

TABLES DES MATIERES

REMERCIEMENTS

LISTE DES ILLUSTRATIONS ET GRAPHIQUES

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES ABREVIATIONS

INTRODUCTION 1

PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET 4

CHAPITRE I : CHOIX ET INTERET DU THEME 4

Section 1 : Description du projet 4

 1.1.1 : Historique 4

 1.1.2 : Choix d'implantation 4

Section 2 : Caractéristique du projet 5

 1.2.1 : Forme juridique du projet 5

 1.2.2 : Buts et objectifs du projet 6

 1.2.3 : Intérêts du projet 6

 1.2.4 : Fiche signalétique du projet 7

Section 3 : Planification stratégique du projet 7

 3.2.1 : Analyse PESTEL 7

 3.2.2 : Analyse FFOM 9

 3.2.3 : Cadre logique 10

CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE	14
Section 1 : Domaine d'études	14
2.1.1 Caractéristiques des services offerts	15
2.1.2 Clientèle cible	16
2.1.3 Evolution des besoins	16
Section 2 : Etude de l'offre et de la demande	17
2.2.1 Estimation de l'offre et de la demande	17
2.2.2 Concurrence	17
2.2.3 Part de marché visé	17
Section 3 : Les stratégies marketing	19
3.3.1 Politique de produit	20
3.3.2 Politique des prix	20
3.3.3 Stratégie marketing à adopter	20

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE DU PROJET

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION	22
Section 1 : Processus de production	25
Section 2 : Moyens de production	26
CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE	28
Section 1 : Consommation prévisionnelle en première année	28
2.1.1 Consommation prévisionnelle de la première année en quantité	28
2.1.2 Consommation prévisionnelle de la première année en valeur	28

Section 2 : Capacité prévisionnelle de production	29
2.2.1 Capacité prévisionnelle de la première année en quantité	29
2.2.2 Capacité prévisionnelle de la première année en valeur	29
Section 3 : Chiffre d'affaires prévisionnelles	30
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE	31
Section 1 : Structure organisationnelle	31
3.1.1 Organigramme	31
3.1.2 Effectifs	31
3.1.3 Attributions	33
Section 2 : Chronogramme	36
<u>TROISIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET</u>	
CHAPITRE I : LES INVESTISSEMENTS	37
Section 1 : Investissements prévus	37
1.1.1 Achats	37
1.1.2 Fonds de roulement initial	38
1.1.3 Récapitulation des investissements	39
Section 2 : Financement du projet	40
1.2.1 Remboursement des dettes	40
1.2.2 Tableau de financement	40
1.2.3 Compte de résultat prévisionnel	41
1.2.4 Trésorerie	42

Section 3 : Les états récapitulatifs de la situation financière	43
1.3.1 Bilan année 1	44
1.3.2 Bilan fin d'exercice	45
1.3.3 Compte de résultat	47
CHAPITRE II : EVALUATIONS FINANCIERES DU PROJET	49
Section 1 : Outils d'évaluation	49
2.1.1 Indice de rentabilité	49
2.1.2 Taux de rendement	49
2.1.3 Délai de récupération des capitaux investis	49
2.1.4 Valeur Actuelle Nette	50
2.1.5 Taux de rentabilité Interne	51
2.1.6 Autres ratios	51
Section 2 : Critères d'évaluation	52
2.2.1 Autres critères	52
• Pertinence	
• Efficacité	
• Efficience	
2.2.2 Recommandations	52
CONCLUSION	54
ANNEXES	

REMERCIEMENTS

Mes remerciements vont d'emblée à Dieu pour la vie ainsi que pour la finalisation de ce mémoire de fin d'études.

Nos remerciements et profonde gratitude :

- à Monsieur RAMANOELINA Armand Panja, Professeur Titulaire, Président de l'Université
- à Monsieur RAKOTO DAVID Olivaniaina, Maître de Conférences, Doyen de la Faculté de Droit, Economie, Gestion et de Sociologie notre encadreur pédagogique pour ses disponibilités et ses divers conseils pour la réalisation de ce mémoire ainsi que ses cours.
- à Monsieur Niry RANDRIAMIARAMISAINA, Expert-comptable et financier notre encadreur professionnel pour ses suggestions utiles à la réalisation de ce mémoire
- Nos remerciements à notre famille particulièrement, à notre père, mari et enfants qui nous ont poussés à continuer notre étude.

Que ceux qui nous ont prouvé leur assistance trouvent ici nos sincères gratitude.

Finalement, nous tenons à remercier nos amis, qui nous ont supportés tout au long de notre étude.

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Illustration N° 01 : Travaux d'imprimerie 24

GRAPHIQUES

Graphe N° 01 : segmentation des CA de NETTE PRINT	08
Graphe N° 02 : Evolution des besoins des travaux	16
Graphe N° 03 : Volume de part de marché NETTE PRINT	19
Graphe N°04 : Processus de fabrication	25
Graphe N°05 : Organigramme	31

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N°01 : Analyse FFOM	09
Tableau N°02 : Cadre logique	11
Tableau N°03 : Consommation prévisionnelle première année en quantité	28
Tableau N°04 : Consommation prévisionnelle première année en valeur	28
Tableau N°05 : Capacité de production prévisionnelle en première année en quantité	29
Tableau N°06 : Capacité de production prévisionnelle en première année en valeur	29
Tableau N°07 : Chiffre d'affaires prévisionnelles	30
Tableau N°08 : Evolution de l'effectif	32
Tableau N°09 : Evolution de la masse salariale	33
Tableau N°10 : Tableau évolutif du personnel	33
Tableau N°11 : Chronogramme	36
Tableau N°12 : Tableau des matériels de bureau et informatique	37
Tableau N°13 : Tableau des matériels d'imprimerie	37
Tableau N°14 : Tableau de mobilier de bureau	37
Tableau N°15 : Tableau de matériels de transport	38
Tableau N°16 : Tableau de fonds de roulement initial	38
Tableau N°17 : Tableau de bilan d'ouverture	39
Tableau N°18 : Plan de remboursement d'emprunt	40
Tableau N°19 : Capacité d'autofinancement	40
Tableau N°20 : Capacité d'autofinancement hors charges financières	40
Tableau N°21 : Compte de résultat prévisionnel	41
Tableau N°23 : Trésorerie mensuelle	42
Tableau N°24 : Trésorerie annuelle	43
Tableau N°25 : Bilan année 1	44
Tableau N°26 : Bilan actif	45
Tableau N°27 : Bilan passif	45
Tableau N°28 : Compte de résultat année 1	47
Tableau N°29 : Compte de résultat annuel	48
Tableau N°30 : Indicateur de rentabilité	49
Tableau N°31 : Valeur Actuelle Nette	50
Tableau N°32 : Taux de rentabilité interne	51
Tableau N°33 : Autres ratios	51

LISTE DES ABREVIATIONS

BAT : Bon à Tirer

BAR : Bon à Rouler

BC : Bon de commande

BL : Bon de livraison

CA : Chiffres d’Affaires

CAF : Capacité d’autofinancement

CIF : Carte d’Identification Fiscale

CNAPS : Caisse Nationale de Prévoyance Sociale

CTF : Computer To Film

CTP : Computeur To Plate

DI : Direct to Imaging

EDBM : Economic Development Board of Madagascar

FFOM : Forces, Faiblesses, Opportunités et Menace

INSTAT : Institut National de la Statistique Malgache

NIF : Numéro d’Identité Fiscale

ONG : Organisme Non Gouvernemental

OSTIE : Organisation Sanitaire Inter Entreprise

PIB : Produit Intérieur Brut

PME : Petite et Moyenne Entreprise

RC : Registre de commerce

RCS : Registre Commerce de Société

SARL : Société à Responsabilité Limitée

SARLU : Société à Responsabilité Limitée Unipersonnelle

TIR : Taux Interne de la Rentabilité

TPE : Très Petite Entreprise

TVA : Taxe sur la valeur Ajoutée

VAN : Valeur Actuelle Nette

Introduction

Les besoins des clients évoluent au cours du temps, mais les produits s'adaptent pour toujours essayer de leur répondre. C'est la raison pour laquelle l'entreprise doit innover (ses produits ou services, ses techniques), introduire sur le marché quelque chose de nouveau, utile à ses clients et génératrice de profits.

Pour certaines entreprises, l'introduction de nouvelles technologies conduit à l'obtention d'un maximum de chiffre d'affaires et de rentabilité. Pour d'autres, celle-ci va entraîner une augmentation de sa part de marché, sa notoriété donc pour être plus compétitives. Tout cela dépend du cycle de vie (phase de lancement ; de développement ; de saturation ; de déclin) ou bien de la position dans laquelle l'entreprise se trouve.

L'environnement de l'entreprise peut être défini comme étant « l'ensemble des éléments extérieurs à l'entreprise qui évoluent et en relation avec ses activités ».

Pour pouvoir prendre des décisions pertinentes, l'entreprise, en tant que système ouvert doit tenir compte de son environnement qui inclut un certain nombre de composants qui ne se limitent pas à ses partenaires économiques (clients, fournisseurs...).

Généralement on distingue deux types d'environnements : le macro-environnement, appelé également environnement indirect ou environnement PESTEL (Politique, Economique, Socioculturelle, Technologique, Ecologique, Légal), qui est l'ensemble des facteurs globaux ayant un impact dans toute organisation. Ensuite il y a le microenvironnement ou environnement de proximité lequel est composé : des fournisseurs ; des clients ; des banques ; des syndicats ; des associations de consommateurs ; des Universités etc....

La performance d'une entreprise vient de sa capacité d'adaptation à l'environnement. Elle y puise les ressources dont elle a besoin pour produire et y écoule ses produits, c'est pour cela qu'elle doit être à l'écoute permanente de son environnement évolutif.

Après avoir mené des enquêtes auprès des confrères, nous avons constaté une augmentation palpable de la demande en produits d'imprimerie.

NETTE PRINT

Toutefois, cette demande montre une large gamme selon la taille des clients. Si les entreprises étrangères s'orientent plutôt vers les nouvelles technologies pour leurs support commercial et publicitaire, comme les mails, site web, réseaux sociaux... ; les opérateurs locaux commencent à adopter le domaine de l'imprimerie (carte de visite, flyers, dépliant, plan de situation, support pédagogique,...) pour satisfaire leurs besoins spécifiques.

C'est par rapport à ce contexte que nous avons choisi le thème : IMPLANTATION D'UNE IMPRIMERIE « NETTE PRINT » à Antananarivo.

Il est vrai que toute entreprise a besoin d'innover pour pouvoir renforcer la relation avec ses consommateurs, pour répondre aux besoins de sa clientèle et pour avoir des avantages concurrentiels vis-à-vis de ses concurrents.

Dans le secteur de l'impression, il suffit de constater l'évolution des caractéristiques des produits de l'impression en termes de définition, de couleur, de taille, de support..., mais le fait de suivre cette évolution suffit-elle à rendre l'entreprise compétitive ?

D'autres aspects sont à considérer comme la possibilité d'acquérir du matériel adéquat, de disposer de ressources financières couvrant les besoins de financement de l'entreprise, des ressources humaines possédant les capacités nécessaires pour la bonne gestion de l'organisation et des matériels, etc...

Vis-à-vis de cette réalité paradoxale, la question principale du mémoire est de savoir comment un promoteur local doit-il s'y prendre pour mettre en place une unité d'imprimerie répondant aux attentes d'une clientèle ciblée et de se maintenir dans un secteur en perpétuel évolution.

C'est pourquoi nous avons défini l'objectif global suivant d'élaborer une étude de faisabilité (implantation) d'une imprimerie moderne à Antananarivo.

Dans le but d'être précis et fiable dans les résultats, cet objectif est réparti en trois sous objectifs :

Le premier objectif spécifique est de définir le marché et la part de marché du promoteur dans le secteur de l'imprimerie. En effet, dans une approche objective, la réalisation d'un projet doit être fondée sur la connaissance des caractéristiques du produit proposé par rapport aux vraies attentes de la clientèle. Le dimensionnement

de l'unité sera défini à partir du volume de la demande du produit (volume du marché).

Le deuxième objectif spécifique est de présenter l'étude organisationnelle relative au projet. En effet, la spécificité de la technologie en imprimerie mérite une importance particulière à l'organisation chargée de gérer le projet.

Le dernier objectif spécifique est de présenter l'évaluation financière du projet.

L'élaboration du mémoire se divise en trois grandes lignes à savoir l'identification du projet, l'étude de faisabilité du projet et l'étude de faisabilité financière et l'évaluation du projet.

L'identification du projet consiste à décrire le choix et l'intérêt du thème et de l'étude du marché. Ensuite l'étude de faisabilité du projet définit la technique de production, la capacité de production et l'aspect organisationnel. Et à la fin, l'étude de faisabilité financière et les critères d'évaluation démontrent les indices de profitabilité et de viabilité du projet.

PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET

Chapitre 1 : CHOIX ET INTERET DU THEME

Le choix et intérêt du thème suit une approche progressive. Il s'agit d'expliquer les raisons qui ont suscité à opter pour une implantation d'une imprimerie. Ensuite, l'utilité du sujet dans l'environnement économique sera décrite pour situer l'impact du projet.

Les entretiens auprès de l'environnement interne et externe, les recherches bibliographiques et webographies ont été la base de la méthodologie de collecte de données appuyés par des recherches professionnelles. L'intérêt pour le sujet a été motivé par les expériences acquises lors des activités professionnelles et les cours dispensés pendant la formation du diplôme DESS / ECA.

Section 1 : Description du projet

1.1.1 - Historique

Actuellement, presque toutes les entreprises de toutes tailles, les ONG, expriment un besoin en imprimerie en incessant augmentation, la quantité diffère mais aussi la tolérance au niveau de la qualité d'impression mais le besoin est là. De cela est parti, le projet de réalisation de création d'une unité d'imprimerie dont la dénomination est « NETTE PRINT ». L'imprimerie à créer est de taille moyenne, mais elle exécute les activités de la « conception » jusqu'à « l'impression » ainsi que des besoins permanents, signalés au niveau de documentation, de publicité, de sensibilisation qui feront appel à des entreprises d'impressions.

1.1.2 – Localisation et implantation

Le projet de création de l'unité de production sera localisé à ANTANANARIVO plus précisément dans le quartier de Manakambahiny, situé dans le 2ème arrondissement. La production des produits d'imprimerie ne demandant pas de local spécifique mais requiert de l'espace, le promoteur a choisi un local près de son habitation pour l'installation. Cette proximité du promoteur, permet un contrôle quasi-permanent que ce soit au niveau de la production qu'au niveau du stock des matières premières. L'unité est bien localisée, calme pour la production dans la

mesure où elle se trouve dans une zone résidentielle mais aussi près des consommateurs finaux.

Le choix de ce site obéit aux critères d'existence et d'importance du marché par rapport à la demande (considérations commerciales), à la disponibilité des infrastructures et à la qualité des moyens de communication et de transport.

Section 2 : Caractéristiques du projet

La constitution d'une société est facilitée à Madagascar pour encourager les investisseurs (nationaux et étrangers). Le guichet unique, l'EDBM à Antaninarenina s'occupe de la constitution totale au niveau de l'administration. Après trois jours ouvrables du dépôt de dossiers, il en sort les documents suivants ; la carte statistique ; la carte CIF (qui fait office de la carte unique auprès de l'administration fiscale NIF, Patente, 211 Bis), Le reçu du paiement pour la demande du RC auprès du tribunal commercial d'Anosy, avec le numéro de RCS (extrait du RC à récupérer par la gérante auprès du greffier après 15 jours avec la publication au journal quotidien), les statuts de la société enregistrés auprès de l'administration fiscale seront : SARLU. Les déclarations obligatoires suivront, à savoir : la CNAPS, l'OSTIE et le certificat d'existence. Le certificat d'existence est la preuve délivrée par le fokontany que ce dernier est en connaissance de notre activité dans son territoire et qu'il l'accepte. En effet, les machines d'imprimerie produisent en général des bruits qui peuvent gêner le voisinage.

