potentiels grâce aux services offerts et proposés »¹.

En ce moment, la connexion existante dans notre pays reste insuffisante sur la vitesse pour maximiser le profit de la communication et de l'information. Il y a même dicton disant que le temps c'est de l'argent. Alors l'analyse de la demande nous a donc permis de constater que la mise en place de ce projet aide les entreprises mieux gérer les informations commerciales.

1 COHEN Elie, « Dictionnaire de Gestion », Edition la Découverte, Paris 1994

2.3 Comportement des consommateurs

Pour identifier les besoins des consommateurs, il nous faut étudier et analyser leur comportement face à l'achat d'un produit ou d'un service. Le but de cette analyse est de déterminer pourquoi un consommateur achète ou n'achète pas un produit ou un service. C'est aussi pour déterminer pourquoi un consommateur achète le produit d'une marque par rapport à une autre marque ou le service proposé par une partie et non celui proposée par une autre. Ainsi il faut donc trouver l'adéquation entre le consommateur et le service proposé ou la marque d'un produit. L'entreprise doit donc toujours raisonner en terme de produits ou services en fonction de besoin.

Il s'agit ici d'un aspect qualitatif de la demande, c'est à dire que le comportement des consommateurs face aux services proposés par nos soins peut se présenter à partir de la combinaison de plus facteurs ; les contraintes internes et les contraintes externes.

2.3.1 Les contraintes internes

Pour que notre projet soit rentable, il faut donc maîtriser certaines contraintes internes telle que :

L'attitude : qui est une prédisposition de l'individu à évaluer d'une certaine manière un objet ou le symbole d'un projet. Elle se compose en trois éléments qui sont les connaissances ou éléments cognitifs sur un objet, les sentiments ou éléments affectifs sur un objet et les tendances à agir ou éléments conatifs.

La motivation : qui est une sorte de stimulation provoquant l'achat d'un produit ou l'utilisation d'un service, autrement dit un comportement psychologique qui pousse les consommateurs à acheter le produit ou à utiliser le service offert.

Voyant la dépendance de ces variables vis-à-vis d'un produit. Dans la pratique, les besoins changent les attitudes des consommateurs. Or, c'est de par le produit qu'on satisfait nos besoins. Ainsi, nous pourrions dire que la variable attitude est liée au produit (ou service). En ce qui concerne la motivation, c'est non permanent chez le consommateur. En effet, la motivation est une variable liée au produit car, c'est cette variable suscite le besoin chez le consommateur, besoin qui est matérialisé par le produit (ou le service). Ainsi pour une bonne politique commerciale, on peut jouer sur ces deux variables que sont les attitudes et les motivations pour modifier ou diriger les comportements d'achat chez les consommateurs.

Dynamisme du système d'attitude chez l'individu :

L'attitude chez l'individu est organisée sous forme de système c'est-à-dire qu'il existe une relation étroite entre l'attitude et l'individu. En effet, l'ensemble du système d'attitude créé chez l'individu un système de valeur. Ainsi grâce au système d'attitude et de valeur, l'individu peut simplifier la vision d'un monde très complexe. En fait, il peut s'adapter à une situation donnée.

2.3.2 Les contraintes externes

Parmi les contraintes internes, on peut citer :

- la personnalité qui différencie les individus
- l'image de soi qui est la manière dont l'individu se considère
- le style de vie qui est la manière dont il vit quotidiennement
- et son statut qui est sa position sociale reconnue par autrui

Le style de vie nécessite d'être déterminé car il a une certaine influence sur la motivation et l'attitude car en général c'est de par son statut que l'individu va se comporter dans son achat.

D'où : style de vie → motivation → attitude → décision d'achat.

Ainsi, les informations réveillent l'attention, l'attention provoque l'intérêt, l'intérêt suscite le désir ; pousse à l'action.

Tout ce qu'on vient de dire montre l'importance de l'analyse comportementale de l'achat sur le marché. On va voir maintenant s'il existe une part de marché disponible pour ce service offert, ce qui nous amène à analyser l'offre.

Section 3 : Analyse de l'offre

Pour analyser l'offre, nous devons étudier les types de services offerts et leur qualité, la clientèle cible et enfin la part du marché.

3.1 Les spécificités du service

Notre société est un opérateur de réseau et de services de communication électronique permettant le déplacement d'un réseau et la fourniture de services de communication.

Accès à Internet ; qui est un réseau mondial d'échange de données constitué de serveurs reliés entre eux par le biais de réseaux de communication, accessible à tout utilisateur pourvu du

matériel informatique nécessaire ; est un service permettant aux usagers d'accéder au réseau Internet et à ses différents services :

- Courrier électronique
- Consultation de services en lignes
- Echange de fichiers et des données
- Plus généralement : échange de données à travers le réseau.

3.2 Objectif

Le seul objectif de l'entreprise se consacre sur la satisfaction des utilisateurs au niveau de l'offre ; c'est-à-dire au niveau de la qualité de service fourni. On parle surtout de la vitesse de la connexion.

3.3 Part de marché et analyse de vente

3.3.1 Part de marché :

Même si les concurrents ont presque envahis la totalité du marché, notre entreprise tient compte surtout sur la perception des individus d'où les obstacles à l'utilisation de l'Internet. On va voir d'abord un résumé sous forme de tableau de la perception des utilisateurs recensés au niveau des cybercafés. On prend le cas de cybercafé car il représente 85% des clients (selon l'enquête de l'INSTAT 2004).

Tableau n°01 : les types de problèmes rencontrés

Type de problèmes	Pourcentage
Système lent	59,3%
Coupure de courant	81,5%
Fausse manipulation par l'utilisateur	50,0%
Saturation des réseaux	85,2%
Autres problèmes	28,0%

Source : INSTAT, enquête TIC 2004

D'après ce tableau, la saturation des réseaux semble être plus sérieuse du fait qu'il est lié même aux conditions de l'offre des bandes passantes de communication.

Donc, on peut profiter de la situation en récupérant les clients qui demandent de la qualité. On peut avoir donc 30% du marché au minimum.

3.3.2 Analyse de vente

Tous les offreurs doivent étudier à part de marché, la statistique de vente afin de trouver vraiment les stratégies à entreprendre. Cette étude de tendance ou statistique de vente permet de connaître la situation de vente de chaque offreur, la position de l'entreprise considérée pour une année quelconque.

Cette analyse de vente est donnée par la formule suivante :

$$\text{Analyse de vente} = \frac{\text{Quantité vendue par produit}}{\text{Quantité de vente prévue}}$$

Section 4 : Analyse de la concurrence

Du point de vue stratégique, le marché est le champ d'action perméable aux actions commerciales de l'entreprise. Les champs d'action étant la zone où l'entreprise peut avoir de l'influence. On utilise aussi l'expression « environnement concurrentiel » pour désigner l'univers de notre entreprise et de ses concurrents.

Traditionnellement, on définit un concurrent comme quelqu'un qui propose le même produit sur le marché.

On va voir quelques concurrents qui font le même service que notre société :

NOMS	Prix mensuel d'abonnement (Ariary)
DTS	400 000
BLUE LINE	375 000
...	

Comme on parle dans l'étude de marché, ces autres opérateurs connaissent des problèmes au niveau de la saturation des réseaux. Donc, on a :

- 75% des cybercafés qui se plaignent d'avoir rencontré un problème de qualité de services

Et

- 50,7% des entreprises qui disposent d'un site web déclarent que la vitesse de la connexion est trop lente et signalent des problèmes techniques liés à la session Internet.

Ces utilisateurs sont prêts à contracter avec nous avec les meilleurs services que la société envisage de réaliser d'ici quelque mois.

Alors sur les champs concurrentiels, on a de l'espoir de gagner au moins 30% de marché.

Section 5 : Stratégies et politique marketing à adopter

Etant donné que notre activité sera beaucoup plus orientée à la commercialisation des services, nous allons donc étudier dans cette section les politiques et stratégies marketing que l'entreprise va adopter.

5.1 Stratégies marketing à adopter

On utilisera deux stratégies à savoir, la stratégie « push » et celle « pull ».

5.1.1 Marketing « push »

C'est une stratégie promotionnelle visant à « pousser » les services vers les clients en organisant une descente sur terrain lors d'une foire ou un évènement pour les TICs.

5.1.2 Marketing « pull »

C'est une stratégie marketing qui consiste à attirer les clients vers le produit en faisant par exemple de la publicité, de distribution des prospectus ...

5.2 Politique marketing à adopter

Pour avoir une meilleure force de vente, nous adopterons une politique commerciale basée sur la communication et sur la qualité de service. L'entreprise a choisi la politique du « 4P » :

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

5.2.1 La politique de produit

La politique de produit englobe l'ensemble des choix relatifs aux biens et services fournis par l'entreprise sur son marché. Ces choix constituent la composante du marketing

mix qui permet à l'entreprise de répondre à la question : « Quels biens et services offrir sur le marché ? »

Ils mettent en cause des décisions concernant :

- L'identification et parfois la création des produits ou services faisant l'objet de l'offre de l'entreprise, ainsi que la spécification de leurs caractéristiques majeures ;
- La recherche d'une cohérence entre les différentes composantes de l'offre, dans le cadre d'une politique de gamme ;
- Le renouvellement des produits ou services par le lancement d'articles nouveaux, le rajeunissement d'articles anciens et enfin, l'abandon de produits existants parvenus « en bout de course »

Dans la première décision, l'entreprise offre des services qui répondent aux mieux les besoins des clients que ce soit sur la nature matérielle des services qu'à sa perception psychologique et symbolique. Dans la seconde, elle propose une gamme large de services qui consiste à proposer un nombre élevé de lignes de produits (services), mais un nombre restreint d'articles à l'intérieur de ces lignes. Et enfin, dans la troisième, l'entreprise équilibre la gamme de produits (services) qu'elle offre. L'équilibre de la gamme résulte d'abord d'une combinaison de produits (services) parvenus à des stades différents de leur cycle de vie. La situation favorable d'une gamme constituée exclusivement de produit (services) en phase de croissance ou de maturité étant relativement improbable, l'entreprise devra éviter une concentration excessive de produits situés dans la même phase du cycle.

5.2.2 La politique de distribution

Nous avons décidé d'adopter une distribution directe pour les deux raisons suivantes : d'abord ne se stocke pas comme une marchandise, il est indispensable. Mais ensuite pour se réaliser, il a besoin de l'implication personnelle du client.

5.2.3 La politique de communication, la promotion des ventes et la publicité.

Par définition, la promotion est « un ensemble d'actions ponctuelles visant à obtenir une augmentation des ventes à court terme pour un produit déterminé, grâce à l'octroi d'avantages exceptionnels aux clients. »

Elle se rattache à la politique de communication à la fois parce qu'elle contribue à façonner l'image de l'entreprise et parce qu'elle fournit l'occasion d'un effort intense d'émission de messages destinés aux cibles que l'entreprise a choisi de privilégier.

Mais, par d'autres aspects, la promotion est articulée sur les politiques de prix et de distribution, voire sur la politique du produit.

Beaucoup de méthodes de promotion de ventes existent comme la réduction du prix, l'octroi de primes, l'essai gratuit d'un produit ou d'un service par un client et les offres spéciales. Dans notre cas, la promotion sera faite le jour de l'évènement de l'Internet ou plus précisément durant la fête de l'Internet.

Alors que la publicité cherche le plus souvent à modifier durablement les attitudes et les comportements du public à l'égard du service, la promotion s'attache surtout à exercer une stimulation momentanée de l'acte d'achat et exerce une influence strictement limitée dans le temps.

La publicité

La publicité consiste dans la diffusion par une entreprise ou par une institution en général de messages visant à créer ou à entretenir dans le public visé des représentations, une « image » favorable. Dans le cas des entreprises, cette activité cherche susciter l'achat par le public « cible » des produits proposés par l'émetteur ; dans le cas des autres organisations, les initiatives publicitaires poursuivent plutôt un objectif de persuasion, d'information ou d'image qu'un objectif commercial.

Les supports publicitaires que l'entreprise envisage d'utiliser une publicité en ligne ; par les portes ouvertes et par les différents moyens publicitaires comme les prospectus ; les audiovisuels et les journaux.

5.2.4 La politique de prix

Les politiques des prix traduisent en général des compromis entre la recherche d'un volume de vente déterminé et celle d'un niveau de prix assurant une couverture satisfaisante des coûts. Les multiples compromis ainsi envisageables sont bornés par deux options typées : celle de l'« *écrémage* », d'une part et celle de la « *pénétration* » d'autre part.

La politique d'« *écrémage* » consiste à accorder la priorité au dégagement d'une marge élevée et par conséquent à fixer un prix élevé, quitte à sacrifier le volume de ventes.

La politique de « *pénétration* » consiste au contraire à rechercher une progression rapide des ventes et la constitution d'une part de marché élevé ; elle conduit donc à consentir des « sacrifices » sur les marges en acceptant des prix de vente relativement bas.

La politique de prix relative à un produit peut également être infléchie pour suivre les phases de son cycle de vie. Dans notre projet et généralement, la phase de lancement impose l'implantation du produit nouveau sur un marché déjà tenu par des produits auxquels il

prétend se substituer ou même d'une création pure et simple d'un marché ; cette implantation requiert donc une politique de pénétration fondée sur la fixation d'un prix relativement bas. Par la suite, la croissance et la maturité permettront de bénéficier d'une augmentation de la demande qui autorisera soit une revalorisation du prix, soit le maintien du prix, mais, en toute hypothèse, une augmentation des marges grâce à une réduction progressive des coûts unitaires. Enfin, dans d'autres cas, c'est la fixation de prix bas dès le lancement qui présentera au contraire un caractère défensif en ménageant des perspectives de marges trop médiocre pour attirer de nouveaux compétiteurs. C'est la politique de prix que notre entreprise adoptera.