2.2.1 Formes juridiques

Les sociétés existant sur le territoire malgache se classent en trois catégories distinctes : les Sociétés à Responsabilité Limitée (SARL), les Sociétés Anonymes (SA) et les SARLU (Société à Responsabilité Limitée Unipersonnelle). Ces différentes formes de société sont régies par la loi et sont inscrites au régime du commerce. Les Sociétés à Responsabilité Limitée (SARL) sont des sociétés dont l'effectif du personnel est compris entre 2 et 100 personnes. Les Société Anonyme (SA) sont des structures dont l'effectif minimum d'employé est de 5 personnes avec un capital minimum de un million d'Ariary et composant plus de deux personnes détentrices des actions sur le capital social. La SARLU par contre est une société dont les parts du capital social sont détenues par une seule personne. NETTEPRINT

sera classée parmi les SARLU vu le nombre d'associé limité par une seule personne.

2.2.2 Buts et objectifs du projet

Il s'agit du démarrage d'une production et de distribution des produits d'imprimerie à partir des travaux avec des machines d'imprimerie « OFFSET » et « IMPRIMANTE NUMERIQUE »

Le projet a deux objectifs, l'objectif général c'est de concevoir les fichiers, d'imprimer tout document ou élément de toute nature en qualité relatif aux besoins nationaux et internationaux afin de les vulgariser pour des fins commerciales et économiques, les objectifs spécifiques sont la facilité d'accès des utilisateurs aux produits de l'imprimerie, l'amélioration des produits d'imprimerie, la relance et le développement du secteur imprimerie, l'amélioration du développement économique, la réduction du taux de chômage.

2.2.3 Intérêts du projet

La mise en place de ce projet entraîne :

D'une part, l'évolution non seulement pour l'entreprise mais aussi pour les agents économiques se trouvant dans le secteur par les divers achats (machines, immobiliers, matières premières,...), la création d'emploi sur la filière imprimerie car rare sont les promoteurs qui veulent s'engager dans ce milieu. La réalisation de ce projet permettra également à l'entreprise d'améliorer le niveau de vie du promoteur et de sa famille ainsi que ses employés et de satisfaire la demande toujours croissante de ses clients.

D'autre part, le projet a également, l'intention d'accroître le besoin des entreprises en travaux d'imprimerie, de créer ou d'induire la nécessité des supports publicitaire au niveau des PME pour augmenter leur CA et de rehausser l'image de l'imprimerie locale surtout sur la qualité des services offerts (au niveau de la conception et des conseils sur certains travaux).

2.2.4 Fiche signalétique :

Identification de l'entreprise

Raison sociale	: Entreprise « NETTE PRINT »
Objet de l'entreprise	: Production et distribution des produits d'imprimerie
Forme juridique	: SARLU
Adresse de l'exploitation	: Manakambahiny
Nombre d'associé	: 01
Nombre effectif	: 09
Adresse actuelle	: Manakambahiny

Section 3 : Planification stratégique du projet

En ce qui concerne la planification stratégique du projet, deux sortes d'analyse seront évoquées : l'analyse PESTEL et l'analyse FFOM qui ont pour but de bien se situer au niveau du marché.

3.3.1- Analyse PESTEL

NETTE PRINT est confronté par l'environnement qui l'entoure, l'analyse PESTEL tient compte de cinq acteurs qui fait partie de son environnement à savoir Politique, Economique, Socioculturel, Technologique et Socioculturel.

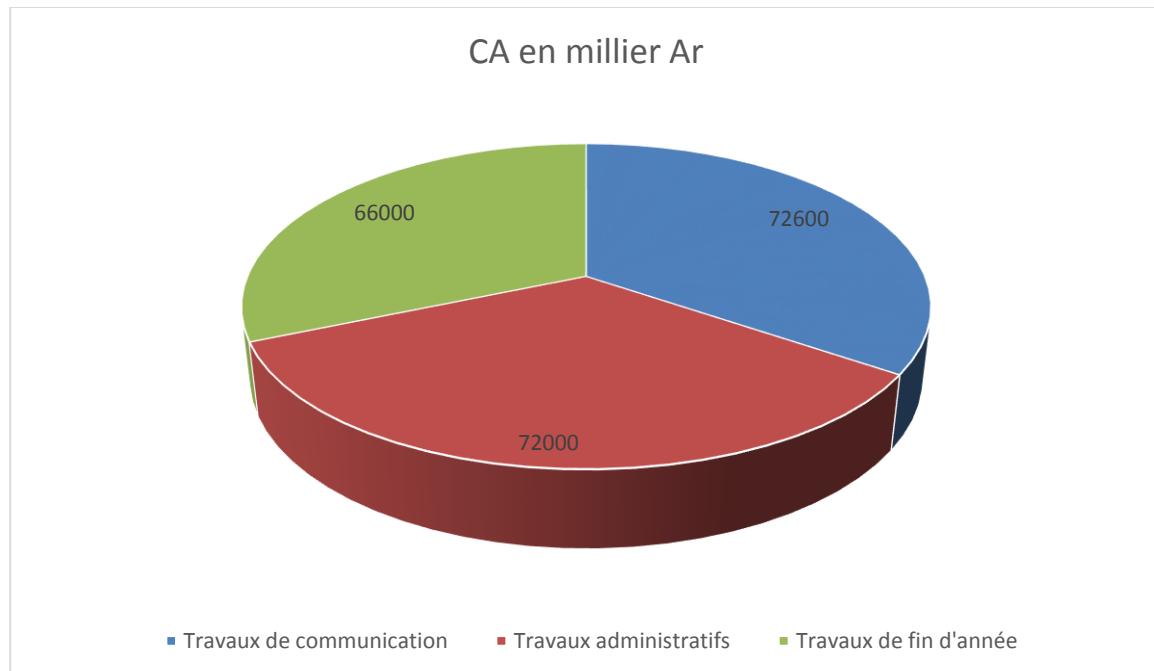
L'environnement Politique

La crise politique persistante qui touche le pays a un impact direct sur la vente de NETTE PRINT. En effet, quand il y a crise, la première reflexe de chaque entreprise est de réduire leur budget en communication qui est les travaux les plus demandés dans le monde de l'imprimerie.

NETTE PRINT

Effectivement, d'après la prévision mensuelle du Chiffre d'Affaire (CA) de NETTE PRINT, nous pouvons déduire que 34.5 % de son CA sont des travaux de communication, viennent ensuite les travaux administratifs qui est de 34.3 % et les travaux de fin d'année de 31.2%

Graphe N°01 : Segmentation des CA NETTE PRINT



Source : Synthèse de l'auteur

L'environnement économique

L'inflation, la dévaluation et les crises économiques ont également un impact sur la vie de la société. La hausse des prix des intrants peut entraîner une augmentation des charges dans la société, la crise économique actuelle et la baisse du pouvoir d'achat entraînent la baisse des ventes.

L'environnement social

L'examen de l'environnement social consiste à déterminer le nombre d'emplois à créer, ainsi que l'impact social au niveau des ressources humaines de l'entreprise. La majorité des promoteurs qui œuvrent dans le domaine de l'imprimerie rencontrent également le manque de personnel qualifié en matière de l'infographie et de la technologie.

L'environnement Technologique

NETTE PRINT suit l'évolution de la technologie actuelle. C'est pourquoi elle fait des investissements tant au niveau des matériels informatiques qu'au niveau des matériels d'impression et de finition. Elle s'adapte à la nouvelle technologie. Ainsi, l'esprit de créativité s'épanouit dans la société.

L'environnement écologique

Une de l'environnement à ne pas tenir à l'écart est le côté écologique, comme toute entreprise NETTE PRINT utilise les papiers biodégradables dans le processus de production, cela signifie que l'entreprise contribue à la protection de l'environnement.

L'environnement légal

Malgré le coût que l'aspect légal peut engendrer, elle doit aussi tenir compte des réglementations qui tournent autour de son unité sur les lois de travail, les lois de la concurrence, les taux bancaires ainsi que les normes des produits fabriqués.

3.3.2- Analyse FFOM

Elle permet de déterminer les forces et faiblesses des facteurs internes et les Opportunités et Menaces des facteurs externes de l'environnement de l'unité. L'expérience, l'observation et l'enquête nous ont permis de les déduire.

Tableau N°01: Analyse FFOM⁽¹⁾

<u>FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personnels qualifiés ✓ Prix compétitifs ✓ Expériences du promoteur ✓ Portefeuille de clientèle ✓ Convivialité 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Non maîtrise de la maintenance ✓ Sous-traitante pour les autres produits
<u>OPPORTUNITES</u>	<u>MENACES</u>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existence d'un groupement d'imprimerie ✓ Existence de machines chinoises à des coûts moindres pour l'exploitation 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Secteur informel ✓ Crise incessante qui touche le pays ✓ Instabilité politique ✓ Dépréciation des tissus économiques

NETTE PRINT

La société d'imprimerie est aussi confrontée par l'environnement qui l'entoure externe et interne, la meilleure vente exige un environnement stable (interne ou externe). Interne au niveau du personnel, de l'organisation et externe de la situation politique et économique du pays.

NETTE PRINT suit de près cette évolution pour bien parer à toutes éventualités.

3.3.3- Cadre logique

Le cadre logique est un document qui synthétise sous forme de tableau (une matrice) toutes les informations clés d'un projet: objectifs, résultats, activités, risques, programmation, ressources. La méthode du cadre logique est la succession d'étapes et d'analyses qui va permettre l'élaboration progressive de la matrice ⁽³⁾

(3) : <http://www.eval.fr/Pages/cadrelogique.asp>

Tableau N°02 : Cadre logique ⁽²⁾Le cadre logique consiste à déterminer les objectifs du projet (global et spécifique), pour en déduire les différents éléments utiles et nécessaires pour pouvoir finaliser et mener à terme le projet.

CADRE LOGIQUE D'INTERVENTION	INDICATEUR OBJECTIVEMENT VERIFIABLE	SOURCE DE VERIFICATION	HYPOTHESES
OBJECTIFS GLOBAUX			
• Amélioration du niveau de revenu national brut du Pays • Création d'emploi • Contribution à la croissance économique et sociale à Madagascar	• Production Intérieure Brute • Taux de chômage	• Rapport sur de revues économiques • Rapport et revues sociales.	• Stabilité politique • Bonne gouvernance • Respect de la réglementation.
OBJECTIFS SPECIFIQUES			
• Optimisation de la rentabilité des investissements • Capacité de réinvestir • Distribution de dividende.	• Rentabilité commerciale • Rentabilité des capitaux investis. • Valeur ajoutée	• Etats financiers • Reporting et tableaux de bord	• Tenue de la comptabilité générale et analytique. • Existence du contrôle de gestion et audit interne
• Augmentation de la production en termes de quantité et qualité • Accroissement de l'offre	• Quantité produite par rapport aux budgets de vente de production. • Taux de rebut	• Rapport de production.	• Disponibilité des ressources, des matières. • Maîtrise de la technologie et des procédés.
• Augmentation des chiffres d'affaires, et de la notoriété de l'Entreprise et ses produits. • Baisse des prix des travaux d'impression	• Quantité vendue par rapport aux budgets de vente. • Nombre des clients • Taux de satisfaction	• Etats des ventes • Reporting de vente. • Etude marché.	• Disponibilité des ressources et produits en quantité et en qualité. • Application d'une stratégie de vente.

<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation du nombre des salariés, et amélioration de leurs compétences. • Réduction du taux de chômage 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre des salariés • Turn over • Nombre de formation dispensée. • Masse salariale 	<ul style="list-style-type: none"> • Registre du personnel • Bilan de compétence • Etats de paie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité des ressources humaines • Existence d'une stratégie en GRH.
ACTIVITE			
<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir un business plan (plan d'affaires) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de dossier élaboré et livré. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contrat de prestation intellectuelle • Cahier de registre et de transmission. • Cahier de registre et de transmission. • Relevé des comptes bancaire. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité d'une base des données. • Etude de marché fiable. • Compétence du prestataire et du promoteur
<ul style="list-style-type: none"> • Recherche et obtention de financement. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de contacts et de dossiers rédigés et déposés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contrat de prêt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Business plan bancable. • Existence des partenaires et des Institutions financières potentielles.
<ul style="list-style-type: none"> • Recherche de partenariat 	<ul style="list-style-type: none"> • Valeur de fonds disponible • Nombre des associés. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Formalisation du projet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lettre d'agrément • Carte CIF, NIF, RCS. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministères • Centre fiscal. • Dossier d'archives 	<ul style="list-style-type: none"> • Maitrise de la réglementation et de la législation en vigueur.
<ul style="list-style-type: none"> • Recrutement du personnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'offres d'emploi • Nombre des employés recrutés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Affichage • Annonce au journal • Contrat de travail. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité des ressources. • Adéquation de l'offre à la demande.

<ul style="list-style-type: none"> • Acquisition des immobilisations (terrain, construction, installations techniques, aménagements,...) • Mettre en place les activités de soutien (logistique, comptabilité, informatique, personnel,) <p>INTRANTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Achats des matières premières et emballages. • Achat des consommables et autres approvisionnements. <p>EXTRANTS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventes de produits finis 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre et valeur d'immobilisations acquises. • Nature et valeur des installations et installations faites. • Nombre de services et/ou directions créées • Quantités des matières premières entrées et autres. • Nombre de rotation des stocks. • Quantités des produits finis sortis. • Nombre de rotation des stocks. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contrat de bail, de prestation ou de vente. • Facture d'achat • Bon de livraison • Inventaire des immobilisations. • Organigramme • Répartition des tâches et fonctions. • Factures d'achat • Inventaires des stocks. • Comptabilité générale et analytique. • Factures de vente • Inventaires des stocks. • Comptabilité générale et analytique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maitrise de la technologie. • Comparaison du rapport prix/qualité. • Etude de faisabilité technique et financière. • Disponibilité des ressources. • Organisation et communication adéquate. • Disponibilité des ressources financières. • Optimisation de la gestion des stocks. • Bonne gestion de la logistique. • Bonne gestion de la logistique. • Mettre en place une stratégie de vente et de distribution. • Optimisation de la gestion des stocks
---	--	--	--

Le cadre logique consiste à déterminer les objectifs du projet (global et spécifique) , pour en déduire les différents éléments utiles et nécessaires pour pouvoir finaliser et mener à terme le projet

Chapitre 2 : ETUDE DU MARCHE

Concernant l'étude de l'offre et de la demande ainsi que les concurrents et les cibles, nous avons les données nécessaire à partir des différents enquêtes et interview :

Section 1 – Domaine d'études

Le traitement des données suivra plusieurs étapes afin de transformer les données brutes en données définitives.

La méthodologie est l'ensemble des moyens pour l'étude du marché. Elle justifie les moyens de collecte de données et d'informations et la procédure de traitement de ces données et informations. La collecte de données et d'informations est une partie très importante dans l'élaboration de ce projet, car toutes les analyses sont établies sur cette base. Cette collecte a été effectuée selon deux approches une descente sur terrain (enquêtes, interview,...) qui nous a permis de faire l'étude du marché ainsi que les perspectives d'évolution auprès des clients cibles et des recherches documentaires. L'interview consiste à interroger les différents opérateurs autour de l'imprimerie. Les différentes lignes à souligner dans cette interview seront les deux grands acteurs qui jouent un rôle important sur son environnement à savoir la cible (la clientèle) et ses confrères. Le Choix de l'échantillonnage auprès des clients cibles dont les petites entreprises (ECOLE LE PHENIX, GARDERIE JARDINS DES ANGES,...) Moyenne entreprise (QUINCALLERIE JOBEDA) les Grande entreprise (CAMUSAT, ARTIPRO, CHRYSO,...) et auprès des confrères : IMPRIMERIE DE LA RN7, IMPRIMERIE MAHERY, GRAPHOPRINT, IMPRIMERIE D'ITAOSY, CRE'ART ... et enfin auprès des différents entités comme l'EDBM pour les informations de l'ouverture de la société, les démarches administratives au niveau de la CNAPS, OSTIE, renseignement sur les différents taux des taxes,...et l'INSTAT pour les données statistiques. Les questions ne doivent pas dépasser le cadre de recherche et les personnes concernées veulent bien accorder un peu de leur temps. La recherche documentaire est un moyen de compléter les recherches pour avoir une meilleure vision de l'environnement, d'analyser les faits et de compléter les informations si nécessaires. Elle permet d'intensifier les informations déjà recueillies et d'avoir une meilleure vue de la réalité. La recherche bibliographique constitue une étape fondamentale dans la réalisation d'un travail de mémoire car non seulement elle fournit des données préalables pour démarrer la recherche mais elle permet aussi

l'orientation de l'étape ultérieure. La recherche sur internet sert aussi de source inépuisable d'informations, toutefois malgré l'abondance des informations obtenues par ce recours, la sélection minutieuse de ces informations recueillies est essentielle. La première étape consiste à savoir comment traiter les données et les informations. Le traitement des données et des informations s'effectue selon une approche par processus et par rapport à l'environnement concerné.