Quant à la détermination de la fixation du prix, l'entreprise doit baser sur les prix de connexion des concurrents. L'entreprise ne dispose pas d'une liberté sur le marché. Mais en tenant compte des coûts, l'entreprise applique fréquemment un taux de marge à leurs coûts de revient afin d'obtenir une rentabilité des capitaux investis jugée satisfaisante. Et enfin, en analysant la demande par rapport au prix. Le prix fixé par l'entreprise doit tenir compte de l'élasticité de la demande par rapport au prix. Le prix d'un même produit peut varier selon l'intensité de la demande.

Après avoir abordé l'étude de marché qui nous a permis de déterminer notre part de marché, les cibles et les services offerts, passons maintenant au troisième chapitre : les outils et critères d'évaluation du projet.

Chapitre 3 : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS ET LES CRITERES D'EVALUATION

Dans ce chapitre, on traitera les outils et les critères d'évaluation.

Section 1 : Les outils d'évaluation

La naissance d'une entreprise est la conséquence d'une décision d'investissement prise dans le cadre d'un projet qui se concrétise un jour. Cette décision d'investissement sera réalisée après une longue étude comparative et une estimation de la rentabilité étendue.

Et pour mesurer cette dernière, on se sert des outils d'évaluation.

En effet, le choix d'investissement peut être réalisé à l'aide d'un critère quantitatif comme la rentabilité des capitaux investis. Ces derniers sont comparés aux ressources apportées.

C'est la Marge Brute d'Autofinancement (MBA) ou « cash-flow ».

On obtient cette MBA à partir d'une formule comme suit :

$$\begin{array}{l}
 +\text{Recette (CAHT)} \\
 -\text{Charge (somme des charges calculées ou Amortissement+ charges décaissées ou total des} \\
 \quad \text{dépenses)} \\
 \hline
 : \text{Résultat net} \\
 + \text{Amortissement} \\
 \hline
 \text{M B A (Marge Brute d'Autofinancement)}
 \end{array}$$

Pour voir quelle alternative serait rentable exactement à partir d'une analyse des coûts et de bénéfice, on va procéder à la méthode d'actualisation d'un certain taux utilisé.

Les outils généralement utilisés pour évaluer un projet sont :

- La Valeur Actuelle Nette (VAN)
- Le Taux de Rentabilité Interne (TRI)
- L'Indice de Profitabilité (IP)
- Le Délai de récupération des Capitaux Investis (DRCI)

1.1 La VAN (Valeur Actuelle Nette)

Nous allons voir en premier lieu la définition, puis la formule et enfin l'interprétation de la Valeur Actuelle Nette (VAN).

1.1.1 Définition¹

La Valeur Actuelle Nette (VAN) représente la différence entre la somme des surplus monétaires (cash-flows) prévisionnels actualisés que l'on peut associer à un projet d'investissement initial et le coût initial de ce projet.

1.1.2 Formule

La formule de la Valeur Actuelle Nette (VAN) se présente comme suit :

$$VAN: \sum_{n:1}^p MBA_n (1+i)^{-n} - C$$

Ou C : Capital investi
i : Le taux d'actualisation
n : la durée de vie économique du projet

1.1.3 Interprétation de la formule

La Valeur Actuelle Nette (VAN) peut être positive, négative ou nulle ; ainsi on a

Si $VAN > 0$

Le projet envisagé permet, grâce aux revenus futurs qu'il semble devoir produire, de reconstituer les capitaux initialement avancés et de dégager un surcroît de richesse. Un projet dégagé une Valeur Actuelle Nette (VAN) positive devrait donc être retenu puisqu'il enrichit l'entreprise en assurant la reproduction élargie des mises de fonds effectuées.

Si $VAN < 0$

Les revenus espérés ne parviennent pas à compenser l'avance initiale en capital. Dans ces conditions, le projet étudié apparaît destructeur de ressources ou de richesse. Appauvrissant l'entreprise, il devrait donc être rejeté si l'on s'en tient à des considérations strictement financière.

Si $VAN : 0$

C'est un cas peu probable, mais si cela arrive, le projet d'investissement touché apparaît strictement équilibré ; il n'enrichit pas l'entreprise ; mais ne l'appauvrit pas non plus. Sa

¹ COHEN Elie, Dictionnaire de Gestion, Edition Découverte, Paris 1994

réalisation peut alors être envisagée pour des raisons stratégiques sociales, commerciales, techniques, ... sans susciter de contre indication du point de vue financière.

La Valeur Actuelle Nette (VAN) ne permet pas de classer des investissements entre eux, mais simplement de les accepter ou de les rejeter. Autrement dit elle constitue un critère de sélection entre deux projets.

1.2 Le Taux de Rentabilité Interne (TRI)

Nous allons voir en premier lieu la définition, puis la formule et enfin l'interprétation du Taux de Rentabilité Interne (TRI).

1.2.1 Définition

Le Taux de Rentabilité Interne (TRI) de l'investissement est le taux d'actualisation qui ramène la VAN à une valeur nulle (VAN : 0). Autrement dit, le Taux de Rentabilité Interne (TRI) d'un projet peut être considéré comme le taux d'intérêt maximal que l'entreprise pourrait supporter pour financer sans perte d'investissement considéré

1.2.2 Formule

Le Taux de Rentabilité Interne TRI x est donné par la relation suivante :

$$X : \text{TRI} / \text{VAN} : \sum_{n=1}^p \text{MBA}_n (1+i)^{-n} - C : 0$$

1.2.3 Interprétation

Si l'entreprise subit un coût moyen i_k sur son financier, tout projet dont le Taux de Rentabilité Interne (TRI x) dépasse i_k devrait être retenu puisque son rendement permettrait de compenser le coût des ressources et au-delà, d'enrichir l'entreprise.

Inversement, tout projet dont le TRI est inférieur à un taux i_k devrait être rejeté puisqu'il ne semble même pas susceptible de compenser le coût des ressources qu'il mobilise.

On dit alors que i_k constitue un taux de référence ou taux de rejet auquel le TRI calculé doit être comparé en vue d'une prise de décision.

On peut donc résumer ce qui est dit par :

$x > i_k \rightarrow$ acceptation du projet

$x : ik \rightarrow$ indifférence

$x < ik \rightarrow$ rejet du projet

1.3 La Durée de Récupération des Capitaux Investis (DRCI)

Nous allons voir en premier lieu la définition, puis la formule et enfin l'interprétation de la Durée de Récupération des Capitaux Investis (DRCI).

1.3.1 Définition³

Elle est représentée par le temps au bout duquel le cumul des cash-flows est égal au montant des capitaux investis.

Plus exactement, elle indique le nombre d'années nécessaires pour constituer le capital investi en fonction des valeurs actuelles nettes.

Elle correspond au délai au bout duquel les flux nets de trésorerie générés par l'investissement initial remboursé les flux de trésorerie.

1.3.2 Formule

La formule de la Durée de Récupération des Capitaux Investis (DRCI) se présente comme suit :

$$\text{DRCI: } \sum_{n:1}^p \text{MBA}_n (1+i)^{-n}$$

1.3.3 Interprétation de la formule

La Durée de Récupération des Capitaux Investis (DRCI) constitue un critère de rejet pour tout projet dont la durée de récupération est supérieure à la norme fixée par l'entreprise, c'est-à-dire la durée totale de l'investissement. Donc deux investissements, celui qui est le plus risqué est celui qui représente le délai le plus court.

1.4 Indice de Profitabilité (IP)

Nous allons voir en premier lieu la définition, puis la formule et enfin l'interprétation de l'Indice de Profitabilité (IP).

³ COHEN Elie, Dictionnaire de Gestion, Edition Découverte, Paris 1994

1.4.1 Définition⁴

L'Indice de Profitabilité mesure le profit induit par un franc de capital investi. Il doit être supérieur à 1 pour que le projet d'investissement soit rentable.

1.4.1 Formule

Il est représenté par le rapport suivant :

$$IP: \frac{\sum_{n=1}^p MBA_n (1+i)^{-n}}{C}$$

1.4.2 Interpretation

L'Indice de Profitabilité (IP) peut être :

IP > 1, la rentabilité est supérieure au taux exigé

IP : 0, la rentabilité est égal au taux exigé

IP < 1, la rentabilité est inférieur au taux exigé.

Il est un critère de sélection entre deux (2) projets. Le projet dont IP le plus élevé sera retenu.

Section 2 : Les critères d'évaluation du projet

Cette section met en exergue les différents critères d'évaluation servant à mesurer la viabilité d'un projet. Autrement dit on peut dire que le succès d'un projet peut être apprécié en combinant ces divers critères qui sont :

- La pertinence
- L'efficacité
- L'efficience
- La durabilité du projet
- L'impact du projet

2.1 La pertinence

Elle mesure la corrélation entre les objectifs du projet et ceux du développement avec ses priorités sur le plan global ou sectoriel. Elle justifie aussi le concept du projet par rapport aux besoins réels des groupes cibles.

4 COHEN Elie, Dictionnaire de Gestion, Edition Découverte, Paris 1994

La question qui se pose est donc : « les objectifs du projet sont ils pertinents par rapport aux besoins et attentes des bénéficiaires ? ».

2.2 L'efficacité

Une entreprise manifeste son efficacité lorsqu'elle se montre apte à atteindre les objectifs de gestion qui leur ont été assignés. Plus précisément, on dit qu'une entreprise est efficace quand elle atteint les objectifs qu'elle s'est fixée.

2.3 L'efficience

L'appréciation de l'efficience renvoie à la notion de productivité et met en rapport les ressources consommées et la production obtenue de façon générale, elle s'attache à évaluer la maîtrise par l'entreprise des processus technico-économiques qu'elle conduit.

Autrement dit, on dit qu'une entreprise fait preuve d'efficience lorsqu'elle manifeste son aptitude à tirer parti au mieux des ressources qui lui est confiée ; c'est-à-dire qu'elle atteint les objectifs qu'elle s'est fixée et cela à moindre coût.

2.4 La durabilité du projet

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

2.5 Impact du projet

L'impact ou la conséquence du projet analyse des effets directs les opportunités du projet au niveau socio-économique et financière.

La question qui se pose est donc « quels sont les effets du projet sur les bénéficiaires ? ».

Une fois qu'on a discerné le projet d'une façon à ce que sa présentation, l'étude de marché y afférente et les outils d'évaluation claire, on peut parler de ces éléments techniques, de sa capacité d'accueil envisagée et de l'organisation apportée au projet. Tout cela nous amène alors à la deuxième partie de l'ouvrage qui est « LA CONDUITE DU PROJET ».

PARTIE 2 : CONDUITE DU PROJET

Dans cette partie, on traitera ce qui est technique ; d'où la technique de réalisation, la capacité de production et l'étude organisationnelle du projet.

Chapitre 1 : TECHNIQUE DE REALISATION

Dans ce chapitre, on va voir l'identification des matériels et la technique de réalisation envisagée.

Section 1 : Identification des matériels

Dans cette section nous allons consulter les matériels dont l'entreprise a besoin et les matériels dont les clients doivent se procurer sous forme de tableau.

1.1 Les matériels pour la société

Tableau n°01 : EQUIPEMENT ET INSTALLATION BASE STATION BLR

N°	DESIGNATION	Nombre	P.U en Ar	P.T en Ar
1	base station Marque ALVARION BreezeACCESS VL	1	2 400 000	2 400 000
2	Mise en place MAT d'antenne pour Base Station	1	7 000 000	7 000 000
3	Système de sécurité Base Station Onduleur et Groupe électrogène et parafoudre	1	1 500 000	1 500 000
4	Serveurs (Microordinateur) - Gestion d'accès Internet - Serveur de Messagerie - Serveur web	2	5 000 000	10 000 000
5	Switch 24 ports 100bT	4	400 000	1 600 000
	TOTAL			22 500 000

1.2 Les équipements nécessaires pour les clients

Tableau n°02 : matériel pour les clients

N°	DESIGNATION	Nombre	P.U	P.T en Ar
1	station d'accès BLR (pour le client) BreezeNet	50	1 600 000	80 000 000
	TOTAL			80 000 000

Section 2 : La technique de réalisation

Cette section parle du mécanisme général du service offert et le contrat avec les clients.

2.1 Le mécanisme du service offert

Notre société consacre dans la distribution des réseaux à partir d'un satellite vers les consommateurs. On parle surtout de BLR (Boucle Locale radio) qui est une technologie sans fil capable de relier des opérateurs à leurs clients grâce aux ondes radio sur une distance de 4 à 20 km.

Donc, on doit louer un satellite. Et on distribue à partir de ce satellite des services d'accès Internet bidirectionnel à haut débit. Concrètement, une connexion par B.L.R. nécessite chez le client une petite antenne plate visant directement ou non (selon la bande de fréquence utilisée) l'antenne de l'opérateur, appelée station de base. Ensuite un câble relie l'antenne à un boîtier sur lequel se trouve différents connecteurs: prises téléphoniques, alimentation électrique. On peut connecter un modem ou un routeur RNIS sur l'une des prises téléphoniques pour obtenir une connexion à l'Internet en utilisant la B.L.R.

Pour avoir l'accès à nos services, nos clients doivent disposer d'un matériel « antenne satellite » livrée au moment où il accepte le contrat de vente.