La méthodologie de traitement de données appliquée dans cette étude est l'analyse FFOM (Forces Faiblesses Opportunités Menaces) ou la méthode SWOT qui consiste à déterminer les points forts et les points faibles qui tournent autour du monde de l'imprimerie. Le traitement des données suivra donc plusieurs étapes afin de transformer les données brutes en données définitives. Les travaux d'imprimerie nous tiennent à cœur et sont considérés comme notre métier, ainsi, nous estimons connaître sa valeur dans le monde commercial.

2.1.1. Caractéristiques des services offerts

Il s'agit du démarrage d'une fabrication et distribution des produits d'imprimerie à partir des travaux avec des machines d'imprimerie « OFFSET » et « IMPRIMANTE NUMERIQUE »

- La production : Le système de production est défini à partir de la transformation des matières premières avec leurs accessoires pour avoir des produits finis, par rapport aux commandes faites par les utilisateurs ou les clients.
- La distribution : Elle distribue les produits et autres marchandises sur le marché pour résoudre les besoins des consommateurs, en liaison avec ses agences.

Les deux objectifs du projet sont l'objectif général qui est de concevoir, d'imprimer tout document ou élément de toute nature en qualité relatif aux besoins nationaux et internationaux afin de les vulgariser pour des fins commerciales et économiques , les objectifs spécifiques qui sont la facilité d'accès des utilisateurs aux produits de l'imprimerie, l'amélioration des produits d'imprimerie, la relance et le développement du secteur imprimerie, l'amélioration du développement économique, la réduction du taux de chômage.

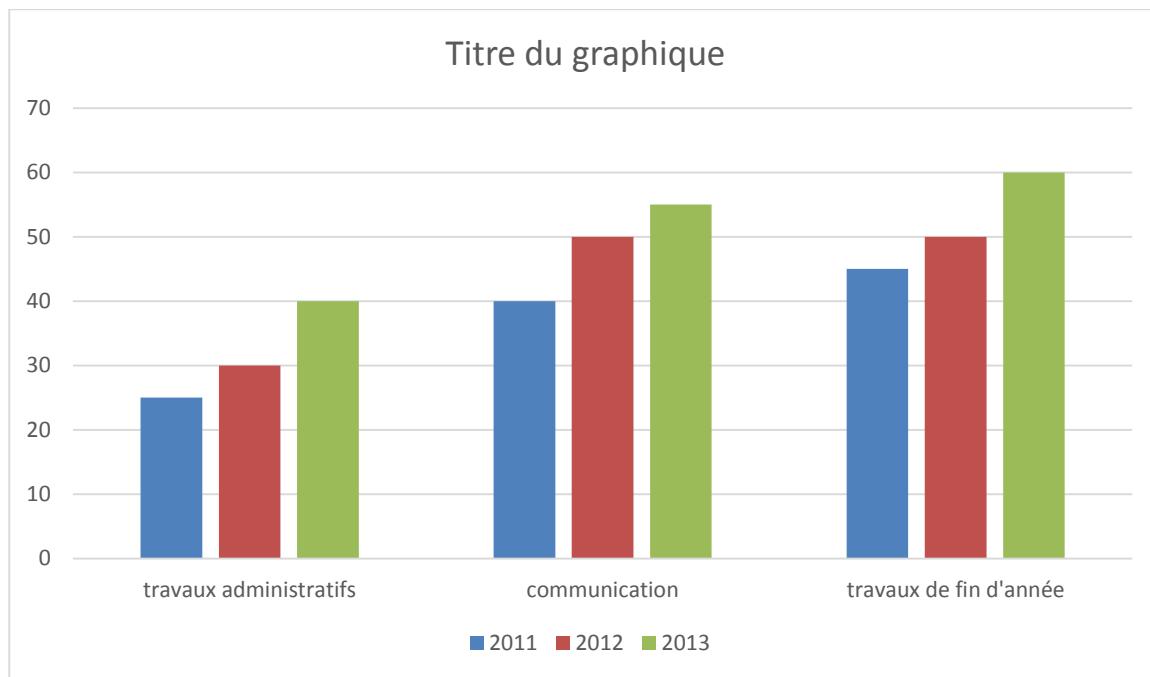
2.1.2. La Clientèle cible

Les besoins des Sociétés en matière d'impression restent toujours les plus significatifs. La clientèle cible sont les grandes entreprises qui sont surtout les institutions financières, les administrations, les multinationales...les entreprises moyennes comme les ONG, les entreprises locaux,...et le reste TPE, ECOLE, GARDERIE,...L'acquisition des deux machines (numérique et offset) pourrait très bien satisfaire les besoins de chaque client cible tant en nombre qu'en quantité par leur complémentarité.

2.1.3. Evolution des besoins

Après enquêtes et observations auprès des confrères, nous avons pu constater une augmentation palpable de la demande en produits d'imprimerie. En effet, les trois dernières années, les besoins en imprimés n'ont cessé d'augmenter.

Graphe N°02 : Evolution des travaux d'imprimerie ⁽⁴⁾



D'après ce graphe, on peut constater que les travaux de fin d'année sont les plus demandés , c'est surtout les calendriers, les cartes de vœux, les agenda personnalisés...

(4) Source : synthèse de l'auteur

Section 2 : Etude de l'offre et de la demande

L'équilibre partiel du marché dépend de l'offre et de la demande. Ces deux éléments sont pris en considération dès le lancement de l'étude de projet. L'existence de rationnements constraint les agents qui n'obtiennent pas satisfaction à s'adapter à la situation nouvelle créée par ces rationnements⁽⁵⁾.

2.2.1 – Estimation de l'offre et de la demande

2.2.1.1 Offre

Comme il a déjà été constaté dans la section précédente, l'existence des imprimeries date de plusieurs siècles et elle a toujours évolué avec la découverte de la dernière technologie. NETTE PRINT s'adapte à son environnement qui l'entoure.

Cette activité nécessite actuellement un investissement important faisant réfléchir les investisseurs avant de s'y engager ce qui explique la rareté d'un professionnel imprimeur.

2.2.1.2 Demande

Source : hypothèse de l'auteur

La demande d'impression se divise en trois parties :

- Travaux de communication (flyers, dépliant, affiche, catalogue, ...)
- Travaux administratifs (carnet, fiche de stock, bordereau,...)
- Travaux de fin d'année (calendrier, agenda, carte de vœux,...)

D'après enquête, auprès des confrères situés dans la zone d'Antananarivo, pour les institutions financières : 100 % ont recours aux imprimeurs pour tous leurs travaux administratifs (bordereau, carnet de chèque,...) pour leur nombre en centaine des milliers. 25 % passent leurs travaux de communication avec les agences de communication ainsi que les travaux de fin d'année, Pour Les PME : 75% confient leurs travaux de communication et travaux de fin d'année directement chez les imprimeurs. Les travaux administratifs seront imprimés par eux même à part les carnets, Pour les ONG : 75 % impriment leurs travaux de communication chez les imprimeurs. 100% leur travaux administratifs.

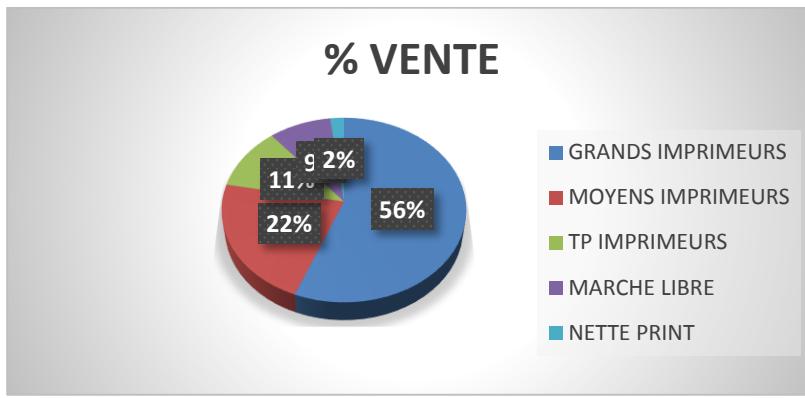
(5) Jacques LECAILLON, Analyse microéconomique, Editions CUJAS, 1989, p.147

2.2.2 – Concurrence

Les concurrents fournissent la même prestation que ceux envisagé par le projet puisqu'on utilise le même procédé et généralement le même type de matériel. Cependant, ils exigent souvent une quantité importante en raison du montant de leur investissement et de la consommation d'intrant. Il existe deux types d'opérateurs bien distincts sur le marché en la matière. Ceux qui ont de grands moyens et ceux qui pratiquent de façon moins professionnels. Toujours en raison du montant d'investissement nécessaire, la création d'une nouvelle imprimerie se fait beaucoup plus rare que celle dans d'autres secteurs d'activité. Celles qui y sont depuis des décennies n'arrivent plus à satisfaire le nombre et le type de demande sur le marché étant donné que leurs machines ne sont plus renouvelées alors que les consommateurs exigent un nouveau type de document et de forme assez spécifiques offerts par la nouvelle technologie actuelle. INJET et GRAPHOPRINT font partie de quelques imprimeurs qui ont la capacité de produire en très grand format et sur de support multiples, NEW PRINT, BLUE PRINT et NIAG, font partie par contre de quelques imprimeurs qui disposent d'une machine GTO de quatre têtes capables d'imprimer dans des meilleures qualités et d'une productivité très importante les impressions en couleur.

2.2.3 Part de marché visé

« Dans ce régime, les entreprises maximisent leurs profits en poussant leur production jusqu'au point où leur coût marginal est égal au prix du marché , plusieurs entreprises proposent le même service, Les imprimeurs sont en chasse perpétuelles de clientèle pour pouvoir appliquer le prix sur le marché et gagner plus de marge. Après enquête, NETTE PRINT avec 79.500.000 Ar de Chiffre d'affaires annuelles à la première année aura 1 % du part de marché.

Graphe N°03 : Volume de part de marché NETTE PRINT⁽⁶⁾

Section 3 : Les stratégies marketing

Une bonne stratégie marketing nécessite, une analyse fiable au niveau prix, produit et sur les stratégies à adopter. Deux stratégies de distribution peuvent être envisagées par les producteurs : *la stratégie « Push »* : *le producteur décide d'écouler son produit sur le marché en tirant profit du pouvoir des détaillants sur le marché. Il met alors tous ces efforts sur ses relations commerciales avec ses distributeurs, de façon à ce qu'ils poussent le produit sur le marché.* Ce type de stratégie est souvent mise en place par des entreprises qui ont un budget marketing réduit et une force commerciale performante; *la stratégie « Pull »* : *le producteur dispose de marques connues avec de fortes images qui lui permettent de s'adresser directement - via des campagnes de communications – aux consommateurs du marché. Les consommateurs réclament le produit, la marque et le distributeur peut difficilement s'en passer dans ses rayons afin d'assurer son chiffre d'affaires. Dans ce cas, c'est donc le produit qui « tire » les clients dans le magasin. Cette stratégie nécessite un gros budget publi-promo* ⁽⁷⁾.

(6) Source : synthèse de l'auteur

(7)http://ressources.aunege.fr/nuxeo/site/esupversions/83e876d5-3c45-45cb-a888-2af03045ca8e/MarFonPda/co/1_4_strategies.html

La stratégie « Push » consiste à pousser les produits vers les clients cibles en distribuant des cartes de visite gratuites ou des flyers aux décideurs d'entreprise ceci afin qu'ils puissent voir la qualité des services offerts et qu'ils viennent à partir des bouches à oreilles vers les autres décideurs qui l'entourent.

La stratégie « Pull » s'oriente vers la créativité des produits : créer des cartes de visite en PVC à bout arrondi, des nouveaux styles de calendrier, ...qu'on peut considérer comme une marque NETTE PRINT.

2.2.1 – Politique de produit

Les 4'P sont des variables marketing : Prix, Produit, Promotion et Place, l'exigence sur la qualité est une des éléments primordiales, tous les imprimés livrés seront vérifiés, et après livraison, un suivi de la satisfaction des services rendus sera fait. Un remplacement sera effectué en cas de désagrément des clients

2.2.2 – Politique de prix

Le prix psychologie c'est la quantité d'unités monétaires (francs par exemple) que l'on doit donner ou que l'on peut recevoir en échange d'un bien ou d'un service ⁽⁸⁾ le prix psychologique sera pratiqué dans tous les services proposés. Bref, les travaux proposés seront de rapport qualité / prix et proposés surtout aux petits budgets.

Le prix figure dans les principes du 4'P ou marketing mix. NETTE PRINT accordera des remises, fera des promotions, donnera des bons gratuit pour un CA déterminé pour chaque clientèle et fixera ses prix sous forme de prix psychologique.

2.2.3 - Stratégie marketing à adopter

La stratégie marketing à choisir est la stratégie PUSH consistant à pousser le produit vers la clientèle, L'objectif est de lancer notre activité en fidélisant nos premiers clients, et en tentant de conquérir les clients influents afin qu'ils puissent enclencher le phénomène de bouche à oreille.

(8) Jean Yves Capul, Olivier Garnier, Economie de A à Z, HATIER, 1997, p.286

NETTE PRINT

Le slogan adopté « La meilleure imprimerie et la moins cher » permet d'augmenter son taux de notoriété aussi bien assistée, (dans un premier temps), que spontanée, (par la suite). Il s'agit d'intégrer l'entreprise dans le monde de l'imprimerie. L'objectif d'image est que les clients cibles perçoivent l'entreprise comme un lieu où ils se sentent vraiment comme chez eux, qu'ils sont bien traités et au final qu'ils se sentent satisfaits de services fournis.

DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE DU PROJET

La faisabilité du projet comporte trois études à savoir : l'étude préalable, le marché et l'étude technique et financière.

Chapitre 1 : ETUDE PREALABLE DU PROJET

Section 1 - Processus de production

Le processus de fabrication au sens propre se fait en trois grandes étapes :

1.1 Pré impression

C'est une étape primordiale, consiste en une phase où l'on s'assure que le produit final correspondra au besoin du client avant de passer en impression, en couleurs, mises en page et finition du document et qui est surtout assistée par ordinateur, à rassembler les éléments (texte, image...) transmis par le client et de les mettre en page afin de produire des plaques d'impression (ou formes imprimantes) qui seront montées sur une presse à imprimer. Les éléments sont assemblés sur ordinateur à l'aide de logiciels de PAO (publication assistée par ordinateur), dédiés à cet effet. Les images sont quant à elles traitées couleur par couleur afin d'obtenir un rendu proche de ce que désire le client. Les fichiers numériques (texte et image) ainsi préparés sont imposés sur des films (CTF) ou plaques (CTP), ou encore directement à l'imprimante ou la presse dans le cas d'impression numérique. L'ensemble du processus de prépresse est calibré et réalisé en fonction des prochaines étapes de production.

1.2 La conception

Consiste à réaliser le travail à imprimer avec les éléments nécessaires (photographies, illustrations, textes, couleurs) sur l'ordinateur. Ici, un premier aperçu du document fini est constaté. La conception figure parmi les tâches d'un PAOISTE. Le PAOISTE suit la demande du client ou la maquette qui lui est fournie ainsi que les instructions données par les clients. Il doit aussi prendre en compte les dispositions, les textes et illustrations qui lui sont fournis. La conception est finalisée par la validation du BAT par le client.

Après conception, il y a deux façons d'arriver à imprimer le fichier à savoir la façon moderne et la façon ancienne. La façon moderne « CTF » (Computer To Film)

CTF: Source CERIG ⁽⁹⁾

- Le terme "Computer-To-Film" (CTF -- *de l'ordinateur au film*) est utilisé pour caractériser la chaîne graphique lorsque l'information est traitée de façon numérique jusqu'à la production du film. Le texte est saisi dans un logiciel de traitement de texte (ex : Word), les photographies sont scannées puis retouchées dans un logiciel de traitement d'image matricielle (ex : Photoshop), les dessins au trait sont créés dans un logiciel de traitement d'image vectorielle (ex : Illustrator), la mise en page est effectuée dans un logiciel d'assemblage (ex : XPress).

Le BAT sera ensuite donné au deviseur pour être disposer par cahiers. La disposition des documents va varier en fonction du format, du nombre de pages, du façonnage (pliage). L'imprimeur pourra faire un test avant de lancer l'impression par le biais d'un petit polichinelle. Un petit livre qui donne le plan d'imposition. Après consultation du deviseur le PAOISTE pourra ensuite sortir le film

- Les films

Réalisés avec une flasheuse par le LABORANTIN. Permet de faire une impression jusqu'à plus de 2400 dpi, de films positifs ou négatifs, destinés à l'insolation de plaques offset ou de polymères.

- Les plaques offset

La création des plaques est impérative pour pouvoir réaliser les impressions. Ces dernières peuvent être réalisées de deux manières différentes. On trouve tout d'abord la manière traditionnelle qui consiste à utiliser la technique du flashage computer to film.

(9) http://cerig.pagora.grenoble-inp.fr/icg/Dossiers/Presses_num/Chapitre_1.htm

Vient ensuite la technique du fichier numérique finalisé grâce à la technique computer to plate. Il s'agit, en quelque sorte, du lien entre la prépresse et la presse façon moderne :

CTP : Source CERIG ⁽¹⁰⁾

Le terme "Computer-To-Plate" (CTP -- *de l'ordinateur à la plaque*) est utilisé pour caractériser la chaîne graphique lorsqu'il y a suppression de l'étape du film. Les fichiers issus du RIP sont transmis directement à un dispositif (unité d'insolation / graveur CTP) qui image directement les plaques, grâce à un laser ou une diode laser émettant dans le visible ou l'infrarouge. C'est le développement des lasers de puissance IR qui a permis cette évolution vers la gravure thermique.

1.3- L'impression

L'impression comprend plusieurs étapes : le calage qui consiste à mettre en place les plaques sur les cylindres de la presse offset, réglage de l'encrage, le repérage des couleurs, de leur densité lors de l'impression afin d'obtenir le bon à roule, le pré encrage où l'impression commence doucement afin de laisser l'encre englober les rouleaux d'impression. Une fois que l'imprimante est bien mise à route, il faut s'assurer que les premiers modèles correspondent au bon à tirer, le suivi du tirage c'est une étape primordiale pour éviter les incidents ou les imprévus. Il nécessite la présence d'un opérateur pour le suivi et l'évolution des impressions, La vérification de l'encrage consiste surtout à contrôler le débit d'encre et aussi les éventuels défauts d'impression qui nécessitent l'arrêt du tirage. Un petit réglage est nécessaire avant de poursuivre l'impression.

1.4-La finition

C'est la dernière étape de la production d'un imprimé et non les moindres. Il s'agit de rassembler les différentes éléments imprimés ; cahiers, feuilles, couverture... en un document unique. Elle donne la forme finale aux travaux. Il existe plusieurs types de façonnage ou finition : Flyers, dos carré collé, agrafe, livret, contre collage,

(10) http://cerig.pagora.grenoble-inp.fr/icg/Dossiers/Presses_num/Chapitre_1.htm

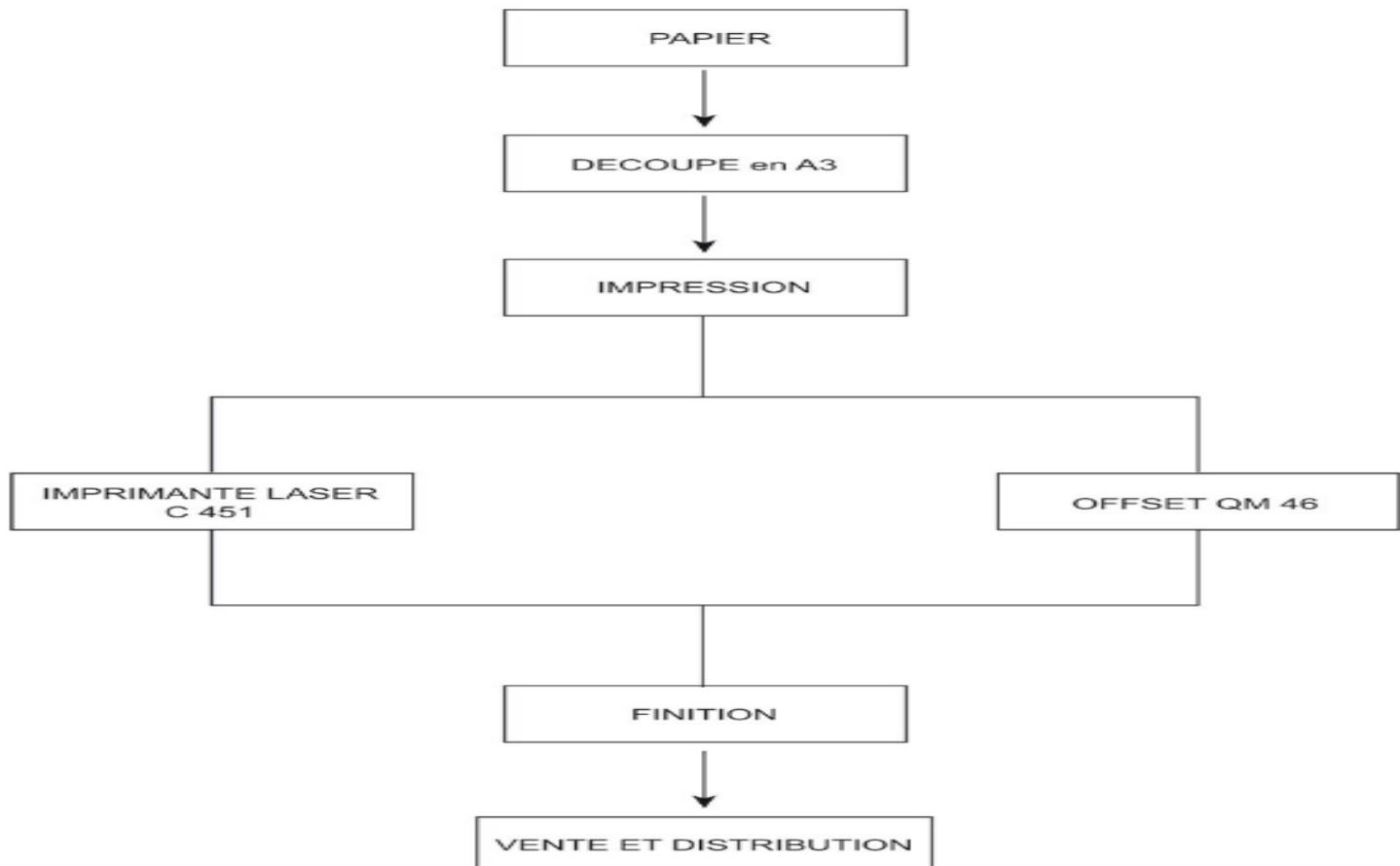


Image N°02 : Image des différents travaux d'imprimerie.

PROCESSUS DE PRODUCTION

Le processus de production c'est la transformation des matières premières en produits finis.

Graphe N° 04 : Processus de production ⁽¹¹⁾



(11) Source : synthèse de l'auteur

Le papier sort du fournisseur en format 65*100 cm. Comme les deux machines sont en format 42*29.7 cm, une découpe est à faire avant de mettre le papier dans le bac pour impression. Le tirage est fait soit par l'imprimante C451 soit par l'offset QM 46. Le choix dépend de la clientèle et/ ou le nombre d'exemplaires à faire.

Section 2 – Les moyens de production

Comme ceux cités auparavant, l'impression par une machine offset nécessite plusieurs étapes pour arriver à l'impression. Ces différentes étapes engendrent des coûts à tous les niveaux et une perte de temps, dont on sait que « Le temps c'est de l'argent » et après calcul, l'imprimeur, est conscient qu'après tel nombre, les travaux ne sont pas faisables car le coût est beaucoup supérieur par rapport à l'impression numérique qui pourrait faire les mêmes travaux à un coût moindre mais dont la qualité est moins bonne que ceux de l'offset.

C'est pour cette raison que, le projet prévoit d'acquérir 2 machines :

- IMPRIMANTE NUMERIQUE DE TYPE KONICA MINOLTA BIZHUB C451 neuve
- PRINT MASTER HEIDELBERG QM 46
 - IMPRIMANTE KONICA MINOLTA BIZHUB

Une imprimante est destinée à dupliquer des documents ou imprimés en plusieurs exemplaires. Le processus est simple, après validation du client de la conception faite par le PAOISTE, ce dernier pourrait immédiatement imprimer ou dupliquer le document au nombre d'exemplaires voulus par le client. L'imprimante est surtout utile pour faire les petits travaux, de petite quantité, au nombre de 10 à 500 pour pouvoir proposer aux clients un prix comme ceux produits pas l'offset. (*Fiche technique joint en annexe*) Mais la qualité sera moins bonne que celui produite par l'offset RYOBI OFFSET car les couleurs ne sont pas stables sur les travaux faites par l'imprimante. Le client sera averti de ce fait.

- PRINT MASTER HEIDELBERG QM 46

C'est une machine offset à deux couleurs. Son avantage est le fait qu'elle pourrait dupliquer des imprimés en centaines de milliers d'exemplaires grâce à son procédé qui consiste surtout à faire les travaux de grande quantité à partir de 500 exemplaires. Son avantage est la stabilité des couleurs ainsi que la vitesse d'impression qui peut faire de 5.000 à 10.000 exemplaires par heure (*Fiche technique joint en annexe*)

NETTE PRINT

Le choix de matériels à utiliser est très important au risque de ne pas pouvoir produire le type de produit que le client attend de l'imprimeur, de gaspiller des ressources et d'intrant contrairement aux principes de la bonne gestion d'entreprise. Comme ceux cités auparavant, l'impression par une machine offset nécessite plusieurs étapes pour arriver à l'impression. Ces différentes étapes engendrent des coûts et après calcul, l'imprimeur, est conscient qu'après un nombre relativement inférieur, le coût d'impression serait exorbitant pour un offset. Il faudrait un nombre d'impression assez conséquent pour que le coût soit moindre. Et plus le nombre d'impression demandée augmente, plus le coût d'impression diminue. De ces deux machines à savoir numérique et offset, NETTE PRINT serait apte à satisfaire des clients qui demandent des impressions en grande quantité et aussi ceux qui en demandent moins. NETTE PRINT proposera donc l'impression numérique c'est-à-dire IMPRIMANTE qui pourrait imprimer au nombre de 10 en quantité et en papier jusqu'à 300 g.

Chapitre 2 : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE

Il est important de connaître la capacité de production que l'unité prévoit pour une année de production afin de maîtriser les coûts par rapport au production.

Section 1 : Consommation prévisionnelle en première année

La consommation prévisionnelle est la quantité et le montant des achats prévus pour une année de production.

Tableau N° 04 : Consommation prévisionnelle en première année en quantité ⁽¹³⁾

Année	Unités	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
Encre	sachet de 750 g	24	0	0	0	24	0	0	0	24	0	0	0	72
Toner	unité	12	0	0	0	12	0	0	0	12	0	0	0	36
Papier	rame 65*100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Plaque	unité	4	0	0	0	0	4	0	0	0	4	0	0	12
Montant														156

Tableau N° 05 : Consommation prévisionnelle en première année en valeur (en millier d'Ariary)⁽¹⁴⁾

Année	Prix unitaire	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Montant
Encre	100	2 400	0	0	0	2 400	0	0	0	2 400	0	0	0	7 200
Toner	100	1 200	0	0	0	1 200	0	0	0	1 200	0	0	0	3 600
Papier	150	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5 400
Plaque	100	400	0	0	0	0	400	0	0	0	400	0	0	1 200
Montant														17 400

(13) (14) Source : synthèse de l'auteur

Section 2 : Capacité de production prévisionnelle en première année

La capacité de production prévisionnelle est la quantité et le montant des ventes prévus pour une année de production. Cela est nécessaire afin de connaître le montant de CA annuel.

Tableau N° 06 : Capacité de production prévisionnelle en première année en quantité (15)

DESIGNATION	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
CARTE DE VISITE	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	36 000
FLYERS	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
AFFICHE	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
DEPLIANT	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
LIVRET	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
CARTE DE VŒUX	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
CALENDRIER	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000

Tableau N° 07 : Capacité de production prévisionnelle en première année en valeur (en millier d'Ariary) (16)

DESIGNATION	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
CARTE DE VISITE	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5 400
FLYERS	1 600	1 600	1 600	1 600	1 600	1 600	1 600	1 600	1 600	1 600	1 600	1 600	19 200
AFFICHE	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	36 000
DEPLIANT	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
LIVRET	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	72 000
CARTE DE VŒUX	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
CALENDRIER	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	36 000
Montant													192 600

A la première année d'exercice, la production mensuelle a été calculée sur une base de moyenne, la valeur totale de la production est de 192 600 000 Ariary.

(15) (16) : Source : synthèse de l'auteur

Section 3 : Chiffre d'affaires prévisionnelles

Ce tableau représente le chiffre d'affaires prévisionnelles annuelles pendant les 05 ans.

Tableau N° 08 : Chiffres d'affaires prévisionnelles ⁽¹⁷⁾

	Année1			Année 2			Année 3			Année 4			Année 5		
	Q/TE	P.U.	MONTANT												
CARTE DE VISITE	36 000,00	0,15	5 400,00	39 600,00	0,15	5 940,00	43 560,00	0,15	6 534,00	47 916,00	0,15	7 187,40	52 707,60	0,15	7 906,14
FLYERS	24 000,00	0,80	19 200,00	26 400,00	0,80	21 120,00	29 040,00	0,80	23 232,00	31 944,00	0,80	25 555,20	35 138,40	0,80	28 110,72
AFFICHE	24 000,00	1,50	36 000,00	26 400,00	1,50	39 600,00	29 040,00	1,50	43 560,00	31 944,00	1,50	47 916,00	35 138,40	1,50	52 707,60
DEPLIANT	24 000,00	0,50	12 000,00	26 400,00	0,50	13 200,00	29 040,00	0,50	14 520,00	31 944,00	0,50	15 972,00	35 138,40	0,50	17 569,20
LIVRET	12 000,00	6,00	72 000,00	13 200,00	6,00	79 200,00	14 520,00	6,00	87 120,00	15 972,00	6,00	95 832,00	17 569,20	6,00	105 415,20
CARTE DE VŒUX	24 000,00	0,50	12 000,00	26 400,00	0,50	13 200,00	29 040,00	0,50	14 520,00	31 944,00	0,50	15 972,00	35 138,40	0,50	17 569,20
CALENDRIER	36 000,00	1,50	54 000,00	39 600,00	1,50	59 400,00	43 560,00	1,50	65 340,00	47 916,00	1,50	71 874,00	52 707,60	1,50	79 061,40
TOTAL GENERAL			210 600,00			231 660,00			254 826,00			280 308,60			308 339,46

D'après la prévision, il y aura une augmentation de 10% à l'année 2, de 20 % à l'année 3 et 50% à l'année 4 et 5.