2.2 Le contrat de vente

Le contrat d'abonnement avec les intéressés se caractérise comme suit :

- les frais d'abonnement : mensuel
- l'abonnement : fixé par an
- on livre *:
 - une antenne satellite capteur
 - un modem satellite émission/réception
 - un routeur

*Sous location par mois

- installation : gratuite
- service durant la durée du contrat : gratuit*

*sauf les frais de déplacement

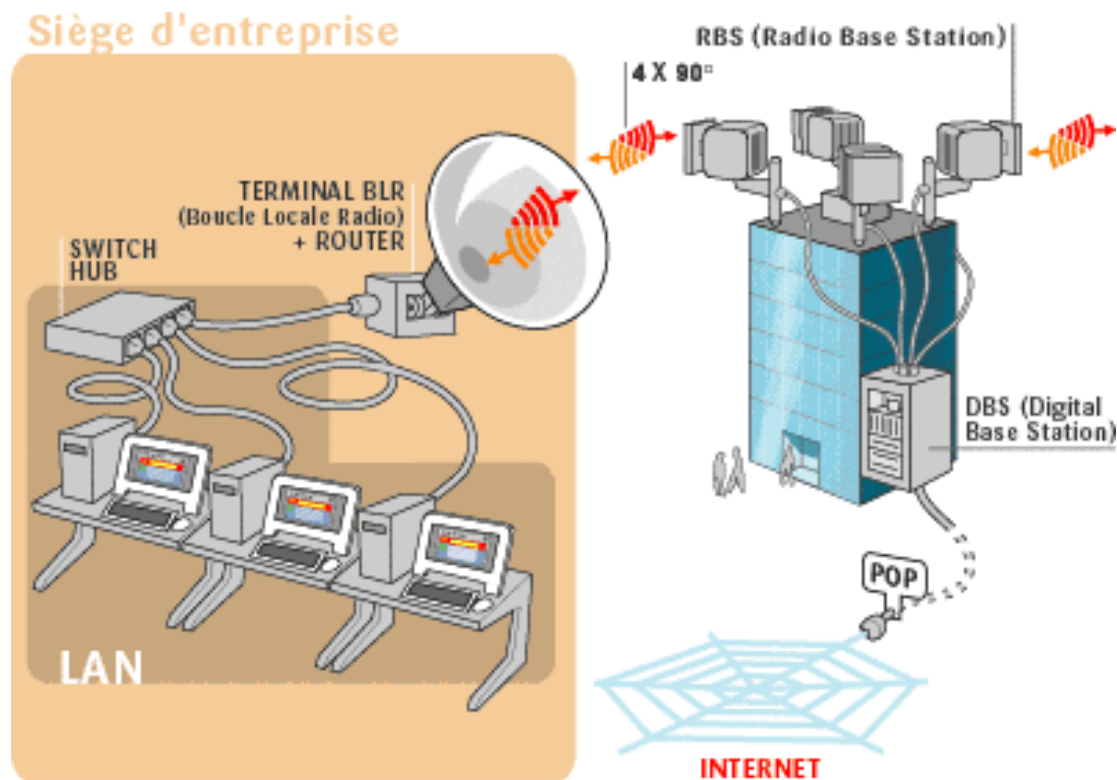
- pas besoin de ligne téléphonique ou de câble
- Illimité 24 h/24 h

Photo de l'antenne radio de BLR (Boucle Local Radio)



2.3 Résumé du mécanisme du service offert

Schéma : Architecture de connexion à Internet via la boucle locale radio



Source : www.blr.fr

Pour conclure, on a vu dans ce chapitre le mécanisme d'un service offert et le contrat de vente avec les consommateurs. Maintenant on va entrer dans le deuxième chapitre qui est la capacité de production de l'entreprise.

Chapitre 2 : LA CAPACITE DE PRODUCTION

Section 1 : La production envisagée

Le satellite existe en plusieurs versions suivant les besoins des consommateurs (fournisseurs d'accès) en nombre et en débit. Les versions ne sont pas bridées en nombre d'utilisateurs, et le choix du niveau de service dépend principalement de l'usage effectué. La spécification que le satellite fournit est calibrée sur des normes moyennes d'utilisation d'Internet (mail + navigation). Mais notre société envisage de fournir jusqu'à 50 utilisateurs (IP fixe publique ou privé avec 50 boîtes antivirus).

Alors, la production envisagée par l'entreprise commence par les nombres d'utilisateurs. Et à partir de ces nombres qu'elle accroît sa production au cours de 5 premières années d'exploitation.

Chapitre 3 : ETUDE ORGANISATIONNELLE

Dans ce chapitre seront traités la structure et l'organigramme que l'entreprise envisage d'adopter, les points sur la gestion des ressources humaines et l'organisation du travail.

Section 1 : Structure et organigramme types adoptés

Dans cette section, nous allons voir la structure et l'organigramme adoptés par l'entreprise.

1.1 Structure

Dans le secteur d'organisation, une telle entreprise regroupe un ensemble de moyens animés par une direction en vue de remplir certaines tâches.

Les différents moyens sont les moyens humains ou les employés, les moyens matériels ou les outils de travail et les moyens informationnels qui sont concrétisés par le support comprenant tous les renseignements et toutes les données nécessaires au fonctionnement de l'entreprise.

Avant de voir la structure adoptée par l'entreprise, on va d'abord définir ce qu'est une structure. La structure est la manière dont les différentes parties d'un ensemble sont disposées entre elles, plus précisément c'est la subdivision d'un tel système en plusieurs organes.

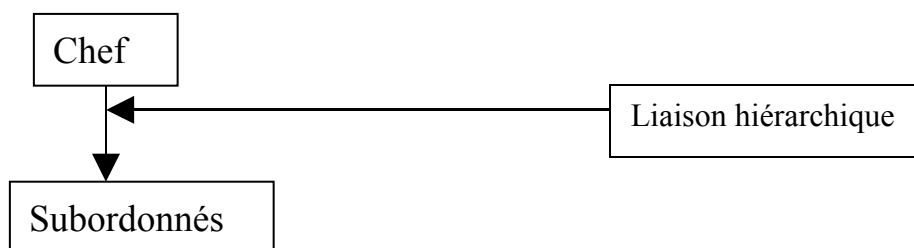
Pour décrire cette structure, il faut indiquer les différents services et préciser leurs activités puis déterminer les relations existantes entre ces services.

Il existe 3 types de structure à savoir :

- ✓ La structure hiérarchique
- ✓ La structure fonctionnelle
- ✓ La structure matricielle

Parmi ces 3 structures, on estime que la structure hiérarchique est celle qui convient au mieux à notre entreprise du fait que, à part les relations de travail existant, les seules relations sont celles d'activités. Les ordres descendent du responsable gérant jusqu'à l'exécutant. Autrement dit, La liaison hiérarchique est le rapport d'autorité entre un chef hiérarchique et un subordonné. Elle est représentée par une flèche verticale.

Figure n°03 : Schéma d'une structure hiérarchique



1.2 Organigramme type

Avant d'entamer cette sous section, nous allons d'abord définir ce qu'est un organigramme puis nous allons le schématiser.

1.2.1 Définition⁵ :

C'est la structure représentée schématiquement ou visualisée par des schémas graphique.

Dans un organigramme, le poste de travail est représenté par un rectangle dans lequel figure le nom du poste ainsi que le responsable et la hiérarchie est représentée par une droite verticale.

1.2.2 Organigramme :

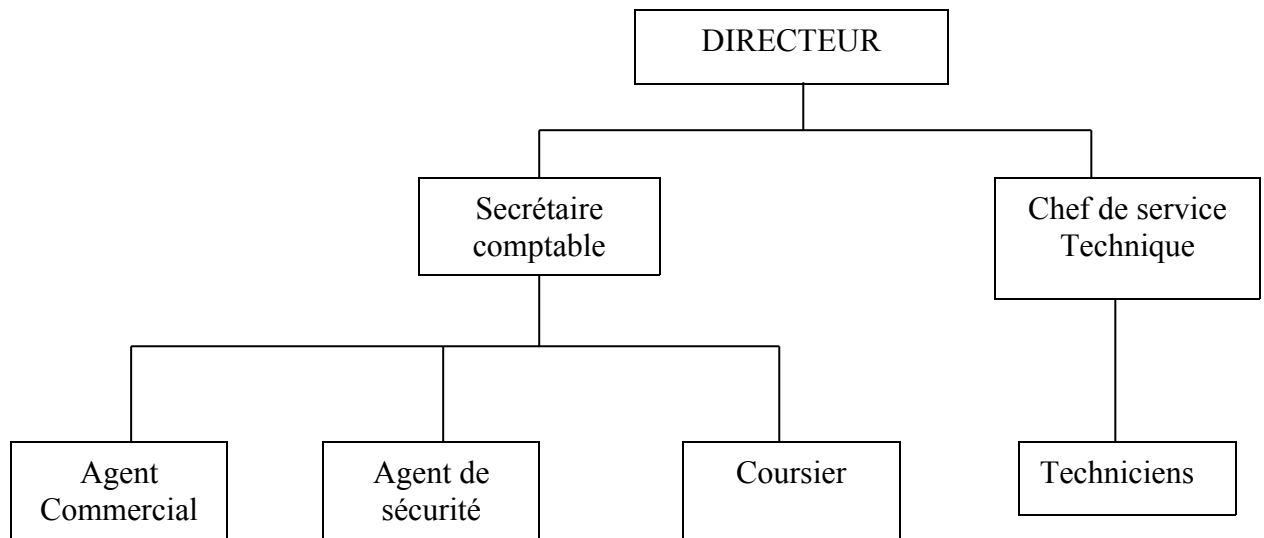
Cette entreprise prévoit d'employer 07 personnes à la première année d'exploitation dont la qualification de chacun d'eux est comme suit :

- Directeur
- Secrétaire comptable
- Techniciens
- Agent de sécurité

5 COHEN Elie, « Dictionnaire de Gestion » ; Edition découverte ; Paris 1994

Comme il s'agit d'un fournisseur d'accès, il n'existe que deux niveaux hiérarchiques.

Figure n°04 : Organigramme



Section 2 : Description des principales fonctions

Dans cette section apparaîtront l'énumération des tâches et fonction du personnel de l'entreprise.

2.1 Les fonctions administratives

Différentes personnes peuvent intervenir pour la réalisation du projet. Leurs rôles respectifs doivent être précisés avant le démarrage du projet.

2.1.1 Le Directeur

Il est le premier responsable de l'entreprise. Il définit la politique générale de l'entreprise et les stratégies à adopter pour son bon fonctionnement. Il assure également la supervision des activités, l'harmonisation et la coordination du travail. Il s'occupe aussi des relations publiques ainsi que des activités de recherche et de développement.

Donc il peut agir au nom de la société, c'est pour cela qu'il doit posséder au moins un diplôme supérieur en gestion et de bonnes connaissances en informatique.

2.1.2 Secrétaire comptable

Il ou elle s'occupe de la bonne marche des activités administratives de la firme. Il assure la tenue des livres comptables de l'entreprise, du paiement des diverses charges, de l'élaboration des états financiers, de la déclaration fiscale et administrative, de la gestion des encaissements et des décaissements des fonds, la gestion commerciale. Il joue un rôle d'intérim en cas d'absence du gérant.

2.2 Les fonctions d'exploitation

Il s'agit ici de tous travaux d'exécution directe. Les acteurs de cette fonction s'occupent de la bonne marche des activités qui se déroule au sein de l'entreprise.

2.2.1 Les techniciens

Comme il est stipulé dans le cahier de charge, la présence de 04 techniciens de haut niveau est requise au sein de la société de fourniture d'accès de catégorie C. Aussi nous prévoyons les répartitions suivantes pour ces 04 techniciens.

2.3 Les fonction de sécurité

2.3.1 Le chauffeur coursier

Il est chargé de tout ce qui concerne la logistique et les services externes. (L'envoi et la réception des courriers, le déplacement du personnel ...)

2.3.2 Les agents de sécurité

Ils assurent la sécurité et la vigilance du jour comme de nuit à l'intérieur et à l'extérieur du site d'implantation.

2.4 La récapitulation des qualifications requises pour le personnel

Tableau n°03 : récapitulation

POSTES	QUALIFICATION
Directeur	-Maîtrise en Gestion -Parfaite maîtrise de l'outil informatique -Maîtrise du français, de l'anglais -Rigoureux, méthodique, a un sens de la communication
Secrétaire comptable	-Bacc +2 min ou BTS en gestion

	comptabilité ou finance -Maîtrise de l'outil informatique ou technique de secrétariat -Rigoureux -a un sens de l'organisation -Maîtrise du français et de l'anglais
Technicien	-Bacc +2 min en maintenance informatique, entretien des outils informatique, administration en réseau -Bonne connaissance du français et de l'anglais -A un sens du travail d'équipe, dynamique et rigoureux.
Agent de sécurité	-Niveau Bacc -Jeune homme mesurant 1,70 m min -Connaissance pratique des techniques de self-défense -Honnête, loyal, intègre, sens de la communication.

Section 3 : Gestion du personnel

Cette section traitera la gestion du personnel proprement dite. On y verra le recrutement, le salaire, les formations offertes et les charges du personnel.

3.1 Recrutement

D'après le planning des activités préalable, le recrutement du personnel se déroulera 3 mois avant la mise en service de la société. Ceci afin d'assurer une éventuelle formation des agents et pour créer la bonne attente et l'esprit d'équipe entre les employés.

Le recrutement sera assuré par le chef de projet après consultation d'un cabinet de conseil.

L'effectif des employés de l'entreprise augmentera selon la croissance de l'activité de l'entreprise.

3.2 Politique de formation

Les ressources humaines jouent un rôle important dans le développement de l'entreprise si elle veut être pérenne dans son domaine d'activité ; elle doit donc penser à un plan de formation pour le personnel qu'elle emploie afin d'optimiser la performance et l'efficacité de ce dernier pour pouvoir atteindre aux mieux son objectif. Et aussi, pour que le personnel puisse s'adapter aux évolutions technologies.

3.3 Politique de rémunération

La politique de rémunération contribue à l'élaboration des projections de l'entreprise dans les 5 années à venir. D'un coté, elle vise à ce que les employés travaillent dans les meilleures conditions possibles. D'un autre, elle cherche l'efficacité de ces activités en satisfaisant ses clients avec un moindre coût.

3.3.1 Salaire du personnel

Tableau n°04 : Salaire du personnel

Fonction	Salaire mensuel	Salaire annuel
Directeur	700 000	8 400 000
Secrétaire-commercial	180 000	2 160 000
Techniciens :		
Chef	400 000	4 800 000
3 subordonnées	420 000	5 040 000
Agents de sécurité	100 000	1 200 000
Chauffeur	100 000	1 200 000

3.3.2 Charge du personnel

Tableau n°05 : charge du personnel

POSTES	Salaires	Salaire mensuel brut	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Directeur	700 000	700 000	8 400 000	8 400 000	8 400 000	8 400 000	8 400 000
Secrétaire	180 000	180 000	2 160 000	2 160 000	2 160 000	2 160 000	2 160 000
Techniciens	820 000	820 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000	9 840 000
Agents de sécurité	100 000	100 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
Chauffeur	100 000	100 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
TOTAL		1 900 000	22 800 000	22 800 000	22 800 000	22 800 000	22 800 000
Cnaps 13%		247 000					
OSTIE 5%		95 000					
Charge sociale*		342 000					

*CNAPS + OSTIE

Section 4 : Organisation du travail

Pour bien respecter le planning établi auparavant, chaque employé est tenu d'effectuer les responsabilités qui lui incombent.

Les heures de travail seront de 8 heures au cours d'une journée. Une heure creuse de 12 heure à 13 heure sera appliquée pour que les employés puissent se restaurer et en même temps assurer un service minimum en se relayant à tour de rôle. C'est de même pour l'équipe de nuit.

L'entreprise travaillera 12 mois par an. Et en terme de réalisation sociale ils bénéficieront d'un remboursement des frais médicaux en cas de maladie.

Après avoir vu ce qui est des équipements matériels, des moyens de prestation de services de l'entreprise pour son fonctionnement, et de sa capacité d'accueil puis l'organisation des tâches aux seins de la société, nous allons maintenant aborder la troisième partie qui est consacrée aux études financières du projet.

PARTIE 3 : ETUDES FINANCIERES DU PROJET

Dans cette partie seront traitées, les études financières du projet. Elles consistent à déterminer les dépenses en investissement, les financements nécessaires et la rentabilité du projet. Pour compléter notre étude, une évaluation économique, financière et sociale sera menée puisque la confiance des investisseurs dépend de la justification de l'utilisation des crédits demandés et surtout la rentabilité du projet.

Notre étude portera sur les différents points suivants :

- Les investissements
- Le financement de ces investissements en tenant compte du plan de financement et de remboursement des dettes
- La gestion des ressources en fournissant les renseignements nécessaires à une analyse financière

L'analyse de faisabilité et de rentabilité du projet avant de dégager ses impacts.

Chapitre 3 : COUT DES INVESTISSEMENTS

Ce chapitre traitera les différents coûts afférents à l'investissement.

Section 1 : Le coût des investissements

La notion d'investissement désigne dans son acceptation la plus étroite, une avance en capital fixe, c'est-à-dire l'acquisition à des fins productives d'un bien durable ou immobilisé.

En d'autres termes, l'investissement est l'affectation des ressources à un projet dans l'espoir d'en retirer des profits futurs. En effet, pour exister une entreprise doit mobiliser des capitaux, du temps et des individus autour d'un même objectif pour permettre à l'investissement engagé de répondre à un besoin et à récolter une amélioration afin de trouver sa justification.

Parmi les différents types d'investissements, l'objet de l'étude dans ce chapitre sera l'investissement financier pour permettre à l'investissement engagé de répondre à un besoin et à récolter une amélioration afin de trouver sa justification.

Parmi les différents types d'investissements, l'objet de l'étude dans ce chapitre sera l'investissement financier pour la réalisation du projet.

1.1 Coût des équipements nécessaires à l'exploitation.

Ce sont les matériels indispensables à la réalisation des travaux à savoir, les matériels et outillages utiles à la production pendant les cinq années d'exploitation.

Ils sont représentés dans le tableau suivant :

Tableau n°06 : Liste des matériels et outillages

Désignation	Quantité	P.U en Ar	Montant en Ar
• Antenne satellite avec LNB (i-sat)	1	7 000 000	7 000 000
• Base station	1	2 400 000	2 400 000
• Système de sécurité Onduleur, groupe électrogène et parafoudre	1	1 500 000	1 500 000
• Station d'accès BLR (pour les clients)	50	1 600 000	80 000 000
• Serveurs (micro-ordinateurs)	2	5 000 000	10 000 000
• Micro ordinateur	1	1 500 000	1 500 000
• Switch 24 ports 100 bT	4	400 000	1 600 000
• Téléphone	2	59 000	118 000
• Voiture	1	5 000 000	5 000 000
• Divers	-		200 000
TOTAL			114 318 000

Ces matériels sont non seulement de bonne qualité mais aussi puissantes et rapides à l'exécution des travaux (marque ALVARION et IBM).

1.2 Coûts des matériels et mobiliers de bureau (MMB)

Ce sont les matériels nécessaires au bureau et voici le tableau qui les représente.

Tableau n°07 : Liste des matériels et mobiliers de bureau

Désignation	Quantité	P.U	Montant
Table de bureau	3	150 000	450 000
Armoires	1	160 000	160 000
Table ordinateur	3	130 000	390 000
Chaises	8	18 000	144 000
Divers		200 000	200 000
TOTAL			1 344 000

1.3 Coût des installations.

Ce type de coût regroupe les frais de l'installation MAT Antenne (Ambohimitsimbina) et l'antenne pour la connexion au réseau Internet (au siège). D'après les estimations, il s'élève à 5 200 000Ar. Le tableau ci-dessous présente le détail du calcul.

Tableau n°08 : Coût des installations

Désignation	Quantité	P.U	Montant
Installation Antenne	2	2 500 000	5 000 000
Autres		200 000	200 000
TOTAL			5 200 000

1.4 Coût d'établissement.

A part les coûts des immobilisations corporelles, nous avons aussi ceux des incorporelles qui constituent les dépenses engagées lors de la constitution des dossiers.

Ces coûts s'élèvent à **1 100 000 Ar** et sont résumés dans le tableau ci-après :

Tableau n°09 : coûts de Développement immobilisables

Rubriques	Montant
Aménagement du local de première installation	500 000
Droits d'enregistrement et constitution des dossiers	500 000
Divers	100 000
TOTAL	1 100 000

1.5 Récapitulation des immobilisations.

Tableau n° 10 : Coût des investissements sur les immobilisations

Rubriques	Montant (Ariary)
Immobilisations incorporelles :	
Frais de développement immobilisables	1 100 000
Immobilisations corporelles :	
Matériels et outillages	114 318 000
MMB	12 844 000
Installation	5 200 000
TOTAL	133 462 000

Tableau n°11 : Consommation des matières premières du premier mois de fonctionnement.

Désignation	Quantité	P.U	Montant (Ariary)
Location (Satellite)	1	1 407 000	1 407 000
TOTAL			1 407 000

1.6 Fonds de Roulement Initial (FRI)

Le FRI représente le montant des charges nécessaires pour la réalisation de l'activité de l'entreprise jusqu'à la première recette qu'elle a encaissée.

Il est constitué par :

- Les charges du personnel durant le premier mois d'activité
- La publicité de lancement lors de l'ouverture
- Les consommations des matières premières
- La JIRAMA
- Le loyer
- Et les imprévus

Tableau n°12 : Fonds de Roulement Initial (FRI)

Rubriques	Montant (Ariary)
Charges de personnel	2 242 000
Matières premières	1 407 000
JIRAMA	400 000
Publicité	1 000 000
Loyer	1 000 000
Imprévus	200 000
TOTAL	6 249 000

Interprétation :

D'après le calcul, le fonds de roulement initial de l'entreprise s'élève à **6 249 000 Ar.**

Section 2 : Plan de financement

Dans cette section, nous allons voir le montant nécessaire pour la réalisation du projet.

2.1 Détermination du montant du financement

Dans cette section, sera étudié le financement nécessaire pour la réalisation du projet. Trois rubriques sont à financer, à savoir les frais de pré exploitation, les investissements et le FRI.

Le tableau suivant montre le détail du montant de financement à faire.

Tableau n° 13 : Montant total des investissements

Désignation	Montant (Ariary)
Frais de pré exploitation	
Disponibilité initiale	3 000 000
Investissement	
Somme des immobilisations	133 462 000
FRI	6 249 000
IO : financement du projet	142 711 000

Les apports du propriétaire ne présentent que 34 % réparti distinctement du montant d'investissement nécessaire (Io). On doit alors faire des emprunts auprès d'un établissement financier pour combler nos besoins de financement.

2.2 Schéma du plan de financement

Le financement est organisé, composé des apports du propriétaire qui est en nature et en numéraire et des emprunts à moyen terme.

Tableau n°14 : Détail du financement

Rubriques	Montant (Ariary)	Pourcentage
<i>Apports du propriétaire :</i>		
en nature	25 431 650	18
en numéraire	25 431 650	18
<i>Emprunts</i>	91 847 700	64
TOTAL	142 711 000	100

Le tableau suivant nous montre le schéma du plan de financement

Tableau n°15 : Schéma de financement

Rubriques	Montant en année 1(Ariary)
<i>Emplois</i>	
Investissement	133 462 000
FR	6 249 000
Frais de pré exploitation	3 000 000
Total des emplois	142 711 000
<i>Ressources</i>	
Apports	50 863 300
Emprunts	91 847 700
Total des ressources	142 711 000

Nous avons constaté que la somme des ressources est égale à celle des emplois. L'équilibre financier est alors respecté ;

Section 3 : Évaluation des amortissements

On caractérise parfois l'amortissement comme « amortissement industriel » pour le différencier de l'« amortissement financier » qui concerne remboursement et le service des emprunts. Mais quoi qu'il en soit, l'amortissement constitue une démarche comptable qui vise à évaluer la dépréciation subie par les biens durable de l'entreprise. D'un terme simplifié c'est la constatation comptable de la perte de valeur subie par les éléments d'actif résultant de son utilisation, et de son ancienneté pendant une période déterminée. C'est aussi une charge qui n'entraîne pas de décaissements.

Deux modes de calcul de l'amortissement existent :

- l'amortissement linéaire
- l'amortissement dégressif.

La méthode de l'amortissement linéaire consiste, pour une immobilisation et une catégorie d'immobilisation, à considérer que la dépréciation s'opère de façon régulière dans le temps. En conséquence, si une immobilisation présente une durée de vie « normale » de n années, elle sera supposée perdre 1/n de sa valeur chaque année.

Tandis que l'amortissement dégressif vise à obtenir une accélération de processus d'amortissement en majorant les premières annuités et en minorant les dernières.

La durée de vie d'immobilisation varie selon l'immobilisation considérée et le principe de gestion de l'entreprise.

Dans notre étude, nous allons procéder à la méthode d'amortissement linéaire. Le calcul est basé sur le montant de la valeur d'origine de l'immobilisation en appliquant la formule :

$$a = \frac{V_o \times t \times n}{100}$$

Avec

a : l' amortissement à calculer

V_o : valeur d'origine

t : taux d'amortissement

n : la durée de vie

3.1 Calcul des amortissements

Nous allons donc calculés l'amortissement un par un, par rubrique.

3.1.1 Frais de développement immobilisables (FDI)

Sa durée de vie n = 4 ans

$$\text{Or } t \text{ (taux en \%)} = \frac{100}{n}$$

$$\text{D'où, } t = \frac{100}{5} = 25\%$$

$$\text{Alors, } a = V_o \times t = 1\,100\,000 \times 25 \% = \mathbf{275\,000 \text{ Ar}}$$

3.1.2 Matériels et outillages

Ces matériels sont amortissables dans 5 ans au taux $t = 100 / 5 = 20 \%$.

$$\text{D'où, } a = V_o \times t = 114\,318\,000 \times 20 \% = \mathbf{22\,863\,600 \text{ Ar}}$$

3.1.3 Matériels informatiques et mobiliers de bureau

Leur durée de vie est aussi 5 ans, d'où le taux 20% ($100/5$ ans)

$$\text{Alors, } a = V_o \times t = 12\,844\,000 \times 20 \% = \mathbf{2\,568\,800 \text{ Ar}}$$

3.1.4 Installation

Son amortissement est sur 10 ans et le coût de la dépréciation est de $5\,200\,000 \times 10 \% =$

520 000Ar avec un taux de 10% ($100/10$ ans)

Les amortissements des biens immobilisés sont résumés dans le tableau ci-après

Tableau n°16 : Amortissement des biens immobilisés

Immobilisations	V.O	Taux (t en %)	Durée de vie (n)	Amortissement annuel
Frais de développement immo.	1 100 000	25	4	275 000
M&O	114 318 000	20	5	22 863 600
MMB	12 844 000	20	5	2 568 800
Installation	5 200 000	10	10	520 000
Frais de pré exploitation	3 000 000	20	5	600 000
TOTAL				26 826 800

3.2 Tableau des amortissements

Tableau n°17 : Tableau des amortissements

Immobilisations	V.O	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
F.D.I*	1 100 000	275 000	275 000	275 000	275 000	-
M&O	114 318 000	22 863 600	22 863 600	22 863 600	22 863 600	22 863 600
MMB	12 844 000	2 568 800	2 568 800	2 568 800	2 568 800	2 568 800
Installation	5 200 000	520 000	520 000	520 000	520 000	520 000
Frais de pré exploitation	3 000 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
TOTAL	136 452 000	26 862 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800	24 527 400

*Frais de développement immobilisable

Section 4 : Plan de remboursement des dettes financières

Remarquons d'abord que dettes financières = emprunt à rembourser.