(17) Source : synthèse de l'auteur

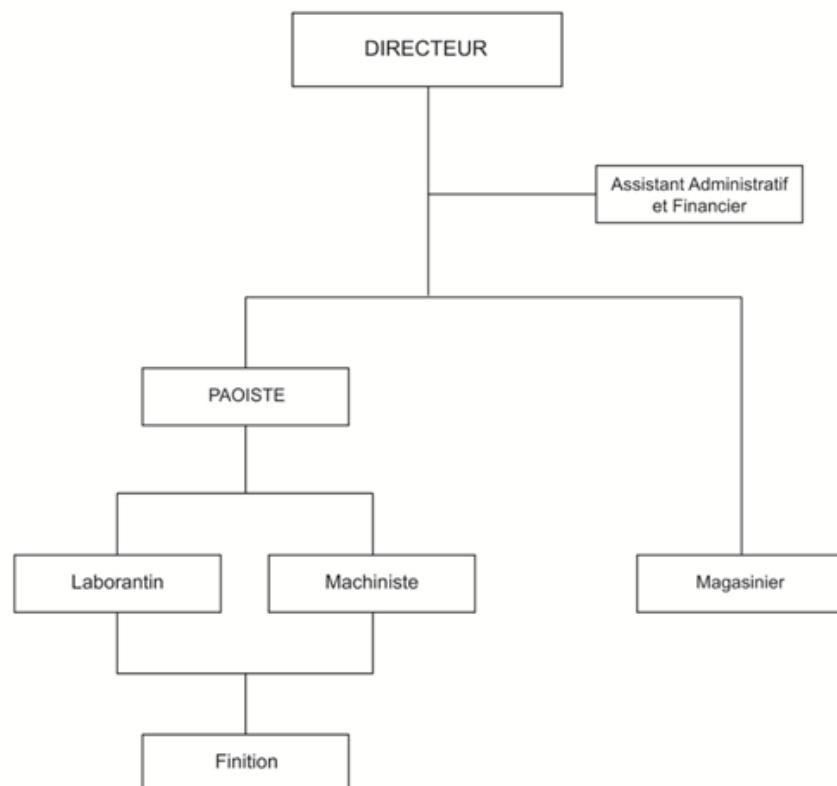
Chapitre 3 : ETUDE ORGANISATIONNELLE

Dans toute unité de production, il est important de bien gérer les ressources humaines pour avoir une bonne organisation. Il s'agit de mettre « The right man in the right place at the right time ». Une étude organisationnelle, nous permet de bien définir les rôles de chacun.

Section 1 : Structure organisationnelle

3.1.1 Organigramme

Graphe N°05 : Organigramme ⁽¹⁸⁾



Cet organigramme montre la hiérarchie des différents agents qui opèrent dans l'unité.

Le Gérant donne les directives, contrôle tous les niveaux, Le Paoiste travaille en concert avec le laborantin, le machiniste et l'agent de finition. Le magasinier monte son rapport au responsable administratif et ce dernier rapporte au Gérant.

(18) Source : synthèse de l'auteur

3.1.2 Effectifs annuels du personnel

Le tableau ci-dessous reflète le poste, ainsi que le nombre des employés de la société NETTE PRINT : Au début de ce projet, NETTE PRINT recruterá :

Tableau N°09⁽¹⁹⁾ : Evolution de l'effectif

DESIGNATION	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	1	1	1	1	1
RAF	1	1	1	1	1
PAOISTE	1	2	2	3	3
Laborantin	1	1	2	2	2
Machiniste	1	2	2	2	2
Magasinier	1	1	1	1	1
Finition	1	2	3	3	4
Gardien	2	2	2	2	2
Effectif total	9	12	14	15	16

Le personnel de la société se compose d'un gérant, d'un Paoiste, d'un responsable administratif et financier de deux ouvriers spécialisés (Conducteur et Laborantin), d'un comptable, De deux gardiens et d'une manœuvre ordinaire (Agent de finition). A la deuxième et troisième année commence l'augmentation du personnel, le PAOISTE, le machiniste et l'agent de finition feront la rotation de travail de jour et de nuit. A la quatrième et cinquième année, le nombre de PAOISTE ainsi que l'agent de finition augmente également, car la production sera augmentée de 50% (voir tableau de production annuelle)

(19) Source : synthèse de l'auteur

Tableau N°10 : Tableau évolutif du personnel ⁽²⁰⁾

(En Ariary)

Année	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	7 200,00	7 920,00	8 712,00	9 583,20	10 541,52
RAF	6 000,00	6 600,00	7 260,00	7 986,00	8 784,60
PAOISTE	4 800,00	5 720,00	6 292,00	10 381,80	11 419,98
Laborantin	1 800,00	1 980,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76
Machiniste	1 800,00	3 960,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76
Magasinier	1 800,00	1 980,00	2 178,00	2 395,80	2 635,38
Finition	1 800,00	3 960,00	6 534,00	7 187,40	10 541,52
Gardien	3 600,00	3 960,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76
Montant	28 800,00	36 080,00	44 044,00	51 909,00	59 735,28

Le salaire est le prix pour un travail payé par l'employeur au salarié, une hausse 10 % sont appliqués tous les ans pour tout le personnel.

3.1.3 Attributions

Selon l'organigramme décrit précédemment, les attributions de personnel sont décrites ainsi :

- Le Gérant

En étant le premier responsable du bon fonctionnement de l'Entreprise, il définit la politique générale de l'Entreprise, gère toutes les activités y afférentes, négocier et conclut les affaires de son organisme, repartit les missions de chaque responsable sous sa direction.

En tout, il assure en permanence les travaux de mise en place, de coordination, de contrôle et d'ajustement.

- Le Paoiste

Il a pour tâche de la mise en marche des machines, de fournir au gérant les éléments nécessaire à la de décisions sur le plan technique. Il prend en charge toutes les activités de conception et de suivi jusqu'à la finition.

(20) Source : synthèse de l'auteur

- Le Responsable Administratif et Financier

Il a pour fonction de diriger sous les deux aspects de gestion d'entreprise à savoir la partie financière et la partie Administrative.

- Pour la partie financière il a pour rôle de traduire les valeurs chiffrables et chiffrées nécessaires à la prise de décision du gérant, de fournir des données relatives aux ressources financières ou les moyens de les trouver, d'exécuter toutes les formalités nécessaires aux procédures de mouvement des flux monétaires internes de l'entreprise, et en même temps est chargé de la relation de l'entreprise avec les entités privées ou publiques et de la production des informations financières (l'administration fiscale, la banque, etc.), de la liquidité ou des engagements financiers. Il assure l'édition des devis destiné au visa de la direction (élaborer des tableaux de bords, du planning de paiement, de décaissement, veiller aux recettes et aux dépenses, signer et autoriser tout paiement et règlement)

- Pour la partie Administrative, il assure et prend en charge la réglementation générale au niveau de l'administration quelle qu'elle soit, dont la réglementation au niveau de la partie ressource humaine composée de la réglementation sociale afférente à la comptabilité qui est la réglementation fiscale au même titre que les informations nécessaires en matière de finance.

- Le magasinier

Il a le rôle de fournir les éléments nécessaires au Responsable administratif et financier comme le bon d'entrée, bon de sortie, rebus,...Il s'occupe aussi de suivi des stocks.

- Le Machiniste / Conducteur

La mission principale est d'assurer le bon fonctionnement des équipements à savoir l'utilisation et le réglage des machines, de régler la machine tout en surveillant le déroulement des opérations de production. Utiliser soit une plaqueuse de chant soit une scie à panneau ou sera affecté au centre d'usinage en fonction des besoins de l'activité contrôle la conformité des produits (qualité, quantité, ...). Il est également en charge de la vérification des éléments de sécurité de la machine-outil. Il intervient selon les règles de sécurité et les impératifs de production (qualité, coûts, délais, ...) et effectue la maintenance de premier niveau des machines à utiliser

NETTE PRINT

- Le laborantin

Il récupère les films (pellicules pour papier noir et blanc, pour papier couleur) les trie et les assemble par lots, les fixe sur les supports adaptés, s'assure que les produits utilisés répondent aux standards définis (quantité, qualité, pH), réaliser le développement par passage dans les différents bains en fonction du support et des résultats attendus (développement film négatif noir et blanc, développement film négatif couleur). Il est classé du tirage des épreuves sur papier ou parfois sur transparent à partir de négatifs, réaliser la découpe dans une monteuse, effectuer les opérations de finition (vérification, calibrage, repiquage, retouches). Il s'occupe de l'entretien courant du matériel et l'approvisionnement en produits

- Le Gardien

Deux gardiens sont recrutés, ils font une rotation entre le travail de jour et le travail de nuit, Il assure la sécurité et le batelage.

- L'agent de FINITION

Tout imprimé mérite un façonnage adapté afin d'assurer la longévité et la praticité des documents. Le façonnage est l'étape finale pour la production des imprimés. L'agent de finition assure la mise en forme, l'esthétique et l'emballage des imprimés avant leur livraison. Il donne la forme finale aux imprimés.

Section 2 : Chronogramme des activités

1. Finalisation du document de projet
2. Recherche de financement auprès des bailleurs potentiels, d'institutions financières
3. Constitution société auprès EDBM
4. Recrutement Directeur dans le journal quotidien
5. Commande des machines OFFSET, signatures des contrats d'achat des matériels, des garanties et des installations.
6. Acquisition Imprimante BIZHUB C451
7. Déblocage des financements
8. Installation des machines
9. Acquisition OFFSET
10. Recrutement personnels
11. Publicités
12. Première vente
13. Le premier encaissement à la fin du 3ème mois

Tableau N° 11 ⁽²¹⁾ : Chronogramme

RUBRIQUES	MOIS 1	MOIS 2	MOIS 3	MOIS 4	MOIS 5	MOIS 6	MOIS 7	MOIS 8	MOIS 9	MOIS 10	MOIS 11	MOIS 12
Finalisation du document de projet												
Recherche de financement auprès des bailleurs potentiels, d'institutions financières												
Constitution société auprès EDBM												
Recrutement Directeur dans le journal quotidien												
Commande des machines OFFSET, signatures des contrats d'achat des matériels, des garanties et des installations.												
Acquisition Imprimante BIZHUB C451												
Déblocage des financements												
Installation des machines												
Acquisition OFFSET												
Recrutement personnels												
Publicités												
Première vente												
Le premier encaissement à la fin du 3ème mois												

La réalisation du projet nécessite un financement auprès d'une institution financière qui a été octroyé au premier mois, nous avons mis en garantie les matériels d'imprimerie. La production avec l'imprimante commence dès le premier mois et les personnels sont recrutés de suite.

(21) Synthèse de l'auteur

TROISIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION
DU PROJET

Chapitre 1 : ETUDES FINANCIERES DU PROJET

Après l'étude du marché, une des étapes essentielles est l'étude financière du projet pour connaître sa viabilité. Dans cette phase, les investissements ainsi que le bilan d'ouverture seront étudiés.

Section 1 : Investissements prévus

Ce sont les différentes acquisitions au cours du projet notamment les matériels et mobiliers de bureau, les matériels informatiques et les matériels de production,...

1.1.1 Achats

Tableau N° 12 : Tableau de matériels de bureau et informatiques ⁽²²⁾ (en millier d'Ariary)

Rubriques	Unité	Quantité	PU	Montant
Ordinateur	Pièce	1	2 000	2 000
Ordinateur portable	Pièce	1	2 500	2 500
Imprimante	Pièce	1	200	200
Total				4 700

Tableau N° 13 : Tableau de matériels industriels ⁽²³⁾ (en millier d'Ariary)

Rubriques	Unité	Quantité	PU	Montant
Offset deux couleurs	Pièce	1	35 000,00	35 000
Imprimante	Pièce	1	24 000,00	24 000
Massicot	Pièce	1	5 000,00	5 000
Pelliculeuse	Pièce	1	2 400,00	2 400
Total				66 400

Tableau N° 14 : Tableau de mobilier de bureau ⁽²⁴⁾ (en millier d'Ariary)

Rubriques	Unité	Quantité	PU	Montant
Bureau	Pièce	1	500	500
Armoire	Pièce	1	125	125
Rangement	Pièce	1	400	400
Table ordinateur	Pièce	1	375	375
Chaise direction	Pièce	1	280	280
Chaises	Pièce	1	320	320
Total				2 000

(22) (23) (24) Source : synthèse de l'auteur

Tableau N° 15 : Tableau des matériels de transport ⁽²⁵⁾

Rubriques	Unité	Quantité	PU	Montant
Mobylette	Pièce	1	1 000	1 000
Camionnette	Pièce	1	15 000	15 000
Total				16 000

1.1.2 Fonds de roulement initial

C'est le fonds de roulement nécessaire au démarrage du projet

Tableau N° 16 : Tableau de fonds de roulement initial ⁽²⁶⁾ (en millier d'Ariary)

Année 1	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
ENCAISSEMENTS												
VENTE			16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00
APPORT DU PROMOTEUR												
EMPRUNT												
TOTAL DES ENCAISSEMENTS	0,00	0,00	16 050,00									
DECAISSEMENTS												
Consommables	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00
Achats non stockés	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00
Publicité	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67
Charges de personnel	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00
Autres charges d'exploitation	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00
Charges d'intérêts	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67
TOTAL DES DECAISSEMENTS	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33
Flux Net de Trésorerie (FNT)	-5 841,33	-5 841,33	10 208,67									
Cumul des FNT	-5 841,33	-11 682,67	-1 474,00	8 734,67	18 943,33	29 152,00	39 360,67	49 569,33	59 778,00	69 986,67	80 195,33	90 404,00

Au début du projet le promoteur a besoin de 11.682.670 Ariary pour son fonds de roulement initial. L'encaissement commence au début du troisième mois.

(25) (26) Source : synthèse de l'auteur

1.1.3 Bilan d'ouverture

Tableau N°17 : Tableau de bilan d'ouverture (27)

BILAN D'OUVERTURE					
Unité monétaire: millier Ariary					
ACTIF			PASSIF		
ACTIF	Note	DEBUT ANNEE N brut	DEBUT ANNEE N Amort/prov	DEBUT ANNEE N NET	
		MGA	MGA	MGA	MGA
ACTIFS NON COURANTS					
Immobilisations corporelles		89 100,00	0,00	89 100,00	
Matériels industriels (Imprimérie)		66 400,00	0,00	66 400,00	
Matériels de transport		16 000,00	0,00	16 000,00	
Matériels informatiques		4 700,00	0,00	4 700,00	
Matériels et mobiliers de bureau		2 000,00	0,00	2 000,00	
Immobilisations financières			-		
TOTAL ACTIFS NON COURANTS		89 100,00	0,00	89 100,00	
ACTIFS COURANTS					
Stocks et en cours			-	0,00	
Créances et emplois assimilés		0,00	-	0,00	
Clients et comptes rattachés					
Autres créances					
Etats et organismes sociaux					
Créances diverses					
Trésorerie & équivalents de trésorerie		11 683,00	-	11 683,00	
Trésorerie (fonds en caisse et dépôts à vue)		11 683,00		11 683,00	
TOTAL ACTIFS COURANTS		11 683,00	-	11 683,00	
TOTAL DES ACTIFS		100 783,00	0,00	100 783,00	
CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS			Note	DEBUT ANNEE N	
CAPITAUX PROPRES				MGA	
Capital émis				1 000,00	
Réserves légales				0,00	
Résultat net				0,00	
Report à nouveau				-	
					1 000,00
PASSIFS NON COURANTS					
Subventions d'investissement					
Emprunts et dettes financières				70 000,00	
Provisions					
TOTAL PASSIF NON COURANTS				70 000,00	
PASSIFS COURANTS					
Fournisseurs et comptes rattachés					
Autres dettes					
Etat et organismes sociaux					
Compte courant - Associés				29 783,00	
Découverts bancaires					
TOTAL PASSIFS COURANTS				29 783,00	
TOTAL DES PASSIFS				100 783,00	

Le capital est de 1.000.000 Ariary, l'associé a dans son compte courant l'équivalent de son apport qui est de 29.783.000 Ariary. Le montant de l'investissement est de 100 783 000 Ariary dont 70.000.000 Ariary emprunté à un établissement financier.

(27) Source : synthèse de l'auteur

Section 2 : Financement du projet

1.1.1 Remboursement des dettes

Tableau N° 18 : Plan de remboursement d'emprunt ⁽²⁸⁾ (en millier d'Ariary)

Année 1	CAPITAL RESTANT	INTERET	CAPITAL	ANNUITE
DEBUT ANNEE	70 000,00			
FIN ANNEE 1	60 020,53	11 900,00	9 979,47	21 879,47
FIN ANNEE 2	48 344,55	10 203,49	11 675,98	21 879,47
FIN ANNEE 3	34 683,65	8 218,57	13 660,90	21 879,47
FIN ANNEE 4	18 700,40	5 896,22	15 983,25	21 879,47
FIN ANNEE 5	-	3 179,07	18 700,40	21 879,47
TOTAL		39 397,35	70 000,00	109 397,35

Emprunt : 70.000.000 Ar

Taux : 0.17

Annuité : 21 879.47 Ar

L'annuité est de 21 879 470 Ariary, le remboursement s'achève à la fin de l'année 5.