Nous avons vu auparavant que l'entreprise a eu recours à l'emprunt bancaire pour financer son investissement. Le taux d'intérêt appliqué est de 20 %. Le mode de remboursement s'effectue par une échéance constante remboursable en 5 ans. Et le paiement se fait par annuité constante dont la valeur est donnée par la formule suivante :

$$a : C \frac{i}{1 - (1+i)^{-n}}$$

Avec

a : annuité

C : montant de l'emprunt

i : taux d'intérêt

n : durée de remboursement

$$a = 91\,847\,700 \frac{0.2}{1 - (1 + 0.20)^{-5}}$$

$$a = 30\,712\,000 \text{ Ar}$$

$$\mathbf{a = 30\,712\,000 \text{ Ar}}$$

On sait aussi que le remboursement annuel (ou annuité constante) de l'emprunt est obtenu par l'addition de l'intérêt financier l'amortissement financier.

$$\text{Annuité constante} = \text{intérêt financier} + \text{amortissement financier}$$

Avant de calculer l'amortissement financier, calculons d'abord l'intérêt financier dû par l'entreprise.

$$I = \frac{V \times t \times n}{100}$$

$$I = \frac{91\,847\,700 \times 20}{100} = \mathbf{18\,369\,540 \text{ Ar} = I}$$

Or, amortissement financier = annuité constante – intérêt financière

$$\text{Amortissement financier} = A$$

$$\text{D'où, } A = 30\,712\,000 \text{ Ar} - 18\,369\,540 \text{ Ar}$$

$$\mathbf{A = 12\,342\,460 \text{ Ar}}$$

Le tableau ci-dessous résume le remboursement des dettes

Tableau n°18 : Tableau de remboursement

Valeur début	annuité	Intérêts	Amortissement	VNC
91 847 700	30 712 000	18 369 540	12 342 460	79 505 240
79 505 240	30 712 000	15 901 048	14 810 952	64 694 288
64 694 288	30 712 000	12 938 858	17 773 142	46 921 146
46 921 146	30 712 000	9 384 230	21 327 770	25 593 375
25 593 375	30 712 000	5 118 675	25 593 375	0

On constate que le versement annuel (amortissement financier) est dégressif et que le montant de l'intérêt financier diminue d'année en année.

Chapitre 2 : ETUDE DE FAISABILITE ET DE RENTABILITE

Section 1 : Le compte de gestion

1.1 Les produits

Tableau n°19 : Récapitulation des produits

Années Eléments	1	2	3	4	5
PRODUIT					
Abonnement de la connexion	234 000 000	234 000 000	234 000 000	240 000 000	240 000 000
Vente des cartes de connexion	-	-	1 000 000	1 000 000	1 000 000
TOTAL	234 000 000	234 000 000	235 000 000	241 000 000	241 000 000

1.2 Les charges

Tableau n°20 : Récapitulation des charges et présentation du résultat de chaque année

ANNEES ELEMENTS	1	2	3	4	5
CHARGES					
ACHAT	16 884 000	16 884 000	16 884 000	16 884 000	16 884 000
Charges liées à l'exploitation :					
-Eau et électricité	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
-Téléphone	350 000	370 000	370 000	375 000	375 000
-Publicité	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
-Carburant voiture	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
-Entretien :					
Machines	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Voiture	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
-Loyer	12 000 000	12 000 000	12 000 000	12 000 000	12 000 000
-Autres charges	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
-Charges personnelles et sociales	22 800 000	22 800 000	22 800 000	22 800 000	22 800 000
-Charges financières	37 521 081	37 521 081	37 521 081	37 521 081	37 521 081
-Impôts et Taxes	10 000 000	10 000 000	10 000 000	10 000 000	10 000 000

Dotations aux amortissements	24 527 400	24 527 400	24 527 400	24 527 400	24 527 400
Sous total	146 732 481	146 752 481	146 752 481	146 757 781	146 757 781
Résultat	87 267 520	87 247 520	88 247 220	94 242 230	94 242 230
TOTAL	234 000 000	234 000 000	235 000 000	241 000 000	241 000 000

Section 2 : Le compte de résultat prévisionnel (par nature)

Le compte de résultat constitue un des états comptables de synthèse prévus par tous les plans comptables même si sa présentation fait l'objet de multiples variantes.

Ce document présente une récapitulation de tous :

- les produits engendrés par les activités de l'entreprise au cours d'une période comptable ou exercice
- toutes les charges également suscitées par cette activité au cours de la même période.

Les produits correspondent à la création de richesse permise par les opérations industrielles et commerciales (exploitation), les opérations exceptionnelles.

Les charges correspondent à des consommations des richesses rendues nécessaires par ces différents domaines d'activité.

En conséquence, la comparaison des produits créés par l'entreprise et des charges qu'elle consomme permet de dégager un résultat global selon le schéma suivant :

$$\text{Résultat} = \text{produits} - \text{charges}$$

Produits > charges résultat > 0 (bénéfice)

Charges < produits résultat < 0. (perte)

COMPTE DES CHARGES

Les charges financières sont composées des impôts et taxes, de la TVA et des intérêts liés à l'emploi des emprunts. Le calcul de ces charges se présente comme suit :

Impôts et taxes

Une entreprise commerciale est assujettie de tous les impôts et taxes comme patentes, timbres fiscaux, TVA ; c'est-à-dire les différentes sommes payables à l'Etat à chaque période. Elles sont évaluées à 10 000 000 Ar par an. (Forfait annuel)

Quant aux charges financières proprement dites, elles sont considérées comme les frais financiers liés à l'emploi des emprunts. Il s'agit ici des intérêts à payer lors de remboursement des dettes.

On va présenter le compte de résultat selon le PCG 2005

Compte de Résultat (par nature) :

LIBELLES	1	2	3	4	5
Chiffres d'affaires	234 000 000	234 000 000	235 000 000	241 000 000	241 000 000
Production immobilisée					
Production de l'exercice	234 000 000	234 000 000	235 000 000	241 000 000	241 000 000
Achats consommés	16 884 000	16 884 000	16 884 000	16 884 000	16 884 000
Services extérieurs et autres consommations	35 000 000	35 000 000	35 000 000	35 000 000	35 000 000
Consommation de l'exercice	51 884 000	51 884 000	51 884 000	51 884 000	51 884 000
VALEUR AJOUTE D'EXPLOITATION	182 116 000	182 116 000	183 116 000	189 116 000	189 116 000
Charges de personnel	22 800 000	22 800 000	22 800 000	22 800 000	22 800 000
Impôts, taxes et versement assimilés	10 000 000	10 000 000	10 000 000	10 000 000	10 000 000
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	32 800 000	32 800 000	32 800 000	32 800 000	32 800 000
Autres produits opérationnels					
Autres charges opérationnelles					
Dotations aux Amortissements	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800
RESULTAT OPERATIONNEL	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800
Produits financiers					
Charges financières	37 521 081	37 521 081	37 521 081	37 521 081	37 521 081
RESULTAT FINANCIER	37 521 081	37 521 081	37 521 081	37 521 081	37 521 081
RESULTAT AVANT IMPOTS	84 968 120	84 968 120	85 968 120	91 968 120	91 968 120
Impôts exigibles sur résultats	25 490 436	25 490 436	25 790 436	27 590 436	27 590 436
Impôts différés (Variations)					
RESULTAT NET DES ACTIVITE ORDINAIRES	59 477 684	59 477 684	60 177 684	64 377 684	64 377 684
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	59 477 684	59 477 684	60 177 684	60 377 684	64 377 684

D'après le tableau ci-dessus les activités commencent à produire les effets escomptés dès la première année pour donner **64 377 684 Ar** à la cinquième année. Ces comptes relatent le fait qu'il s'agit d'un marché porteur de bénéfice et non exploité.

Section 2 : *Le plan de trésorerie*

La trésorerie ou la « trésorerie nette » traduit l'ajustement des comptes à caractère financier figurant au bilan parmi les actifs à court terme (emplois de trésorerie).

La situation de trésorerie ou plus précisément la « trésorerie » (T) peut alors être définie dans les termes suivants :

Trésorerie (T) = emplois de trésorerie – ressources de trésorerie

Cette formulation permet à son tour d'établir trois relations fondamentales :

- Emplois de trésorerie > ressources de trésorerie $T > 0$
- Emplois de trésorerie < ressources de trésorerie $T < 0$
- Emplois de trésorerie = ressources de trésorerie $T = 0$

L'interprétation de la notion de trésorerie donne lieu à de multiples confusions dans la mesure où la situation de trésorerie est trop souvent présentée comme **un indicateur de solvabilité**. En réalité, la situation de trésorerie ne permet de formuler aucune appréciation simple sur la solvabilité. Ainsi, il serait tentant de considérer une trésorerie négative comme un signe préoccupant en termes de solvabilité ; mais, même avec une trésorerie fortement négative, une entreprise peut être apte à assurer le règlement de ses dettes à l'échéance, notamment :

Si elle dispose d'éléments cycliques (stocks et encours, créances) susceptibles d'être transformés en monnaie à court terme.

Ou si elle bénéficie de concours bancaires et d'autre concours de trésorerie dont l'échéance moyenne est relativement éloignée, même si elle reste à court terme.

Si la situation de trésorerie ne donne pas une indication convaincante sur la solvabilité, elle constitue en revanche un indicateur pertinent d'autonomie financière.

En effet, les ressources de trésorerie traduisent les apports que l'entreprise reçoit de partenaires financiers à court terme et, notamment, de partenaire bancaire. En conséquence, une trésorerie positive signale que les liquidités et quasi-liquidités (emplois de trésorerie) excèdent ces apports de partenaires financiers (ressources de trésorerie) ; l'entreprise serait donc en mesure, si elle le souhaitait, de rembourser ces apports sans délai : même si elle décide de maintenir la contribution de ses partenaires pour des raisons diverse, l'entreprise n'en est pas dépendante.

En revanche, une trésorerie négative traduit une dépendance effective puisqu'elle correspond à une situation dans laquelle les liquidités ou quasi-liquidités (emplois de trésorerie) ne permettraient de rembourser qu'une fraction des concours financiers reçus à

court terme, ce qui rend l'entreprise tributaire du maintien ou du renouvellement des apports consentis par ses partenaires financiers à court terme et principalement, par les banques.

Tableau n°21 : Tableau de Flux de trésorerie

Flux de trésorerie liés à l'activité	1	2	3	4	5
Résultat net de l'exercice	59 477 684	59 477 684	60 177 684	60 377 684	60 377 684
Ajustement pour:					
Amortissements et provisions	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800
Flux de trésorerie générés par l'activité	86 304 484	86 304 484	87 004 484	87 204 484	87 204 484
<u>Flux liés aux opérations d'investissements</u>					
Décassements sur acquisition d'immobilisations	109 634 460				
Encaissements sur cession d'immobilisation					
Flux liés aux opérations d'investissements	109 634 460				
<u>Flux liés aux activités de financement</u>					
Remboursement d'emprunt	37 521 081	37 521 081	37 521 081	37 521 081	37 521 081
Trésorerie d'ouverture	6 249 000	98 803 080	220 508 840	441 446 540	728 261 610
Trésorerie de clôture	92 554 080	121 705 760	220 937 700	286 815 070	348 151 710
Variation de trésorerie	98 803 080	220 508 840	441 446 540	728 261 610	1 076 413 320

Ce tableau montre qu'on a une trésorerie positive tout au long des 5 années d'exploitation.

Section 3 : Le bilan de départ

Pour une entreprise comme pour toute autre entité économique dotée d'autonomie, le bilan est un document comptable qui fournit une représentation du patrimoine. Il récapitule à un instant donné, l'ensemble des droits et des engagements qui caractérisent à la fois la situation juridique et la situation financière de la personne considérée.

L'aspect « positif » du patrimoine consiste dans un ensemble de droit. Ces droits peuvent portés sur des objets réels (des immeubles, des terrains, des marchandises,...) et constituent alors des droits de propriété. Mais ils peuvent également constituer des droits sur d'autres personnes (clients auxquels un délai de paiement a été consenti, banque auprès de laquelle un dépôt a été effectué ...); ils forment alors des droits de créance. L'ensemble des droits de propriété et de créance compose *l'actif*.

Quant aux engagements qu'une personne doit se connaître, ils traduisent un ensemble d'obligations contractées à l'égard de tiers qui, pour la plupart, lui ont consenti des apports de richesse. L'ensemble de ces engagements constitue le *passif*.

Quel que soit le mode de présentation retenu, le bilan fait toujours ressortir une égalité entre le montant des actifs (ou droits patrimoniaux) et celui des éléments du passif (obligations ou engagements patrimoniaux). Cet équilibre du bilan traduit une relation financière fondamentale. D'une part, pour acquérir les éléments figurant à l'actif, l'entreprise a dû, dans la plupart des cas, remettre de la monnaie. Chaque élément de l'actif traduit ainsi une utilisation de monnaie. C'est ce qui permet de dire que l'actif recense *les emplois de fonds* cumulés effectués par l'entreprise considérée jusqu'à la date d'établissement du bilan. D'autre par, si l'entreprise se reconnaît des engagements à l'égard du tiers, c'est généralement parce qu'elle a reçu d'eux, au préalable, des apports de richesse. Le passif recense donc ces apports, c'est-à-dire les sources de richesses confiées à l'entreprise ou, en d'autre terme, *les sources de fonds* qu'elle a pu recueillir. Dans ces conditions, l'égalité de l'actif et du passif traduit simplement le fait que leur montant représente l'enveloppe globale des fonds confiés à l'entreprise à l'actif comme au passif, c'est donc le même montant total qui se trouve mis en cause. Mais ce montant se trouve détaillé à l'aide de deux critères distincts de classement. L'actif s'intéresse à l'emploi de fonds ; il décompose ainsi l'enveloppe de fonds recueillie par l'entreprise à raison des utilisations auxquelles elle a donné lieu. Le passif s'intéresse, pour sa part, à l'origine de cette même enveloppe de fonds. Il recense donc les différentes ressources dans l'entreprise ont pu bénéficier.

Le tableau suivant présente le détail du bilan de départ de notre entreprise.

Tableau n°22 : L'illustration du bilan de départ

ACTIF	Montant	PASSIF	Montant
<u>ACTIFS NON COURANTS</u>		<u>Capitaux propres</u>	
<u>Actifs immobilisés</u>		Capital	50 863 300
Immobilisations incorporelles			
FDI	1 100 000	<u>PASSIF NON</u>	
Frais de pré exploitation	3 000 000	<u>COURANTS</u>	
Immobilisations corporelles		Emprunt à LMT	91 847 700
Matériels et outillages	114 318 000		
MMB	12 844 000		
Installation	5 200 000		
ACTIF COURANT			
Trésorerie	6 249 000		
TOTAL	142 711 000		142 711 000

3.1 Les bilans prévisionnels des 5 années d'exploitation

Comme notre étude s'étend sur 5 ans, nous allons donc voir un à un le bilan prévisionnel de chaque année de l'exercice.