1.1.2 Tableau de financement

Tableau N° 19 : Capacité d'autofinancement ⁽²⁹⁾ (en millier d'Ariary)

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Résultat après impot	83 079,20	91 075,13	99 984,79	109 625,99	142 976,38
Dotations aux amortissement	18 655,00	18 655,00	18 655,00	18 655,00	18 655,00
CAF (CASH FLOW)	101 734,20	109 730,13	118 639,79	128 280,99	161 631,38
CAF CUMULES	101 734,20	211 464,33	330 104,12	458 385,11	620 016,49

Le projet a une capacité d'autofinancement de 101 734 200 Ariary

Tableau N° 20 : Capacité d'autofinancement hors charges financiers ⁽³⁰⁾ (en millier d'Ariary)

Rubrique	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Résultat après impot	83 079,20	91 075,13	99 984,79	109 625,99	142 976,38
Dotations aux intérêts	11 900,00	10 203,49	8 218,57	5 896,22	3 179,07
Dotations aux amortissement	18 655,00	18 655,00	18 655,00	18 655,00	13 480,00
CAF HORS CHARGES FINANCIERES	113 634,20	119 933,62	126 858,36	134 177,21	159 635,45
CAF HORS CHARGES FINANCIERES CUMULES	113 634,20	233 567,82	360 426,18	494 603,39	654 238,84

(28) (29) (30) Source : synthèse de l'auteur

1.1.3 Compte de résultat prévisionnel

Tableau N° 21 : Compte de résultat prévisionnel ⁽³¹⁾ (en millier d'Ariary)

Désignation	Quantité	Prix unitaire en MGA	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
			Prix total				
Ventes			192 600,00	211 860,00	233 046,00	256 350,60	307 620,72
Carte de visite	36 000,00	0,15	5 400,00	5 940,00	6 534,00	7 187,40	8 624,88
Flyers	24 000,00	0,80	19 200,00	21 120,00	23 232,00	25 555,20	30 666,24
Affiches	24 000,00	1,50	36 000,00	39 600,00	43 560,00	47 916,00	57 499,20
Dépliants	24 000,00	0,50	12 000,00	13 200,00	14 520,00	15 972,00	19 166,40
Livret	12 000,00	6,00	72 000,00	79 200,00	87 120,00	95 832,00	114 998,40
Carte de vœux	24 000,00	0,50	12 000,00	13 200,00	14 520,00	15 972,00	19 166,40
Calendrier	24 000,00	1,50	36 000,00	39 600,00	43 560,00	47 916,00	57 499,20
CHIFFRE D'AFFAIRES			192 600,00	211 860,00	233 046,00	256 350,60	307 620,72
Achats consommables	156,00	1 200,00	17 400,00	19 140,00	21 054,00	23 159,40	27 791,28
Encre	72,00	100,00	7 200,00	7 920,00	8 712,00	9 583,20	11 499,84
Toner	36,00	100,00	3 600,00	3 960,00	4 356,00	4 791,60	5 749,92
Papier	36,00	150,00	5 400,00	5 940,00	6 534,00	7 187,40	8 624,88
Plaque	12,00	100,00	1 200,00	1 320,00	1 452,00	1 597,20	1 916,64
Eau et électricité			2 400,00	2 640,00	3 432,00	5 148,00	7 722,00
Publicité et relation publique			500,00	500,00	-	-	-
Fournitures de bureau			60,00	66,00	72,60	79,86	87,85
Charges de personnel			28 800,00	36 080,00	44 044,00	51 909,00	59 735,28
Gérant	600,00	7 200,00	7 920,00	8 712,00	9 583,20	10 541,52	
RAF	500,00	6 000,00	6 600,00	7 260,00	7 986,00	8 784,60	
Paoiste	400,00	4 800,00	5 720,00	6 292,00	10 381,80	11 419,98	
Laborantin	150,00	1 800,00	1 980,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76	
Machiniste	150,00	1 800,00	3 960,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76	
Magasinier	150,00	1 800,00	1 980,00	2 178,00	2 395,80	2 635,38	
Finition	150,00	1 800,00	3 960,00	6 534,00	7 187,40	10 541,52	
Gardien	150,00	3 600,00	3 960,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76	
Charge patronale			5 184,00	6 494,40	7 927,92	9 343,62	10 752,35
Total Charges de personnel			33 984,00	42 574,40	51 971,92	61 252,62	70 487,63
AUTRES CHARGES (autres services extérieurs)			3 852,00	4 237,20	4 660,92	5 127,01	6 152,41
Charges d'intérêts			11 900,00	10 203,49	8 218,57	5 896,22	3 179,07
Amortissement			18 655,00	18 655,00	18 655,00	18 655,00	13 480,00
TOTAL CHARGES			88 751,00	98 016,09	108 065,01	119 318,11	128 900,24
RESULTAT AVANT IMPOT			103 849,00	113 843,91	124 980,99	137 032,49	178 720,48
IR			20 769,80	22 768,78	24 996,20	27 406,50	35 744,10
RESULTAT			83 079,20	91 075,13	99 984,79	109 625,99	142 976,38

Au début de l'année de son exploitation, le projet dégage 83 079 200 Ariary de bénéfice et à la cinquième année 142 976 380 Ariary de bénéfice, cela est dû surtout par l'augmentation de la production envisagée tous les ans.

(31) Source : synthèse de l'auteur

Section 3 : Les états récapitulatifs

1.3.1 Trésorerie mensuelle

Tableau N° 22 : Trésorerie mensuelle ⁽³²⁾ (en millier d'Ariary)

Désignation	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
ENCAISSEMENTS												
SOLDE DEBUT												
VENTE			16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00	16 050,00
APPORT DU PROMOTEUR	30 783,00											
EMPRUNT	70 000,00											
TOTAL DES ENCAISSEMENTS	100 783,00	0,00	16 050,00									
DECASSEMENTS												
ACHAT D'IMMOBILISATION	89 100,00											
Consommables	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00	1 450,00
Achats non stockés	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00	205,00
Publicité	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67
Charges de personnel	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00	2 832,00
Autres charges d'exploitation	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00	321,00
Charges d'intérêts	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67	991,67
Impôt sur le Revenu (IR)												
Remboursement CAPITAL												9 979,47
TOTAL DES DECAISSEMENTS	94 941,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	5 841,33	15 820,80
Flux Net de Trésorerie (FNT)	5 841,67	-5 841,33	10 208,67	10 208,67	10 208,67	10 208,67	10 208,67	10 208,67	10 208,67	10 208,67	10 208,67	229,20
Cumul des FNT	5 841,67	0,33	10 209,00	20 417,67	30 626,33	40 835,00	51 043,67	61 252,33	71 461,00	81 669,67	91 878,33	92 107,53

Au début du troisième mois après encaissement, le projet commence à être dépendant financièrement.

(32): synthèse de l'auteur

1.3.2 Trésorerie annuelle

Tableau N° 23: Trésorerie annuelle ⁽³³⁾ (en millier d'Ariary)

<u>Année 1</u>					
Désignation	ANNEE 1	ANNEE2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
ENCAISSEMENTS					
SOLDE DEBUT		92 107,53	188 950,66	292 625,97	403 449,91
VENTE	160 500,00	208 650,00	229 515,00	252 466,50	299 075,70
APPORT DU PROMOTEUR	30 783,00				
EMPRUNT	70 000,00				
TOTAL DES ENCAISSEMENTS	261 283,00	300 757,53	418 465,66	545 092,47	702 525,61
DECAISSEMENTS					
ACHAT D'IMMOBILISATION	89 100,00				
Consommables	17 400,00	19 140,00	21 054,00	23 159,40	27 791,28
Achats non stockés	2 460,00	2 706,00	3 504,60	5 227,86	7 809,85
Publicité	500,00	500,00	0,00	0,00	0,00
Charges de personnel	33 984,00	42 574,40	51 971,92	61 252,62	70 487,63
Autres charges d'exploitation	3 852,00	4 237,20	4 660,92	5 127,01	6 152,41
Charges d'intérêts	11 900,00	10 203,49	8 218,57	5 896,22	3 179,07
Impôt sur le Revenu (IR)		20 769,80	22 768,78	24 996,20	27 406,50
Remboursement CAPITAL	9 979,47	11 675,98	13 660,90	15 983,25	18 700,40
TOTAL DES DECAISSEMENTS	169 175,47	111 806,87	125 839,69	141 642,56	161 527,14
Flux Net de Trésorerie (FNT)	92 107,53	188 950,66	292 625,97	403 449,91	540 998,47
Cumul des FNT					

(33) Source : synthèse de l'auteur

1.3.3 Bilan

Bilan d'ouverture

Tableau N° 25 : Bilan prévisionnel année 1 ⁽³⁴⁾ (en millier d'Ariary)

BILAN ANNEE 1					
Tableau A			Unité monétaire: millier Ariary		
ACTIF			PASSIF		
ACTIF	Note	ANNEE 1 brut	ANNEE 1 Amort/prov	ANNEE 1 NET	
		MGA	MGA	MGA	
ACTIFS NON COURANTS					
Immobilisations corporelles		89 100,00	18 655,00	70 445,00	
Matériels industriels (Imprimerie)		66 400,00	13 280,00	53 120,00	
Matériels de transport		16 000,00	4 000,00	12 000,00	
Matériels informatiques		4 700,00	1 175,00	3 525,00	
Matériels et mobiliers de bureau		2 000,00	200,00	1 800,00	
Immobilisations financières			-		
TOTAL ACTIFS NON COURANTS		89 100,00	18 655,00	70 445,00	
ACTIFS COURANTS					
Stocks et en cours			-	0,00	
Créances et emplois assimilés		32 100,00	-	32 100,00	
Clients et comptes rattachés		32 100,00		32 100,00	
Autres créances					
Etats et organismes sociaux		0,00		0,00	
Créances diverses					
Trésorerie & équivalents de trésorerie		92 107,53	-	92 107,53	
Trésorerie (fonds en caisse et dépôts à vue)		92 107,53		92 107,53	
TOTAL ACTIFS COURANTS		124 207,53	-	124 207,53	
TOTAL DES ACTIFS		213 307,53	18 655,00	194 652,53	
PASSIFS					
CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS			Note	ANNEE 1	
				MGA	
CAPITAUX PROPRES					
Capital émis				1 000,00	
Réserves légales				0,00	
Résultat net				83 079,20	
Report à nouveau				-	
				84 079,20	
PASSIFS NON COURANTS					
Subventions d'investissement					
Emprunts et dettes financières				60 020,53	
Provisions					
				60 020,53	
TOTAL PASSIFS NON COURANTS					
PASSIFS COURANTS					
Fournisseurs et comptes rattachés					
Autres dettes					
État et organismes sociaux				20 769,80	
Dettes diverses				29 783,00	
Découverts bancaires					
				50 552,80	
				194 652,53	

(34) Source : synthèse de l'auteur

Bilan annuelleTableau N° 26 : Bilan ACTIF prévisionnel annuel ⁽³⁵⁾ (en millier d'Ariary)

ACTIF								
ACTIF	Note	ANNEE 5 brut	ANNEE 5	ANNEE 5	ANNEE 5	ANNEE 4	ANNEE 3	ANNEE 2
			Amort/prov	NET	NET	NET	NET	NET
		MGA	MGA	MGA	MGA	MGA	MGA	MGA
ACTIFS NON COURANTS								
Immobilisations corporelles		89 100,00	88 100,00	1 000,00	14 480,00	33 135,00	51 790,00	70 445,00
Matériels industriels (Imprimérie)		66 400,00	66 400,00	0,00	13 280,00	26 560,00	39 840,00	53 120,00
Matériels de transport		16 000,00	16 000,00	0,00	0,00	4 000,00	8 000,00	12 000,00
Matériels informatiques		4 700,00	4 700,00	0,00	0,00	1 175,00	2 350,00	3 525,00
Matériels et mobiliers de bureau		2 000,00	1 000,00	1 000,00	1 200,00	1 400,00	1 600,00	1 800,00
Immobilisations financières			-					
TOTAL ACTIFS NON COURANTS		89 100,00	88 100,00	1 000,00	14 480,00	33 135,00	51 790,00	70 445,00
ACTIFS COURANTS								
Stocks et en cours		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créances et emplois assimilés		51 270,12	0,00	51 270,12	42 725,10	38 841,00	35 310,00	32 100,00
Clients et comptes rattachés		51 270,12		51 270,12	42 725,10	38 841,00	35 310,00	32 100,00
Autres créances								
Etats et organismes sociaux								
Créances diverses								
Trésorerie & équivalents de trésorerie		540 998,47	-	540 998,47	403 449,91	292 625,97	188 950,66	92 107,53
Trésorerie (fonds en caisse et dépôts à vue)		540 998,47		540 998,47	403 449,91	292 625,97	188 950,66	92 107,53
TOTAL ACTIFS COURANTS		592 268,59	-	592 268,59	446 175,01	331 466,97	224 260,66	124 207,53
TOTAL DES ACTIFS		681 368,59	88 100,00	593 268,59	460 655,01	364 601,97	276 050,66	194 652,53

(35) Source : synthèse de l'auteur

Tableau N° 27 : Bilan PASSIF prévisionnel annuel ⁽³⁶⁾ (en millier d'Ariary)

PASSIF		Note	ANNEE 5	ANNEE 4	ANNEE 3	ANNEE 2	ANNEE 1
CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS							
CAPITAUX PROPRES			MGA				MGA
Capital émis			1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00	1 000,00
Réserves légales							
Résultat net			142 976,38	109 625,99	99 984,79	91 075,13	83 079,20
Report à nouveau			383 765,11	274 139,12	174 154,33	83 079,20	0,00
			527 741,49	384 765,11	275 139,12	175 154,33	84 079,20
PASSIFS NON COURANTS							
Subventions d'investissement							
Emprunts et dettes financières			0,00	18 700,40	34 683,65	48 344,55	60 020,53
Provisions							
TOTAL PASSIF NON COURANTS			0,00	18 700,40	34 683,65	48 344,55	60 020,53
PASSIFS COURANTS							
Fournisseurs et comptes rattachés							
Autres dettes							
État et organismes sociaux			35 744,10	27 406,50	24 996,20	22 768,78	20 769,80
Comptes courant - Associés			29 783,00	29 783,00	29 783,00	29 783,00	29 783,00
Découverts bancaires							
TOTAL PASSIFS COURANTS			65 527,10	57 189,50	54 779,20	52 551,78	50 552,80
TOTAL DES PASSIFS			593 268,59	460 655,01	364 601,97	276 050,66	194 652,53

(36) Source : synthèse de l'auteur

1.3.4 Compte de résultat

Tableau N° 28 : Compte de résultat année 1⁽³⁷⁾

Période du : 01 janvier au 31 décembre ANNÉE 1		
	Note	ANNÉE 1
		MGA
Chiffre d'affaires		192 600,00
Production stockée		
Production immobilisée		
I- Production de l'exercice		192 600,00
Achats consommés		19 860,00
Services extérieurs & autres consommations		4 352,00
II- Consommation de l'exercice		24 212,00
III- VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)		168 388,00
Charges de personnel		33 984,00
Impôts, taxes & versements assimilés		0,00
IV- EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		134 404,00
Autres produits opérationnels		0,00
Autres charges opérationnelles		0,00
Dotations aux amortissements, aux provisions & pertes de valeurs		18 655,00
Reprise sur provisions et pertes de valeurs		
V- RÉSULTAT OPÉRATIONNEL		115 749,00
Produits financiers		0,00
Charges financières		11 900,00
VI- RÉSULTAT FINANCIER		-11 900,00
VII- RÉSULTAT AVANT IMPÔTS (V + VI)		103 849,00
Impôts exigibles sur résultats		20 769,80
Impôts différés (variations)		
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITÉS ORDINAIRES		192 600,00
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITÉS ORDINAIRES		109 520,80
VIII- RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS ORDINAIRES		83 079,20
Éléments extraordinaires (produits) - à préciser		
Éléments extraordinaires (charges) - à préciser		
IX- RÉSULTAT EXTRAORDINAIRE		-
X- RÉSULTAT NET DE L'EXERCICE		83 079,20

(37) Source : synthèse de l'auteur

Tableau N° 29 : Compte de résultat annuel⁽³⁸⁾

			Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
	Quantité	Prix unitaire en MGA	Prix total				
Ventes			192 600,00	211 860,00	233 046,00	256 350,60	307 620,72
Carte de visite	36 000,00	0,15	5 400,00	5 940,00	6 534,00	7 187,40	8 624,88
Flyers	24 000,00	0,80	19 200,00	21 120,00	23 232,00	25 555,20	30 666,24
Affiches	24 000,00	1,50	36 000,00	39 600,00	43 560,00	47 916,00	57 499,20
Dépliants	24 000,00	0,50	12 000,00	13 200,00	14 520,00	15 972,00	19 166,40
Livret	12 000,00	6,00	72 000,00	79 200,00	87 120,00	95 832,00	114 998,40
Carte de vœux	24 000,00	0,50	12 000,00	13 200,00	14 520,00	15 972,00	19 166,40
Calendrier	24 000,00	1,50	36 000,00	39 600,00	43 560,00	47 916,00	57 499,20
CHIFFRE D'AFFAIRES			192 600,00	211 860,00	233 046,00	256 350,60	307 620,72
Achats consommables	156,00	1 200,00	17 400,00	19 140,00	21 054,00	23 159,40	27 791,28
Encre	72,00	100,00	7 200,00	7 920,00	8 712,00	9 583,20	11 499,84
Toner	36,00	100,00	3 600,00	3 960,00	4 356,00	4 791,60	5 749,92
Papier	36,00	150,00	5 400,00	5 940,00	6 534,00	7 187,40	8 624,88
Plaque	12,00	100,00	1 200,00	1 320,00	1 452,00	1 597,20	1 916,64
Eau et électricité			2 400,00	2 640,00	3 432,00	5 148,00	7 722,00
Publicité et relation publique			500,00	500,00	-	-	-
Fournitures de bureau			60,00	66,00	72,60	79,86	87,85
Charges de personnel			28 800,00	36 080,00	44 044,00	51 909,00	59 735,28
Gérant		600,00	7 200,00	7 920,00	8 712,00	9 583,20	10 541,52
RAF		500,00	6 000,00	6 600,00	7 260,00	7 986,00	8 784,60
Paoiste		400,00	4 800,00	5 720,00	6 292,00	10 381,80	11 419,98
Laborantin		150,00	1 800,00	1 980,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76
Machiniste		150,00	1 800,00	3 960,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76
Magasinier		150,00	1 800,00	1 980,00	2 178,00	2 395,80	2 635,38
Finition		150,00	1 800,00	3 960,00	6 534,00	7 187,40	10 541,52
Gardien		150,00	3 600,00	3 960,00	4 356,00	4 791,60	5 270,76
Charge patronale			5 184,00	6 494,40	7 927,92	9 343,62	10 752,35
Total Charges de personnel			33 984,00	42 574,40	51 971,92	61 252,62	70 487,63
AUTRES CHARGES (autres services extérieurs)			3 852,00	4 237,20	4 660,92	5 127,01	6 152,41
Charges d'intérêts			11 900,00	10 203,49	8 218,57	5 896,22	3 179,07
Amortissement			18 655,00	18 655,00	18 655,00	18 655,00	13 480,00
TOTAL CHARGES			88 751,00	98 016,09	108 065,01	119 318,11	128 900,24
RESULTAT AVANT IMPOT			103 849,00	113 843,91	124 980,99	137 032,49	178 720,48
IR			20 769,80	22 768,78	24 996,20	27 406,50	35 744,10
RESULTAT			83 079,20	91 075,13	99 984,79	109 625,99	142 976,38

(38) Source : synthèse de l'auteur

Chapitre 2 : EVALUATION FINANCIERES DU PROJET

Section 1 : Evaluation économique et financières

3.2.1 Outils d'évaluation

- **Apport**

Le montant total des investissements est le fonds de roulement initial qui est de : 100.783.000 Ar. Le financement sera d'un apport de 30.783.000 Ar 30% et d'un prêt bancaire de 70.000.000 Ar environ 70%.

En général, les établissements bancaires exigent l'apport de 30% au porteur de projet. Les matériels d'imprimerie constitueront la garantie.

- **Indicateur de rentabilité**

Tableau N°30 : Indicateur de rentabilité ⁽³⁹⁾

DESIGNATION	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffres d'affaires (1)	192 600,00	211 860,00	233 046,00	256 350,60	307 620,72
Bénéfice net (2)	83 079,20	91 075,13	99 984,79	109 625,99	142 976,38
Remboursement emprunt (5)	9 979,47	11 675,98	13 660,90	15 983,25	18 700,40
Capacité d'autofinancement (6)	101 734,20	109 730,13	118 639,79	128 280,99	161 631,38
Taux de bénéfice net (2) (1)	43,14	42,99	42,90	42,76	46,48
Capacité de remboursement (6)	10,19	9,40	8,68	8,03	8,64

- **Taux moyen de rendement**

Bénéfice moyen = CAF sans intérêts financiers / 5

$$= 659 413.64 / 5$$

$$= 131.882,73 \text{ Ar}$$

$$\text{TMR} = 100.783 / 131.882,73 \times 100$$

$$= 76.42 \%$$

Le taux de gain de rendement est de 76.42%

(39) Source : synthèse de l'auteur

- **Délai de récupération des capitaux investis (DRCI)**

DRCI = Montant des investissements / Bénéfice moyen

$$\text{DRCI} = 100.783 / 131.882,73$$

$$= 0,764$$

$$= 09 \text{ mois } 05 \text{ jours}$$

L'investissement est récupéré au bout de 09 mois 05 jours de l'année 1

- **Valeur Actuelle Nette**

Permet de juger si l'investissement est acceptable ou non, par l'expression d'un cash-flow au moment de l'évaluation à l'aide d'un taux d'intérêt d'emprunt.

Tableau N° 31 : Valeur Actuelle Nette ⁽⁴⁰⁾

Désignation	Charges financières	$(1+i)^{-n}$	Actualisé
Année 1	113 634,20	0,833333	94 695,13
Année 2	119 933,62	0,694444	83 287,23
Année 3	126 858,36	0,578703	73 413,31
Année 4	134 177,21	0,482253	63 260,60
Année 5	163 810,45	0,401877	65 831,65
Somme			380 487,93
Investissement			100 783,00
VAN			279 704,93

D'après notre étude qui se base sur une prévision de cinq ans, on peut obtenir une valeur actuelle nette de 279 704 930 Ariary, ce qui nous amène à croire que le projet est rentable.

(40) Source : synthèse de l'auteur

Taux de rentabilité Interne

Tableau N°32 : Tableau taux de rentabilité ⁽⁴¹⁾

C'est le taux d'intérêt par lequel la valeur actualisée des revenus futurs d'un projet est égale au capital investi.

	Taux	2,28		Taux	2,29	
		131 882,73		Bénéfice moyen	131 882,73	
Période	(1) $(1+i)^{-n}$	(2) Bénéfice moyen	(1)x(2) Actualisé	(1+i) ⁻ⁿ	Bénéfice moyen	Actualisé
Année 1	0,438596491		57 843,30	0,436681223		57 590,71
Année 2	0,192366882	131 882,73	25 369,87	0,19069049	131 882,73	25 148,78
Année 3	0,08437144	131 882,73	11 127,14	0,083270956	131 882,73	10 982,00
Année 4	0,037005017	131 882,73	4 880,32	0,036362863	131 882,73	4 795,63
Année 5	0,016230271	131 882,73	2 140,49	0,01587898	131 882,73	2 094,16
Somme valeur actualisée		131 882,73	101 361,12		131 882,73	100 611,29

$$1.28 < t < 1.29$$

$$101 361.12 < 100 783 < 100 611.29$$

$$129 = t + 0.23$$

$$t = 128.77 \%$$

Tableau N°33 : Autres ratios ⁽⁴²⁾

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
CAF	113 634,20	119 933,62	126 858,36	134 177,21	159 635,45
Rentabilité des capitaux investis	115%	123%	132%	142%	180%
Capacité de remboursement	5,193644882	5,481559436	5,798054512	6,132562053	7,29612963
Dettes financières durable /CAF	0,962715032	0,91214919	0,862358226	0,81531992	0,685294842

(41) (42) Source : synthèse de l'auteur

Section 2 : Critères d'évaluation

A part l'évaluation financière, d'autres critères sont aussi nécessaire pour déterminer la viabilité du projet.

2.2.1 Autres critères

- Pertinence : Le projet de l'implantation d'une unité d'imprimerie est pertinent car le besoin existe et en croissance permanente. Les supports écrits sont toujours nécessaire même si des innovations ou des évolutions technologiques existent.
- Efficacité : Le projet est efficace par la création d'emploi au niveau du secteur d'imprimerie, l'augmentation du CA des autres agents qui l'entourent, l'amélioration des services rendus sur les produits d'imprimerie locaux.
- Efficience : on peut dire que le projet est efficient à partir des études financières faites qui ont dégagé des bénéfices durant les cinq années.

2.2.2 Recommandations

1- EXPORTATION DES PRODUITS D'IMPRIMERIE

Au cours d'entretien avec quelques utilisateurs d'imprimerie à l'île de la Réunion, il sera intéressant d'attaquer le marché aux îles avoisinantes. En effet, les calculs montrent que le prix de la production d'imprimerie à Madagascar revient à la moitié de celui pratiqué à la Réunion pour la même nature et qualité similaire du produit. De plus, cela contribuera, même modestement, à une entrée de devises étrangères.

2- CREATIVITE POUR SE DIFFERENCIER

Malgré la création d'entreprise NETTE PRINT qui n'est pas une nouvelle forme d'activité.

Plusieurs grandes entreprises d'imprimerie étaient déjà implantées depuis longtemps disposant de nouvelle technologie de machines, par ailleurs, des micros

entreprises existent pour les marchés non commercial, c'est-à-dire pour la consommation des ménages, tél les invitations, les faire part, ...

La différence réside dans le professionnalisme, la ponctualité, la proximité, la convivialité et surtout la recherche permanente de nouveaux modèles. Par exemple : modèle carte de visite à bout arrondis, modèle de calendrier à plat,...

3- NOUVELLES TECHNOLOGIES

La technologie de l'imprimerie ne cesse d'évoluer, surtout au niveau des machines asiatiques, il est primordial de suivre de près cette évolution.

Au niveau du PAO aussi, pour la satisfaction des clients, les nouvelles tendances sont à leur proposer au niveau caractère, modèle...)

4- FORMATIONS DES EMPLOYES

L'évolution des technologies implique le besoin de former les employés concernés pour être à la hauteur de l'évolution. C'est aussi une nécessité pour pouvoir proposer des nouvelles idées aux clients

CONCLUSION

Ce projet a été conduit en vue de l'implantation d'une unité d'imprimerie. La plupart des données ont été acquise lors de l'expérience antérieure.

Malgré l'impact de la nouvelle technologie d'information et de la communication (NTIC), qui entraîne la diminution de l'utilisation des imprimés (existence des logiciels de paie, de suivi, de déclaration, ...) les documents imprimés constituent encore un support inévitable surtout dans le monde de la communication.

Les informations recueillies à partir d'enquêtes et d'observations qui ont été intégrées dans le cadre d'une grille d'évaluation économique et financière, nous avons pu constater la faisabilité de ce projet et de répondre à notre question de départ. L'imprimerie est en plein essor surtout dans la capitale, la concurrence est rude, néanmoins, les études faites depuis le début de ce projet limitent et balisent les démarches et les comportements à faire pour une nouvelle venue.

D'après les études financières, le projet apporte des profits pour l'économie nationale grâce à l'évolution de l'effectif du personnel de la première année à la cinquième année, de l'impôt versé qui varie selon le chiffre d'affaires, l'impact ... D'autant plus que sa réussite constitue un effet d'entraînement pour d'autres PME pour les achats des matières premières, intrants et les entreprises sous-traitant.

L'acquisition des équipements a été dicté par les moyens disponibles (financier, technique, organisation,...). Le coût exorbitant des matériels d'exploitation a conduit au choix des deux équipements OFFSET DEUX COULEURS PRINT MASTER HEIDELBERG et IMPRIMANTE NUMERIQUE KONICA MINOLTA BIZHUB C 451 pour leur complémentarité.

La clientèle exige de plus en plus la qualité, tout en limitant leur budget, une des raisons pour lesquelles des professionnels sont recrutés et employés dans l'unité pour avoir les qualités requises avec les moyens existants.

Un suivi du processus de production permanent sera effectué par le dirigeant surtout avant l'étape de la livraison.

Il s'agit d'une première approche autour d'une création d'imprimerie. Nous pensons qu'on peut élargir le domaine d'intervention du projet, comme des consultations ou de recherche d'équipement de machine à 06 couleurs.

Comme il a été souligné précédemment, il est intéressant d'explorer le marché régional (La Réunion,...) pour améliorer la productivité locale et surtout pour inciter les marchés régionaux.

Bref, tous ceci nous amène à confirmer la viabilité du projet et de voir que le marché est en évolution permanente.

BIBLIOGRAPHIES

LIVRES ET OUVRAGES

1. Tableau de l'économie, Numéro 17, Oct. 2014, 30 pages
2. Jean Yves CAPUL et Olivier GARNIER, Economie de A à Z, HATIER, 1997, 286 pages
3. Jacques LECAILLON, Analyse micro-économique, Editions CUJAS, 1989, 145 pages
4. Cahiers d'économie politique, PRESSE UNIVERSITAIRE DE France, 1977, 302 Pages
5. Claude JOUINEAU, L'analyse de la valeur, Entreprise Moderne d'Edition, 1982, 253 pages
6. Bernard Herodin et Thierry Benoist d'Anthenay, Conditions bancaires et trésorerie en date de valeur, 1983, 206 pages
7. Pierre Vernimmen, Finance d'entreprise Analyse et Gestion, DALLOZ, 1977, 397 pages
8. Gérard Théry, Tables économiques et financières, DUNOD ENTREPRISE, 1980, 168 pages
9. La liberté syndicale, BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL GENEVE, 1996, 228 pages

10. Jacques Baynac, Les socialistes-révolutionnaires, EDITIONS ROBERT LAFFONT PARIS, 1979, 394 pages

11. Armand Colin, Initiation Economique et sociale, I.M.E, 1988, 319 pages

12. J. SCHEID, J.C. TESTON, Economie de l'entreprise, DUNOD ECONOMIE, 1969, p.318

WEBOGRAPHIES

13. Rapport mondial sur le développement humain 2009-Classements IDH
<http://hdr.undp.org/fr/statistiques/>
14. Principe cadre logique
<http://www.eval.fr/Pages/cadrelogique.asp>
15. Stratégie marketing
http://ressources.aunege.fr/nuxeo/site/esupversions/83e876d5-3c45-45cb-a888-2af03045ca8e/MarFonPda/co/1_4_strategies.html
16. Definition CTF
http://fr.wikipedia.org/wiki/Computer_to_film
17. Definition CTP http://fr.wikipedia.org/wiki/Computer_to_plate

ANNEXES

- Annexe 01 : Balance annuelle sur 05 ans
- Annexe 02 : Photos
 - Photos OFFSET PRINT MASTER QM 46
 - Photos IMPRIMANTE NUMERIQUE BIZHUB C451
 - Photos CTP
- Annexe 03 : Fiche technique
 - IMPRIMANTE NUMERIQUE BIZHUB C451
 - Fiche technique OFFSET PRINT MASTER QM 46
- Annexe 04 : Enquêtes
 - Enquête Clients
 - Enquête concurrent