3.1.1 Bilan prévisionnel de l'année 1

Tableau n°23 : Bilan au 31 décembre de l'année 1

ACTIF	Valeur brute	Amt/Prov	VNC	PASSIF	VNC
<u>ACTIFS NON COURANTS</u>				<u>CAPITAUX PROPRES</u>	
<i>Immobilisations incorporelles</i>				Capital	50 863 300
Frais de développement immobi.	1 100 000	275 000	825 000	Résultat de l'exercice	59 477 684
Frais de pré exploitation	3 000 000	600 000	2 400 000	<u>PASSIFS NON</u>	
<i>Immobilisations corporelles</i>				<u>COURANTS</u>	
Matériels et outillages	114 318 000	22 863 600	91 454 400	Emprunts à LMT	79 505 240
Matériels et mobiliers du bureau	12 844 000	2 568 800	10 275 200		
Installation	5 200 000	520 000	4 680 000		
<u>ACTIFS COURANTS</u>					
Trésorerie	92 554 080		92 554 080		
TOTAL			202 188 680		202 188 680

D'après ce tableau, le bilan prévisionnel initial présente un résultat de 59 477 684 Ar.

3.1.2 Bilan prévisionnel de l'année 2

Tableau n°24 : Bilan au 31 décembre de l'année 2

ACTIF	Valeur brute	Amt/Prov	VNC	PASSIF	VNC
<u>ACTIFS NON COURANTS</u>				<u>CAPITAUX PROPRES</u>	
<i>Immobilisations incorporelles</i>				Capital	50 863 300
FDI	825 000	275 000	550 000	Résultat de l'exercice	59 477 684
Frais de pré exploitation	2 400 000	600 000	1 800 000	Report à nouveau	59 477 684
<i>Immobilisations corporelles</i>				<u>PASSIFS NON</u>	
Matériels et outillages	91 454 400	22 863 600	68 590 800	<u>COURANTS</u>	
Matériels et mobiliers du bureau	10 275 200	2 568 800	7 706 400	Emprunts à LMT	64 694 288
Installation	4 680 000	520 000	4 160 000		
<u>ACTIFS COURANTS</u>					
Trésorerie	121 705 760		121 705 760		
TOTAL			204 512 960		204 512 960

Dans l'année 2, le résultat de l'exercice est de 59 477 684 AR avec un report à nouveau de 59 477 684 Ar qui est le résultat de l'année 1.

3.1.3 Bilan prévisionnel de l'année 3

Tableau n°25 : Bilan au 31 décembre de l'année 3

ACTIF	Valeur brute	Amt/Prov	VNC	PASSIF	VNC
<u>ACTIFS NON COURANTS</u>				<u>CAPITAUX PROPRES</u>	
<i>Immobilisations incorporelles</i>				Capital	50 863 300
FDI	550 000	275 000	275 000	Résultat de l'exercice	60 177 684
Frais de pré exploitation	1 800 000	600 000	1 200 000	Report à nouveau	118 955 370
<i>Immobilisations corporelles</i>				<u>PASSIFS NON</u>	
Matériels et outillages	68 590 800	22 863 600	45 727 200	<u>COURANTS</u>	
Matériels et mobiliers du bureau	7 706 400	2 568 800	5 137 600	Emprunts à LMT	46 921 146
Installation	4 160 000	520 000	3 640 000		
<u>ACTIFS COURANTS</u>					
Trésorerie	220 937 700		220 937 700		
TOTAL			276 917 500		276 917 500

Dans l'année 3, le résultat de l'exercice est de 60 177 684 AR avec un report à nouveau de 118 955 370 Ar qui est la somme des résultats des 2 années précédentes.

3.1.4 Bilan prévisionnel de l'année 4

Tableau n°26 : Bilan au 31 décembre de l'année 4

ACTIF	Valeur brute	Amt/Prov	VNC	PASSIF	VNC
<u>ACTIFS NON COURANTS</u>				<u>CAPITAUX PROPRES</u>	
<i>Immobilisations incorporelles</i>				Capital	50 863 300
FDI	275 000	275 000	0	Résultat de l'exercice	60 377 684
Frais de pré exploitation	1 200 000	600 000	600 000	Report à nouveau	179 133 050
<i>Immobilisations corporelles</i>				<u>PASSIFS NON</u>	
Matériels et outillages	45 727 200	22 863 600	22 863 600	<u>COURANTS</u>	
Matériels et mobiliers du bureau	5 137 600	2 568 800	2 568 800	Emprunts à LMT	25 593 375
Installation	3 640 000	520 000	3 120 000		
<u>ACTIFS COURANTS</u>					
Trésorerie	286 815 010		286 815 010		
TOTAL			315 967 410		315 967 410

Le bilan de la 4^{ème} année donne un résultat de 60 377 684 Ar et un report à nouveau de 179 133 050 Ar, somme des résultats précédents.

3.1.5 Bilan prévisionnel de l'année 5

Tableau n°27 : Bilan au 31 décembre de l'année 5

ACTIF	Valeur brute	Amt/Prov	VNC	PASSIF	VNC
<u>ACTIFS NON COURANTS</u>				<u>CAPITAUX PROPRES</u>	
<i>Immobilisations incorporelles</i>				Capital	50 863 300
FDI	0	0	0	Résultat de l'exercice	60 377 684
Frais de pré exploitation	600 000	600 000	0	Report à nouveau	239 510 730
<i>Immobilisations corporelles</i>				<u>PASSIFS NON</u>	
Matériels et outillages	22 863 600	22 863 600	0	<u>COURANTS</u>	
Matériels et mobiliers du bureau	2 568 800	2 568 800	0	Emprunts à LMT	0
Installation	3 120 000	520 000	2 600 000		
<u>ACTIFS COURANTS</u>					
Trésorerie	348 151 710		348 151 710		
TOTAL			350 751 710		350 751 710

Le dernier bilan prévisionnel a pour résultat 60 377 684 Ar. Les dettes sont nulles car elles sont toutes remboursées.

Chapitre 3 : EVALUATION DU PROJET**Généralités sur l'évaluation**

En termes globaux, l'évaluation consiste à examiner le passé pour mieux prédire et maîtriser l'avenir. Plus précisément, l'évaluation est un processus qui permet de déterminer et de juger la valeur des résultats des activités antérieures, ce qui permet de prédire les résultats des activités qui pourraient être éventuellement entreprises. Selon cette conception, l'évaluation est un mécanisme de rétroaction sur les décisions, ce qui la place à l'intérieur du processus de gestion. Comme dans l'exécution du projet, l'évaluation dans le contexte d'une gestion continue, devient une activité intégrée et non extérieure au processus. Pour réaliser une exécution de projet informée et basée sur des résultats et non pas sur la conjecture, on doit pouvoir préparer des éléments d'évaluation qui correspondent aux besoins de prise de décision. De même que le suivi de projet, l'évaluation permet au gestionnaire de compléter les informations nécessaires pour atteindre les objectifs prévus.

L'évaluation n'est pas la seule activité de collecte, analyse et présentations aux fins de rétroaction dans le cadre de la gestion d'un projet. Il y a aussi le contrôle et le suivi. La distinction fondamentale entre l'évaluation et ces deux éléments réside dans l'envergure des aspects du projet qui sont mis en question. Le suivi et le contrôle acceptent la formulation et le plan d'opération du projet tels qu'ils sont, et mettent en cause les réalisations vis-à-vis des prévisions. La validité du choix de ces prévisions n'est pas mise en doute.

Par contre, l'évaluation ne présuppose pas que la planification originelle du projet soit la meilleure. Elle met la formulation et la planification en cause, en cherchant à déterminer ce qui s'est passé dans la vie du projet et pourquoi. Ceci se réalise à l'aide d'un test des hypothèses de base du projet, y compris une identification et une explication des liens cause – effets non planifiés aussi bien que planifiés.

L'évaluation nous permet de soutenir des décisions sur la continuation, la modification, l'annulation, ou la répétition du projet. Dans ce cadre, l'évaluation sert à :

- ✓ Augmenter la connaissance de l'environnement et de ce qui marche ou ne marche pas pour améliorer des conditions ou des situations. Avec une connaissance améliorée, basée sur l'évidence et non sur les opinions, la capacité à prendre des décisions valables est augmentée. Ces meilleures décisions peuvent mener à des projets plus efficaces.
- ✓ Utiliser des ressources limitées de façon la plus efficace ; c'est-à-dire obtenir un impact élevé avec des intrants minimaux.
- ✓ Aider l'équipe de gestion de projet à prendre des décisions appropriées et opportunes, facilitant ainsi l'apport des modifications positives dans l'exécution du projet. Ceci inclure la décision de ne pas faire de changement parce que l'évaluation montre que le projet suit le meilleur chemin.

Section 1 : Évaluation économique

1.1 Notion de la Valeur Ajoutée (VA)

La VA mesure la contribution productive de l'entreprise à l'économie nationale. Elle correspond en effet à la différence entre la valeur des biens ou des prestations fournis par l'entreprise à son environnement et la valeur des consommations productives ou des consommations intermédiaires en provenance de biens, requises par son activité. La VA mesure la contribution spécifique assurée grâce au potentiel productif réuni au sein de l'entreprise.

1.2 Effet sur le Produit Intérieur Brut (PIB)

Par définition le PIB est la somme des VA et puisque les VA mesurent la contribution productive de l'entreprise à l'économie nationale, la réalisation de ce projet a un effet sur le PIB car ce dernier n'est autre que la somme des VA.

Section 2 : Évaluation financière

L'évaluation financière d'un projet peut être faite par plusieurs techniques. Mais compte tenu des données financières que nous disposons, nous allons se limiter au calcul de ses outils d'évaluation.

2.1 Selon les outils d'évaluation

2.1.1 Calcul de la VAN

Comme nous l'avons vu auparavant, la VAN permet à l'entreprise de savoir si l'investissement engagé est capable d'apporter des ressources internes permettant de rembourser ou non les fonds investis.

Mais avant de la calculer, il faut savoir les flux monétaires dégagés par la mise en œuvre des investissements. Ce qui nous conduit à calculer la MBA et les recettes perçues par l'entreprise.

Tableau n°28 : Estimation des recettes

ANNEES ELEMENTS	1	2	3	4	5
PRODUITS					
Abonnement de la connexion	234 000 000	234 000 000	234 000 000	240 000 000	240 000 000
Vente des cartes de connexion	-	-	1 000 000	1 000 000	1 000 000
TOTAL	234 000 000	234 000 000	235 000 000	241 000 000	241 000 000

Ce tableau montre les recettes que l'entreprise estime percevoir durant les 5 années d'exploitation. Cependant elles sont estimées dans les hypothèses les plus pessimistes et étaient inspirées de la réalité économique du milieu en tenant compte des différents services proposés.

Nous allons maintenant calculer les MBA.

Tableau n°29 : Les marges brutes d'autofinancement (MBA)

ANNEES RUBRIQUES	1	2	3	4	5
Recettes	234 000 000	234 000 000	235 000 000	241 000 000	241 000 000
Charges					
Charges décaissées					
Charges calculées	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800
Résultat avant impôt	84 968 120	84 968 120	85 968 120	91 968 120	91 968 120
IBS 30%	25 490 436	25 490 436	25 790 436	27 590 436	27 590 436
Résultat net	59 477 684	59 477 684	60 177 684	64 377 684	64 377 684
Amortissement	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800	26 826 800
MBA	86 304 484	86 304 484	87 004 484	91 204 484	91 204 484

Après avoir connu les MBA, calculons alors la VAN.

Tableau n°30 : La valeur actuelle nette (VAN)

ANNEES	MBA	$(1,20)^{-n}$	MBA actualisée $MBA (1,20)^{-n}$
1	86 304 484	0,833	71 891 635
2	86 304 484	0,694	59 895 312
3	87 004 484	0,579	50 375 596
4	91 204 484	0,482	43 960 561
5	91 204 484	0,402	36 664 203
		TOTAL	262 787 310

$$VAN = \sum_{n=1}^5 MBA_n (1+i)^{-n} - C$$

$$VAN = 262\,787\,310 - 136\,462\,000$$

$$\mathbf{VAN = 126\,325\,310\,Ar}$$

2.1.2 Calcul du TRI

Calculer le TRI signifie, trouver le taux qui annule la VAN ($VAN = 0$) par une méthode d'actualisation. On a:

$$TRI = x / VAN = 0 = VAN = \sum MBA_n (1+i)^{-n} - C$$

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

$$442\,022\,420 (1+i)^{-5} = 136\,462\,000$$

$$(1+i)^{-5} = \frac{136\,462\,000}{442\,022\,420} = 0,30872$$

$$I = 26,5 \% = \text{TRI}$$

$$\underline{\text{TRI} = 26,5 \%}$$

Le TRI est donc de 26,5 %, tandis que le taux d'intérêt est de 20 %. On a donc une marge de sécurité de 6,5 %, ce qui nous permet de nous endetter davantage. Le projet est donc acceptable puisque son rendement permet de compenser le coût de ses ressources et, au-delà, d'enrichir l'entreprise.

2.1.3 Calcul du DRCI

Chercher le DRCI consiste à savoir au bout de combien d'années le capital investi sera remboursé. On détermine à partir des MBA actualisées cumulées la somme de l'investissement puis on procède à une interpolation linéaire. Le calcul du DRCI est détaillé dans le tableau suivant :

$$\text{DRCI} = \sum_{n=1}^5 \text{MBA}_n (1+i)^{-n}$$

Tableau n°31 : Calcul du DRCI

ANNEES	MBA	$(1,20)^{-n}$	MBA actualisée MBA $(1,20)^{-n}$	MBA actualisée cumulée
1	86 304 484	0,833	71 891 635	71 891 635
2	86 304 484	0,694	59 895 312	131 786 950
3	87 004 484	0,579	50 375 596	182 162 540
4	91 204 484	0,482	43 960 561	226 123 100
5	91 204 484	0,402	36 664 203	262 787 310

Sur ce tableau, l'investissement est compris entre le cumul du cash flow de l'année 2 et celui de l'année 3. Le DRCI sera obtenu à partir d'une interpolation.