Annexe I : Bilan annuelle sur 05 ans

COMPTE S	INTITULE	ANNEE 5		ANNEE 4		ANNEE 3		ANNEE 2		ANNEE 1	
		Solde DEBITEUR	Solde CREDITEUR								
101000	Capital	-	1 000,00		1 000,00	-	1 000,00	-	1 000,00	-	1 000,00
106100	Réserve légale	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
110000	RAN	-	383 765,11	-	274 139,12	-	174 154,33	-	83 079,20	-	
120000	Résultat exercice (bénéfice)	-	142 976,38	-	109 625,99	-	99 984,79	-	91 075,13	-	83 079,20
164000	Emprunts auprès étab. crédit	-	-	-	18 700,40	-	34 683,65	-	48 344,55	-	60 020,53
215400	Matériel et outil industriel	66 400,00	-	66 400,00	-	66 400,00	-	66 400,00	-	66 400,00	-
218200	Matériel de transport	16 000,00	-	16 000,00	-	16 000,00	-	16 000,00	-	16 000,00	-
218300	Matériel informatique	4 700,00	-	4 700,00	-	4 700,00	-	4 700,00	-	4 700,00	-
218400	MATERIEL MOBILIER BUREAU	2 000,00	-	2 000,00	-	2 000,00	-	2 000,00	-	2 000,00	-
281540	Amort. Matériel et Outil Industriel	-	66 400,00	-	53 120,00	-	39 840,00	-	26 560,00	-	13 280,00
281820	Amort. Matériel de transport	-	16 000,00	-	16 000,00	-	12 000,00	-	8 000,00	-	4 000,00
281830	Amort. Matériel & info.	-	4 700,00	-	4 700,00	-	3 525,00	-	2 350,00	-	1 175,00
281840	Amort. Materiel Mobilier	-	1 000,00	-	800,00	-	600,00	-	400,00	-	200,00
401000	Fournisseurs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
403000	Fournisseurs - Effets à payer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
408000	Fournisseurs - fact. non parvenues	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
409100	Fournisseurs - avances et acomptes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
411000	Clients	51 270,12	-	42 725,10	-	38 841,00	-	35 310,00	-	32 100,00	-
421000	Personnel - Rémunerations dues	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
431000	CNAPS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
431100	ALLOCATION FAMILIALE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
432000	OSTIE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
442100	IRSA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
444000	Etat impôts sur les bénéfices	-	35 744,10	-	27 406,50	-	24 996,20	-	22 768,78	-	20 769,80
444010	Etat Acompte IR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
445400	TVA A PAYER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
445600	TVA DEDUCTIBLE à 20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
445700	TVA COLLECTEE à 20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
445710	TVA coll. ENCAISSEE20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
445800	TVA à régulariser	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
455100	MME RAHajarizaka	-	29 783,00	-	29 783,00	-	29 783,00	-	29 783,00	-	29 783,00
467002	Créances diverses	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
467001	Dettes diverses	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
486000	Charges constatées d'avance	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
487000	Produits constatés d'avance	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
512500	BOA	540 998,47	-	403 449,91	-	292 625,97	-	188 950,66	-	92 107,53	-
531100	Caisse en Monnaie locale	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
580000	VIREMENT INTERNE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL BILAN		681 368,59	681 368,59	535 275,01	535 275,01	420 566,97	420 566,97	313 360,66	313 360,66	213 307,53	213 307,53

603100	Variation stocks matières premières	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
604000	Achats encres	11 499,84	-	9 583,20	-	8 712,00	-	7 920,00	-	7 200,00	
604001	Achats toner	5 749,92	-	4 791,60	-	4 356,00	-	3 960,00	-	3 600,00	
604002	Achats papier	8 624,88	-	7 187,40	-	6 534,00	-	5 940,00	-	5 400,00	
605000	Achats plaque	1 916,64	-	1 597,20	-	1 452,00	-	1 320,00	-	1 200,00	
606100	Eau et électricité	7 722,00	-	5 148,00	-	3 432,00	-	2 640,00	-	2 400,00	
606200	Carburants lubrifiants	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
606006	Fournitures de bureau	87,85	-	79,86	-	72,60	-	66,00	-	60,00	
623000	Publicité et relation publique	-	-	-	-	-	-	500,00	-	500,00	
626001	Téléphone	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
626003	Internet	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
627300	Frais bancaires BOA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
628000	Autres charges	6 152,41	-	5 127,01	-	4 660,92	-	4 237,20	-	3 852,00	
635000	Admin. Impôts (autres impôts,...)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
641100	Salaires appointements	59 735,28	-	51 909,00	-	44 044,00	-	36 080,00	-	28 800,00	
645000	Cotisation patronale	10 752,35	-	9 343,62	-	7 927,92	-	6 494,40	-	5 184,00	
658000	Autres Charges de gestion courante	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
661000	Intérêt débiteur	3 179,07	-	5 896,22	-	8 218,57	-	10 203,49	-	11 900,00	
681600	Dotation aux amortissements et provision	13 480,00	-	18 655,00	-	18 655,00	-	18 655,00	-	18 655,00	
695000	Impôt sur le revenu	35 744,10	-	27 406,50	-	24 996,20	-	22 768,78	-	20 769,80	
701001	Ventes Carte de visite	-	8 624,88	-	7 187,40	-	6 534,00	-	5 940,00	-	
701002	Ventes Flyers	-	30 666,24	-	25 555,20	-	23 232,00	-	21 120,00	-	
701003	Ventes Affiches	-	57 499,20	-	47 916,00	-	43 560,00	-	39 600,00	-	
701004	Ventes Dépliants	-	19 166,40	-	15 972,00	-	14 520,00	-	13 200,00	-	
701006	Ventes Livret	-	114 998,40	-	95 832,00	-	87 120,00	-	79 200,00	-	
701009	Ventes Carte de vœux	-	19 166,40	-	15 972,00	-	14 520,00	-	13 200,00	-	
704000	Ventes Calendrier	-	57 499,20	-	47 916,00	-	43 560,00	-	39 600,00	-	
758000	Produits divers de gestion courante	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
761000	Intérêt créiteur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL CHARGES ET PRODUITS		164 644,34	307 620,72	146 724,61	256 350,60	133 061,21	233 046,00	120 784,87	211 860,00	109 520,80	192 600,00
TOTAL GENERAL		846 012,92	988 989,31	681 999,62	791 625,61	553 628,18	653 612,97	434 145,53	525 220,66	322 828,33	405 907,53

Annexe II : Photos

PHOTO PRINT MASTER HEIDELBERG QM 46

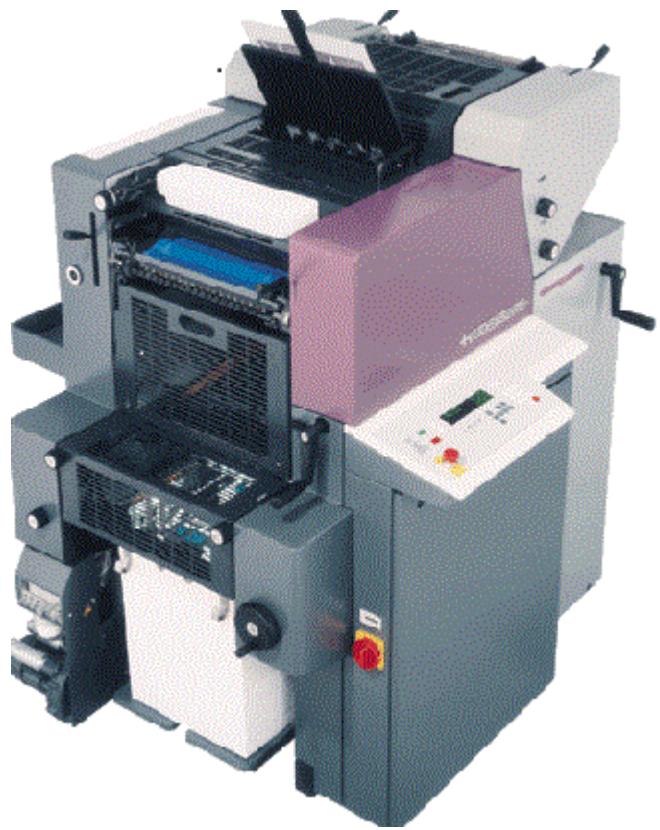


PHOTO IMPRIMANTE NUMERIQUE KONICA MINOLTA C 451



IMAGE CTP



Annexe III : FICHE TECHNIQUE

IMPRIMANTE NUMERIQUE KONICA MINOLTA C 451



bizhub C451

GENERAL SPECIFICATIONS:

TYPE:
Full-Color Printer/Copier/Scanner
w/ Stationary Plate

PRINT/COPY PROCESS:
Tandem Process

TONER TYPE:
Simi[®] HD Color Polymerized Toner

MONTHLY DUTY CYCLE: 150,000

PRINT/COPY SPEED:
Full Color: 45 ppm (letter, portrait)
B&W: 45 ppm (letter, portrait)

SCAN SPEED: Up to 70 ppm

PRINT/COPY RESOLUTION:
1800 dpi (equivalent) x 600 dpi

GRADATION:
256 color shades per pixel

ORIGINAL SIZE:
Up to 11" x 17" (scanning/copying)
Up to 11" x 17" full-bleed
on 12" x 18" paper (printing)

COPY SIZE:
1st & 2nd Tray: 12" x 18" to 8.5" x 11",
12.25" x 18", 8" x 13"
3rd & 4th Tray: 8.5" x 11", 5.5" x 8.5",
4" x 5"
Bypass Tray: 12" x 18" to 5.5" x 8.5",
12.25" x 18", 4" x 6", 8" x 13"

*This setting must be changed by an authorized Konica Minolta Service Technician.

WARM-UP TIME:
Less than 30 seconds

FIRST COPY:

Full color: less than 6.5 seconds (letter)
B&W: Less than 4.8 seconds (letter)

COPY QUANTITY:

1 - 9,999

PAPER SUPPLY:

500-sheet multi-purpose cassette
(17 lb. bond to 140 lb. index (256 gsm))
500-sheet universal cassette
(17 lb. bond to 140 lb. index (256 gsm))
1,500 sheet letter-size cassette
(17 lb. bond to 140 lb. index (256 gsm))
1,000 sheet letter-size cassette
(17 lb. bond to 140 lb. index (256 gsm))
150-sheet bypass
(17 lb. bond to 100 lb. cover (300 gsm))

MAGNIFICATION:

Zoom range: 25% - 400%,
0.1% increments
Presel reduction: 79%, 73%, 65%, 50%
Presel enlargement: 121%, 129%,
158%, 200%

COLOR MODES:

Auto Color Mode
Full Color Mode
Black & White Mode
2-Color Mode
Single Color Mode

COPY EXPOSURE MODES:

Text (legible text)
Text/Photo (clear text and halftones)
Photo (optimized for gradations)
Map (fine edges and legible text)
Dot Matrix (dot matrix originals)
Copied Paper

MAXIMUM PAPER CAPACITY:

6,650 sheets (total, with options)

Available Print/Copy Functions:

Account Track (1,000 accounts)
APS/AMS
Auto Duplex
Auto Reset
Auto Tray Switching
Bi-Directional Communication
(Device Option Setting)
Box Function
(Store Copy Jobs, Print Jobs,
Scans, Fax Data, Print Stored Data,
Route Scanned Data)
Color Modes & Functions
Auto Color/Full Color
Black & White Mode
Single Color Mode
2-Color Mode
Color Adjustments (Brightness,
Contrast, Saturation, Sharpness, Red,
Green, Blue, Portrait, Hue Density,
Color Balance, Copy Density, Sample
Copy)
Copy Modes
(Simplex/Duplex, 2-in-1, 4-in-1,
8-in-one, Book, Booklet, Booklet + Bind)
Cover Mode
Creative Functions
(Mirror Image, XY Zoom, Image
Center, Base Color, Neg./Pos.,
Reverse, Image Repeat)
Cross-Cross Sorting
Distribution No. Printing
Energy Save Mode
Enlarge/Display
Erase (Border, Frame, Edge) Mode
Finishing (Group, Sort, Staple,
Punch, Half-Fold, Center Staple
and Fold and Tri-Fold)
Form Overlay
Glossy Mode
HDD Random Erase
Image Adjustments
(Color Matching, Pure Black
Auto ON/OFF, Color Balance, Screen
Setting, Image Smoothing ON/OFF)
Image Density Adjustment
(Density, Background Removal)

Image Preview (Job Finishing

Image Display, Engine
Configuration Display)
Interrupt
Job List
Job Erase
Job Reserve
LDAP
OHP Interleaving
Mixplex, Mix-Media
Program/Recall Jobs
Paper Size Selection (APS, Manual)
Paper Type Selection
(Normal, Thick 1/1+, Thick 2,
Thick 3, Thick 4)
Proof Copy
Secure Printing
Separate Scan
Sleep Mode
Text Enhancement
User Authentication
(Synchronize w/ Account Track)

Utility (Meter Count, Environment Setting,
Default Setting, OneTouch Setting,
Check Consumable Life, Admin. Mode)
Watermarks
Zoom Selection
(AMS, Fixed Zoom Ratio,
User Programmable Zoom
Ratio, Manual)

Available Scan Functions[®]

Scan-to-Email
Scan-to-FTP
Scan-to-SMB (Scan-to-Desktop)
Scan-to-HDD (Scan-to-User Box)
Network TWAIN

Available Fax Functions[®]

Autodialing (2,000 one-touch keys)
Auto Memory Reception
Auto Reduction Printing
Border Erase Transmission
Broadcasting
(maximum 600 locations)
Bulletin Board
Density Adjustment
Duplex Transmission/Reception

(continued)

FICHE TECHNIQUE QM 46

Tableau de commande central

Commandes pneumatiques programmées par microprocesseur,

Réglage central au format

Heidelberg AUTOPLATE

Système Registre 220mm,

Dispositif de lavage des blanchets et des rouleaux encreurs et mouilleurs,

Registre circonférentiel-latérale et diagonale

antimacule à poudre

Nombre de couleurs : [2 couleurs](#)

Format : [46x34 cm](#)

N° de série : 959.560

Incoterms : LOT / LOC

Pays d'origine : [Allemagne](#)

SPECIFICATIONS

Format feuille max (mm) : 460x340

Format feuille min (mm) : 140x89

Surface d'impression max (mm) : 453x330

Vitesse (F/H) : 3500-10000

Puissance requise (KW) : 3

Dimensions (L x l x H en cm) : 150x127x153

Poids net (Kg) : 830

Tranche d'âge : [1990 à 1999](#)

Année de fabrication : [1998](#)

ENQUETES

Annexe IV : Plan de sondage

1 – Modèle de fiche à remplir

a- Questionnaires cibles

1- Quelle est la forme juridique de votre société ?

- Entreprise familiale
- SARL
- SA
- Institutions financières
- Particuliers

2- La dernière fois où vous avez eu recours à une société d'imprimerie ?

- 01 an
- 09 – 06 mois
- 06 – 01 mois
- 01 mois

3- La fréquence

- Plus de 4 fois par mois
- Par mois
- Plus de 02 fois tous les 6 mois
- Tous les ans

4- Quels travaux effectuez-vous le plus souvent ?

- Travaux de communication (affiche- dépliant-flyers,...)
- Travaux administratifs (carnet- bordereau – fiche,...)
- Travaux de fin d'année (calendrier, agenda, carte de vœux,...)

- Autres

5- Etiez-vous satisfait ?

- OUI
- NON

6- Quel est le ou les motifs d'insatisfaction ?

- Délai de livraison
- Qualité d'impression
- Accueil
- Autres

7- Qu'attendez-vous d'une société d'imprimerie ?

Questionnaires confrères

1- Quelle est forme la forme juridique de votre société ?

- Entreprise familiale
- SARL
- SA
- Institutions financières
- Autres

2- Comment trouvez-vous l'évolution du marché de l'imprimerie ces 3 dernières années ?

- Stagne
- Diminue
- Hausse

3- Quel type de clientèle avez-vous à faire le plus souvent ?

- Ménage
- PME
- GRANDE ENTREPRISE (Administration, banque, ...)
- Autres

4- Quels types de travaux effectuez-vous pendant une année ?

- Travaux de communication (affiche- dépliant-flyers,...)
- Travaux administratifs (carnet- bordereau – fiche,...)
- Travaux de fin d'année (calendrier, agenda, carte de vœux,...)
- Autres

5- Avez-vous acquis un nouveau matériel de + de 10.000.000 Ar ces 3 dernières années ?

- OUI
- NON

6- Trouvez-vous le métier d'imprimeur évolutif ?

- OUI
- NON

7- Quel est le plus de votre imprimerie par rapport à d'autres?