Année	MBA
2	131 786 950
d	136 462 000
3	182 162 540

$$= \frac{d-2}{3-2} = \frac{136\,462\,000 - 131\,786\,950}{182\,162\,540 - 131\,786\,950} = 0,58$$

$d - 2 = 0,58$ $d = 2,58$
 D'où,
 2 ans ($0,58 \times 12$ mois = 6,96 mois)
 1 ans 6 mois ($0,96 \times 30$ jours = 28 jours)

1 ans 6 mois 28 jours.

L'investissement initial sera récupéré après 1 ans 6 mois 28 jours, plus précisément le 28 juin de l'année 3

La durée de récupération des capitaux est inférieure à 5 donc le projet est rentable.

2.1.4 Indice de profitabilité (IP)

L'IP est défini comme le rapport entre la somme du MBA actualisée et la somme des capitaux investis.

$$IP = \frac{\sum_{n=1}^5 MBA_n (1+i)^{-n}}{C}$$

$$IP = \frac{262\,787\,310}{136\,462\,000}$$

IP= 1,92

L'IP = 1,92 veut dire que : 1 Ar de capital investi génère 0,92 Ar de bénéfice.

Le projet est donc rentable d'après les 4 outils d'évaluation.

Voyons maintenant sur ce qui est des critères d'évaluation.

2.2 Selon les critères d'évaluation

2.2.1 La pertinence

D'après les objectifs que l'entreprise s'est fixée d'atteindre, la réalisation de ce projet est une opportunité pour la population de s'intégrer dans le monde de nouvelles technologies. En outre, c'est par le biais de ce projet que les gens sortent petit à petit du désenclavement intellectuel. C'est aussi à travers lui que les « rêves » des utilisateurs deviennent réalité vu que

cela faisait longtemps qu'ils aspiraient à pouvoir se connecter de chez eux à une vitesse haute. Bref, on peut dire que le moment est vraiment opportun pour la réalisation de ce projet.

2.2.2 L'efficacité

D'après l'étude financière traitée auparavant, toutes les critères montrent que l'entreprise a atteint ses objectifs tant sur le plan financier que sur le plan social. L'augmentation du chiffre d'affaires chaque année d'exploitation le prouve. Ce projet est donc efficace.

2.2.3 L'efficience

L'efficacité et l'efficience font souvent l'objet d'appréciations convergentes. Il en va ainsi chaque fois que des progrès de productivité favorise la réalisation des objectifs majeurs assignés à une unité. Ainsi, la réalisation d'un objectif d'augmentation du chiffre d'affaires (test d'efficacité) peut être assurée par la diminution des consommations intermédiaires (signe d'efficience) qui, en réduisant le coût de production, améliore la compétitivité prix de l'entreprise sur le marché.

Bref, le projet est efficient car il atteint ses objectifs à moindre coût.

2.2.4 Durabilité du projet

Le projet est durable car d'après les études financières effectuées, il a une indépendance financière définie par une trésorerie positive durant les cinq années d'exploitation. Notre étude se base sur ces cinq années car elles ont fait l'objet de prévision pour notre calcul. On peut donc dire que le projet durera longtemps et sera prospère si la bonne gestion continue.

2.2.5 Impact du projet

La mise en place de ce projet contribuera à la réduction du chômage même si l'effectif des employés est peu important.

Ce projet contribue également au développement humain et à l'amélioration du niveau de vie de la population grâce aux avantages qu'elle aura de l'utilisation des NTIC. Les informations données accroissent leur savoir et leur niveau d'instruction qui leur aidera à s'intégrer dans le monde de la technologie et de devenir des citoyens capables de s'adapter et de s'instruire dans la vie. Et le plus important, c'est la jouissance des petites entreprises en terme de qualité de la connexion et de service.

CONCLUSION

En guise de conclusion, la réussite de l'entreprise dépend de sa gestion et de sa stratégie quelle que soit leur forme et leur activité.

Les facteurs de cette réussite se basent sur l'étude de marché et le résultat financier exprimé en unités monétaires.

Sur le marché, même si on baigne dans la concurrence parfaite, l'entreprise est apte à affronter les concurrents sur les domaines de prix et surtout de la qualité de service offert ; qui est leur point faible ; aux utilisateurs de l'Internet.

La rentabilité financière ou le résultat au cours de ces cinq années d'exploitation nous pousse aussi à instaurer le projet de fourniture d'accès dans la capitale et ses agglomérations. Mais on espère de repartir l'activité dans les autres provinces de Madagascar.

Pour le moment, on a choisi le réseau sans fil ou la Boucle Local Radio (BLR) pour notre étude. Le Ministère de la communication et de l'information prépare la mise en place du Fibre Optique, qui autorise des débits importants, et sera opérationnel d'ici deux ans.

On verra si le coût de la location de cet outil incontournable du transport du Haut Débit sur les artères principales d'un réseau de télécommunication serait important ou rentable.

Pour terminer, nous ne prétendons pas avoir fourni des informations complètes sur la nécessité de l'utilisation de ce fibre optique à la place du satellite, et que nous laisserons ouverte à d'autres étudiants l'étude de sa rentabilité au niveau de la société.

ANNEXES

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : ADSL /SDSL

Annexe 2 : FIBRE OPTIQUE

Annexe 3 : BLR

Annexe 4 : SATELLITE

Annexe 5 : WiFi / WiMAX

Annexe 6 : TRANSFORMATION DES SIGNALS VENANT DU SATELLITE

ANNEXE 1

FICHE TECHNIQUE

01- ADSL/SDSL

L'**ADSL**, autrement dit raccordement numérique asymétrique, permet la transmission simultanée de la voix et des données sur le fil de cuivre du téléphone fixe. Le flux de l'ADSL est donc asymétrique ce qui signifie que les informations arrivent à l'internaute avec un débit 2 à 6 fois plus élevé que les informations qu'il peut envoyer. Cela peut représenter un handicap pour les échanges de fichiers interentreprises notamment.

L'ADSL peut être considéré comme du moyen débit car les offres commerciales proposent des débits allant de 128 Kbits/s à 2 Mbits/s qui sont partagés en fonction du nombre d'utilisateurs. L'ADSL est une solution simple et peu coûteuse pour le client qui utilise la ligne téléphonique existante en connexion permanente, sur une base forfaitaire.

Toutes les lignes ne peuvent en bénéficier car le client doit se trouver à une distance théorique maximum de 5 km du central de l'opérateur historique. Un nombre de clients suffisant est également nécessaire pour justifier l'installation d'équipements électroniques coûteux comme le DSLAM qui rend l'ADSL opérationnel.

La seconde génération d'ADSL, l'ADSL2 et ADSL2+, permettra un débit accru toujours en réception avec un maximum de 8 Mbits/s pour l'ADSL2 ou 16 Mbits/s pour l'ADSL2+. Dans les deux cas, le débit maximum en émission est de 800 Kbits/s.

Pour le **SDSL**, qui signifie raccordement numérique symétrique, le support reste la ligne classique du téléphone mais la grande différence avec l'ADSL réside dans le fait que les débits en émission et réception sont alors équivalents, avec des débits minimum garantis et un maximum de 2 Mbits/s. Le client doit néanmoins se trouver dans une zone théorique distante de 3,6 km maximum du central de l'opérateur de télécommunications.

Technologies : sur paire de cuivre, équipement électronique (DSLAM) sur centraux téléphoniques

Avantages : mise en oeuvre, coût d'usage, symétrique (SDSL)

Inconvénients : asymétrique (ADSL), débit partagé, disponible sur zones proches du central de l'opérateur

Usages : particuliers, TPE

ANNEXE 2

FICHE TECHNIQUE

03- FIBRE OPTIQUE

La **fibre optique** est un support fiable qui autorise des débits importants, au minimum 1Gb/s soit 1000 Mbits/s. La fibre est un outil incontournable du transport du haut débit sur les artères principales d'un réseau de télécommunications aussi appelées épines dorsales ou backbone.

Ce sont les équipements électroniques placés aux extrémités de la fibre qui gèrent le transport de l'information sur les liaisons, et qui déterminent les caractéristiques de débit du réseau.

La pose de fibre optique reste coûteuse notamment en raison du fait que les travaux de génie civil représentent 80% du coût total dans le cas de fibres enterrées.

Malgré tout, il existe des possibilités d'abaisser le coût des déploiements en réduisant la part du génie civil grâce à la mutualisation sur d'autres réseaux d'infrastructures. Les supports concernés peuvent être les lignes électriques très haute et haute tension, les autoroutes, le réseau ferré et les voies navigables.

La fibre optique reste marginale en France en ce qui concerne les réseaux locaux de distribution des services de télécommunications comme à Pau, alors que certains pays européens comme la Suède projettent de construire ou disposent déjà de ce type de support du haut débit jusqu'à l'abonné final.

Technologies : lumière (photon) vecteur transport
données, équipements électroniques d'extrémité

Avantages : débit, évolutivité, mutualisation coût avec
d'autres infrastructures

Inconvénients : coût (génie civil), délais mise en œuvre (si
génie civil)

Usages : réseaux de transport et de collecte, réseaux
métropolitains, à terme desserte de bâtiments

ANNEXE 3

FICHE TECHNIQUE

06- BLR

La Boucle Locale Radio, en abrégé BLR, est une technologie sans fil capable de relier des opérateurs à leurs clients grâce aux ondes radio sur une distance de 4 à 10 Km. Cette technologie reprend le principe de la téléphonie GSM avec des bornes radio émettrices/réceptrices installées à intervalles réguliers par l'opérateur qui couvrent des zones de plusieurs kilomètres carrés.

La communication est bidirectionnelle et le débit est partagé et symétrique.

Un débit de 16 Mbits/s et une portée de 20 Km sont possibles dans la bande de fréquences 3,5 GHz.

Dans une autre bande de fréquence utilisable, celle des 26 GHz, les performances sont alors de 34 Mbits/s et 8 Km de portée.

Technologies : ondes radio, bornes émettrices/réceptrices

Avantages : facilité de mise en œuvre, progressivité des investissements, débits élevés

Inconvénients : licences d'exploitation, peu d'opérateurs, coût de mise en œuvre important, zone de couverture limitée

Usages : actuellement limité aux grandes aires urbaines

ANNEXE 4

FICHE TECHNIQUE

04- SATELLITE

La technologie du **satellite** est la seule qui permette d'atteindre un point quelconque aussi isolé soit-il.

Les offres commerciales concernent des solutions de communication bidirectionnelles asymétriques qui peuvent répondre aux besoins de petites entreprises et de communautés d'utilisateurs isolés.

Les évolutions en cours portent sur des solutions symétriques, voire à très haut débit, qui sont annoncées commercialement pour l'année 2004.

Le satellite supporte les services tels que l'accès à Internet, la vidéo mais ne permet pas les applications sensibles comme la visioconférence ou les jeux en ligne, car le satellite occasionne un temps de latence d'environ 600 millisecondes entre l'émetteur et le récepteur.

Le débit maximum pour une liaison bidirectionnelle est de 2 Mbits/s quand une liaison unidirectionnelle peut atteindre 8 Mbits/s en voie descendante.

Le satellite offre une bonne compatibilité avec des technologies de desserte du type Wi-Fi.

Technologies : émission et réception de signaux depuis satellite géostationnaire, parabole client

Avantages : couverture globale, couplage technologique, mise en oeuvre

Inconvénients : bande passante partagée, temps de réponse, coût

Usages : entreprise ou zone isolées de tout accès au haut débit

ANNEXE 5

FICHE TECHNIQUE

05- Wi-Fi / WIMAX

Le **Wireless Fidelity** appelé communément **Wi-Fi** est une technologie de transmission de données sans-fil. Il s'agit d'une norme internationale initialement prévue pour les réseaux locaux d'entreprises mais le Wi-Fi a démontré rapidement ses aptitudes dans des applications extérieures de boucle locale.

Selon les variantes dans la famille Wi-Fi les débits utiles s'échelonnent de 5 à 6 Mbits/s partagés jusqu'à 20 Mbits/s. La portée d'une borne Wi-Fi est comprise entre 50 m et 3 Km selon les configurations et le type d'antenne utilisé. L'utilisation du Wi-Fi pour créer une boucle locale à l'échelle d'un village est donc tout à fait possible. L'usage sur le domaine public est autorisé en France moyennant une licence expérimentale gratuite à solliciter auprès de l'autorité de régulation des télécommunications (ART).

Un réseau Wi-Fi permet de distribuer localement de la bande passante, par exemple une connexion provenant d'un accès satellite bidirectionnel.

Un tel réseau est composé d'une ou plusieurs bornes placées sur des points hauts comme le toit d'une mairie ou d'une église. Les abonnés se connectent, selon le cas, directement avec une carte Wi-Fi ou bien avec une antenne externe placée près d'une fenêtre ou sur un toit.

Divers niveaux de sécurité sont envisageables qui vont du simple cryptage en passant par l'authentification avec mot de passe jusqu'au réseau privé virtuel. Un tel réseau est envisageable à l'échelle d'un village ou d'une zone regroupant des entreprises dans la limite acceptable de 4 bornes et d'une quarantaine de clients connectés.

Technologies : sans fil, bornes pour recevoir et émettre

Avantages : débit, simplicité, évolutivité, coût

Inconvénients : portée limitée, débit partagé

Usages : desserte village, zone d'activité

WIMAX est un consortium constitué de grands noms d'acteurs des technologies de l'information et de la communication tels qu'Intel, Fujitsu, British Telecom, France Telecom, Alcatel. Il vise le développement de la certification et de l'interopérabilité des équipements d'accès à haut débit sans fil utilisant le standard 802.16.

L'objectif est de rendre cette technologie non propriétaire moins coûteuse que la boucle locale radio (BLR). Le standard 802.16, avec ses différentes déclinaisons, permettra de développer un vaste éventail de solutions sur des bandes de fréquence allant de 2,1GHz à 66 GHz.

Actuellement en France, les configurations opérationnelles utilisent la bande des 3,5 GHz et 26 GHz et nécessitent une licence d'opérateurs correspondante.

Cette technologie sans fil nécessite des « stations » positionnées sur des points hauts et des antennes émettrices réceptrices. Elle autorise des débits réels aux alentours de 10 Mbits/s pour une zone de couverture de 20 Km. Les évolutions de la technologie devraient autoriser la mobilité tout en maintenant la connexion.

Les caractéristiques technologiques ouvrent des possibilités nouvelles dans des conditions financières attractives pour le raccordement à un point d'accès à haut débit distant mais aussi pour la desserte d'une grosse zone industrielle, d'une ville, d'une zone rurale voire même d'un département entier.

Le régulateur des télécommunications (ART) ouvrira un appel à candidature prochainement pour l'attribution de nouvelles licences sur cette bande de fréquence afin d'accroître le nombre d'opérateurs et d'offres de services.

Technologies : ondes radio, équipements

émission/réception sur point haut

Avantages : coût, mise en œuvre, évolutivité,

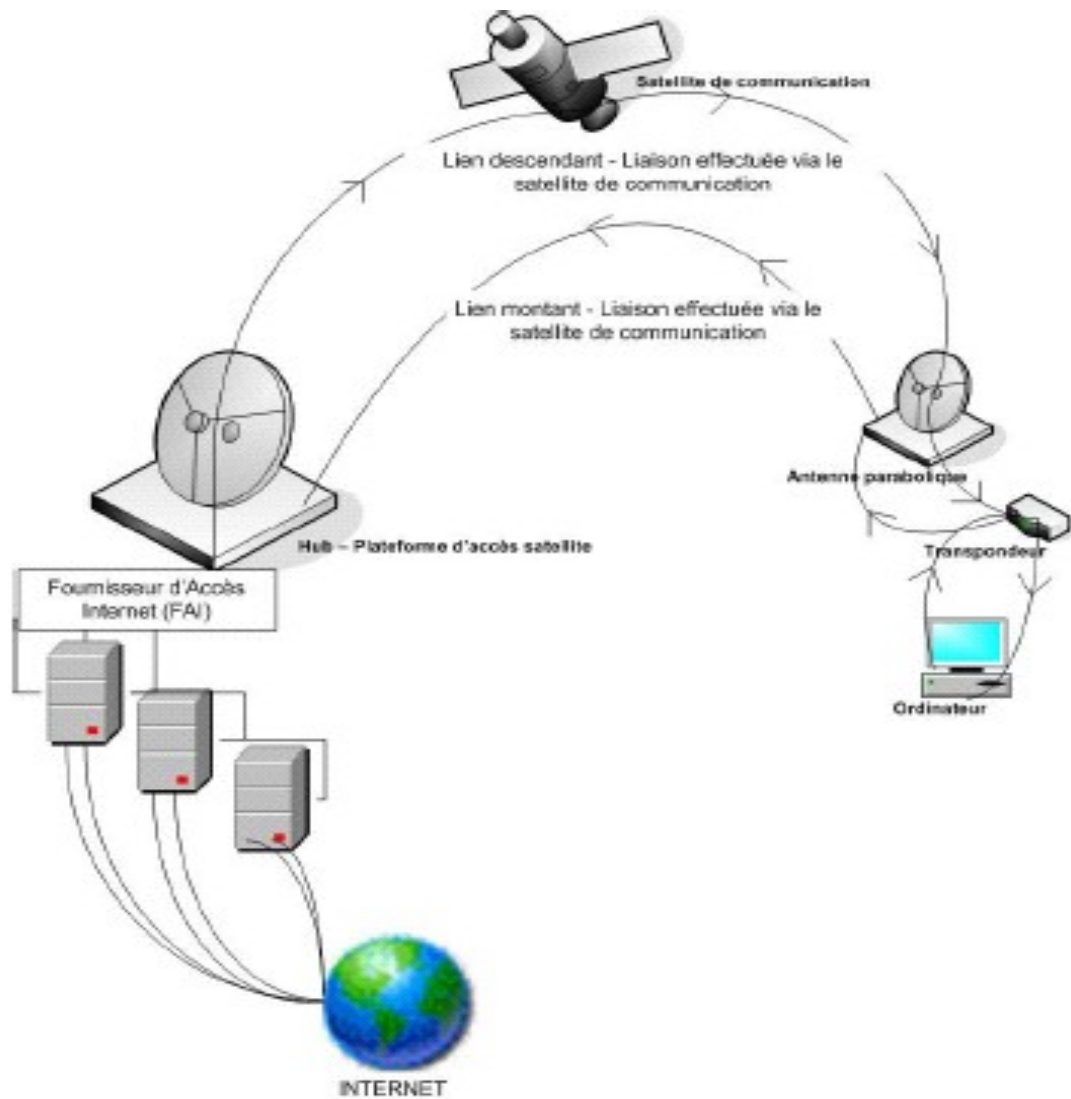
débits élevés, couverture, mobilité

Inconvénients : licence d'exploitation, un seul opérateur à ce jour

Usages : couverture ville rurale, zone industrielle, département entier

ANNEXE 6

TRANSFORMATION DES SIGNALS VENANT DU SATELLITE



Source : www.isat.fr

BIBLIOGRAPHIE

BOUCHET Guy, « Comment contrôler la rentabilité de votre entreprise » Paris entreprise Moderne d'Edition, 1960-1965 2 volumes :

1. « Gestion et rentabilité de l'exploitation » 5^e édition 1960, 204 pages
2. « Gestion des biens et finances », 3^e édition, 1960, 224 pages

CHARREAUX Gérard, « Gestion financière, Etude de cas », Paris Litec, 1989, 694 pages

BRINKERHOFF Derrick W et Jant C.TUTHILL, “La gestion efficace des projets de développement”

COHEN Elie, « Dictionnaire de Gestion » ; Edition la Découverte, Paris 1994, 398 pages

OLMI André, JULY Fortuné, « Initiation aux nouvelles techniques de gestion individuelle » Paris : Entreprise Moderne d'Edition, 1970 2 volumes :

1. « L'investissement dans l'entreprise. La programmation individuelle ». 151 pages
2. « La régularisation de la production et les stocks en fonction des variations de la demande – Le contrôle individuel. Le contrôle de la productivité d'une entreprise. La réduction des coûts individuels », 147 pages

PEROCHON Claude, « Analyse comptable, Gestion prévisionnelle », Paris, Foucher, 1970, 306 pages

RANDRIANIRINA Edmond, La comptabilité d'Entreprise, source d'information et outil rationnel de gestion, édition Madprint, P137, 331 pages

www.blueline.mg

www.wanadoo.mg

www.isat.fr

www.isorg.fr

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS

SOMMAIRE

LISTE DES ABREVIATIONS

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES FIGURES

INTRODUCTION.....01

PARTIE 1 : IDENTIFICATION DU PROJET.....03

Chapitre 1 : **PRESENTATION DU PROJET**.....04

Section 1 : Historique du projet.....04

1.1 Un réseau initialement militaire.....04

1.2 L'origine de l'Internet.....05

Section 2 : Caractéristique du projet.....05

2.1 Objectif du projet.....05

2.1.1 Objectif global.....06

2.1.2 Objectif spécifique.....06

2.1.3 Intérêt du projet.....06

Chapitre 2 : **ETUDE DU MARCHÉ**.....07

Section 1 : La description du marché visé.....07

1.1 Le lieu d'implantation.....07

1.2 La présentation du circuit de distribution.....07

1.3 Evolution du marché.....08

Section 2 : Analyse de la demande.....08

2.1 La demande.....08

2.2 Objectif et caractéristique de la demande.....08

2.3 Comportement des consommateurs.....09

2.3.1 Les contraintes internes.....09

2.3.2 Les contraintes externes.....10

Section 3 : Analyse de l'offre10

3.1 Les spécificités du service offert.....10

3.2 Objectifs.....	11
3.3 Part du marché et analyse de vente.....	11
3.3.1 Part du marché.....	11
3.3.2 Analyse de vente.....	12

Section 4 : Analyse de la concurrence.....12

Section 5 : Politique marketing à adopter.....13

5.1 Stratégie marketing à adopter.....	13
5.2.1 Marketing « push ».....	13
5.2.2 Marketing « pull ».....	13
5.2 Politique marketing à adopter.....	13
5.1.1 La politique du produit.....	14
5.1.2 La politique de distribution.....	14
5.1.3 La politique de communication, la promotion et la publicité.....	14
5.1.4 La politique de prix.....	15

Chapitre 3 : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS ET LES CRITERES D' EVALUATION.....17

Section 1 : Les outils d'évaluation.....17

1.1 La valeur actuelle nette (VAN).....	17
1.1.1 Définition.....	18
1.1.2 Formule.....	18
1.1.3 Interprétation.....	18
1.2 Le taux de rentabilité interne (TRI).....	19
1.2.1 Définition.....	19
1.2.2 Formule.....	19
1.2.3 Interprétation.....	19
1.3 La durée de récupération des capitaux investis (DRCI).....	20
1.3.1 Définition.....	20
1.3.2 Formule.....	20
1.3.3 Interprétation.....	20
1.4 L'indice de profitabilité (IP).....	20
1.4.1 Définition.....	20
1.4.2 Formule.....	20
1.4.3 Interprétation.....	21

Section 2 : Les critères d'évaluation du projet.....21

2.1 La pertinence.....	21
2.2 L'efficacité.....	22
2.3 L'efficience.....	22

2.4 La durabilité de projet.....	22
2.5 L' impact du projet.....	22
PARTIE II CONDUITE DU PROJET.....	23
Chapitre 1 : TECHNIQUE DE REALISATION.....	24
<i>Section 1 : Identification des matériels.....</i>	<i>24</i>
<i>Section 2 : Technique de réalisation envisagée.....</i>	<i>25</i>
Chapitre 2 : LA CAPACITE D'ACCUEIL ENVISAGEE.....	27
<i>Section 1 : La production envisagée.....</i>	<i>27</i>
Chapitre 3 : ETUDES ORGANISATIONNELLES.....	28
<i>Section 1 : Structure et organigramme type adopté.....</i>	<i>28</i>
1.1 Structure.....	29
1.2 Organigramme.....	29
<i>Section 2 Description de principales fonctions.....</i>	<i>30</i>
2.1 Fonctions administratives.....	30
2.1.1 Directeur.....	30
2.1.2 Secrétaire comptable.....	30
2.2 Les agents opérateurs	31
2.2.1 Techniciens.....	31
2.3 Les fonctions de sécurité.....	31
2.3.1 Le chauffeur coursier.....	31
2.3.2 Les agents de sécurité.....	31
2.4 La récapitulation des qualifications requises pour le personnel.....	31
<i>Section 3 : Gestion du personnel.....</i>	<i>32</i>
3.1 Recrutement du personnel.....	32
3.2 Politique de fonctionnement du personnel.....	32
3.3 Politique de rémunération.....	33
3.3.1 Salaire du personnel.....	33
3.3.2 Charges du personnel.....	33
<i>Section 4 : L'organisation du travail.....</i>	<i>34</i>

PARTIE 3 : ETUDE FINANCIERE DU PROJET.....	35
Chapitre 1 : COUT DES INVESTISSEMENTS.....	36
<i>Section 1 : Le coût des investissements.....</i>	<i>36</i>
1.1 Coût des équipements nécessaires à l'explosion.....	36
1.2 Coût des matériels et mobiliers de bureau.....	37
1.3 Coût des installations.....	38
1.4 Coût d'établissement.....	38
1.5 Récapitulation des immobilisations.....	38
1.6 Coût de consommation des Matière Première du 1 ^{er} mois de fonctionnement.....	39
1.7 Fonds de roulement initial.....	39
<i>Section 2 : Plan de financement.....</i>	<i>40</i>
2.1 Détermination du montant du financement.....	40
2.2 Schéma du plan de financement.....	40
<i>Section 3 : Evaluation des amortissements.....</i>	<i>41</i>
3.1 Calcul des amortissements.....	42
3.1.1 Frais d'établissement.....	42
3.1.2 Matériels et outillages.....	42
3.1.3 Matériels et mobiliers de bureau.....	42
3.1.4 Installation.....	42
3.2 Tableau des amortissements.....	43
<i>Section 4 : Plan de remboursement des dettes financières.....</i>	<i>43</i>
Chapitre 2 : ETUDE DE FAISABILITE ET DE RENTABILITE.....	45
<i>Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel.....</i>	<i>46</i>
<i>Section 2 : Plan de trésorerie.....</i>	<i>48</i>
<i>Section 3 : Le bilan de départ.....</i>	<i>49</i>
3.1 Les bilans prévisionnels pour les 5 années d'exploitation.....	51
3.1.1 Les bilans prévisionnels de l'année 1.....	51
3.1.2 Les bilans prévisionnels de l'année 2.....	51
3.1.3 Les bilans prévisionnels de l'année 3.....	52
3.1.4 Les bilans prévisionnels de l'année 4.....	52
3.1.5 Les bilans prévisionnels de l'année 5.....	53
Chapitre 3 : EVALUATION DU PROJET.....	53
<i>Section 1 : Evaluation économique.....</i>	<i>53</i>
1.1 Notion de la Valeur Ajoutée.....	54

1.2 Effet sur le produit intérieur brut.....	54
Section 2 : <i>E</i>valuation financière.....	55
2.1 Selon les outils d'évaluation	55
2.1.1 Calcul de la VAN.....	55
2.1.2 Calcul du TRI.....	56
2.1.3 Calcul de la DRCI.....	57
2.1.4 Calcul de l' IP.....	58
2.2 Selon les critères.....	58
2.2.1 La pertinence.....	58
2.2.2 L'efficacité.....	59
2.2.3 L'efficience.....	59
2.2.4 Durabilité du projet.....	59
2.2.5 Impact du projet.....	59
 CONCLUSION GENERALE.....	 60
 ANNEXES	
 BIBLIOGRAPHIE	
 TABLE DES MATIERES	