

# **SOMMAIRE**

## **REMERCIEMENT**

## **INTRODUCTION**

## **PARTIE I : IDENTIFICATION DU PROJET**

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

Section 1 : Historique du projet

Section 2 : Caractéristique du projet

### **CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE**

Section 1 : Le marché proprement dit

Section 2 : Analyse de l'offre

Section 3 : Analyse de la demande

Section 4 : Analyse de la concurrence

### **CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS D'EVALUATION ET LES CRITERES D'UN PROJET**

Section I : Les outils d'évaluation d'un projet

Section II : Les critères d'évaluation d'un projet

## **PARTIE II : CONDUITE DU PROJET**

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

Section 1 : Les procédés de spécialisation de l'activité

Section 2 : Description et technique de production

Section 3 : Les moyens de production

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

Section 1 : Capacité de production

Section 2 : Programme de production et de ventes

Section 3 : Plan de consommation de matières premières

### **CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE**

Section 1 : Organigramme

Section 2 : Organisation administrative

## **PARTIE III : ETUDE FINANCIERE**

### **CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET LES COMPTE DE GESTION**

- Section 1 : Fonds de roulement initial
- Section 2 : Financement du projet
- Section 3 : Tableau des amortissements
- Section 4 : Tableau de remboursement des dettes
- Section 5 : Les comptes de gestion

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

- Section 1 : Compte de résultat prévisionnel avant frais financier
- Section 2 : Plan de trésorerie
- Section 3 : Tableau de Grandeur Caractéristique de Gestion (TGCG)
- Section 4 : Bilan prévisionnel

### **CHAPITRE III : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET**

- Section 1 : Evaluation et impact économique
- Section 2 : Evaluation et impact financier
- Section 3 : Evaluation et impact social

### **CONCLUSION GENERALE**

## **REMERCIEMENTS**

- Tout d'abord je remercie DIEU de son amour et sa bonté.

Ensuite, je tiens à exprimer mes remerciements à toutes les personnes qui, de près ou de loin, m'ont aidé dans le cadre de la réalisation de ce présent projet :

- Monsieur, le Doyen Rado Zoherilaza RAKOTOARISON
- Madame, Saholiarimanana ANDRIANALY, Professeur à l'Université,
- Directeur du Centre d'Etudes et de Recherches en gestion.
- Monsieur, Roger RALISON, Maître de conférence, Chef de département, notre Encadreur Pédagogique.
- Monsieur, Etienne RAMINONJATOVO, Enseignant dans le Département et encadreur professionnel.
- A tous les Professeurs permanents et vacataires ainsi qu'à tous le personnel du département.
- Toutes les personnes qui m'ont permis d'obtenir les renseignements nécessaires à l'élaboration de ce projet.
- Toute ma famille qui m'a soutenu et encouragé durant toutes mes années d'études, Bebe Rasoa d'Ambohidratrimo et Dadabe d'Anjanahary
- Tous mes amis.

**“ MISAOTRA AKIA RY MALALA ”**

## LISTE DES TABLEAUX

- Tableau N° 01 : **Evolution des prix de connexion**
- Tableau N° 02 : **Production de la première année.**
- Tableau N° 03 : **Planning de production sur cinq ans.**
- Tableau N° 04 : **Chiffres d'affaires prévisionnelles de la première année.**
- Tableau N° 05 : **Chiffres d'affaires prévisionnelles des quatre dernières années.**
- Tableau N° 06 : **Détails des dépenses de pré-exploitation.**
- Tableau N° 07 : **Consommation en matière première pour l'année 1.**
- Tableau N° 09 : **Salaire mensuel du personnel.**
- Tableau N° 10 : **Tableau de l'évolution de l'effectif sur cinq ans.**
- Tableau N° 11 : **Répartition des primes annuelles :**
- Tableau N° 12 : **Charge du personnel.**
- Tableau N° 13 : **Listes des matériels à acheter**
- Tableau N° 14 : **Les dépenses en matières premières**
- Tableau N° 15 : **Le salaire**
- Tableau N° 16 : **Coût des installations**
- Tableau N° 17 : **Détails de dépenses de pré exploitation**
- Tableau N° 18 : **Tableau récapitulatif du frais d'établissement**
- Tableau N° 19 : **Coût des investissements en immobilisation**
- Tableau N° 20 : **Fonds de roulement**
- Tableau N° 21 : **Financement du projet**
- Tableau N° 22 : **Amortissements**
- Tableau N° 23 : **Tableau des charges annuelles du personnel**
- Tableau N° 24 : **Tableau de remboursement**
- Tableau N° 25 : **Compte de résultat**
- Tableau N° 26 : **Compte prévisionnel de trésorerie mensuelle (Année 1)**
- Tableau N° 27 : **Bilan d'ouverture**
- Tableau N° 28 : **Compte d'exploitation**
- Tableau N° 29 : **Tableau de grandeurs caractéristiques de gestion (T.G.C.G) :**
- Tableau N° 30 : **Bilan au 31 décembre de la première année**
- Tableau N° 31 : **Bilan au 31 décembre de la deuxième année**
- Tableau N° 32 : **Bilan au 31 décembre de la troisième année**
- Tableau N° 33 : **Bilan au 31 décembre de la quatrième année**
- Tableau N° 34 : **Projection de la valeur ajoutée**
- Tableau N° 35 : **Calcul de la VAN**
- Tableau N° 36 : **Calcul du DRCI**
- Tableau N° 37 : **Calcul du TRI**
- Tableau N° 38 : **Calcul du seuil de rentabilité**

# LISTE DES FIGURES

Figure n° 01      **Schéma du circuit de distribution**

Figure n° 02      **Schéma de processus de saisie informatique**

Figure n° 03      **Schéma de processus d'impression de texte**

Figure n° 04 :    **Schéma de processus de photocopie**

Figure n° 05      **Schéma de processus scannérisation du document**

Figure n° 06      **Schéma de processus de gravage**

## LISTE DES ABREVIATIONS

<b>WWW</b>	: World Wide Web
<b>DTS</b>	: Data Telecom Malagasy
<b>NTIC</b>	: Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication
<b>VAN</b>	: Valeur Actuelle Nette
<b>TRI</b>	: Taux de Rentabilité Interne
<b>DRCI</b>	: Délai de Récupération des Capitaux Investis
<b>IP</b>	: Indice de Profitabilité
<b>TGCG</b>	: Tableau de Grandeurs à Caractéristiques de Gestion
<b>SR</b>	: Seuil de Rentabilité
<b>CF</b>	: Coût Fixe
<b>CA</b>	: Chiffre d'Affaire
<b>CV</b>	: Coûts variables
<b>MSCV</b>	: Marge sur coût variable
<b>EBE</b>	: Excédent Brut de l'Exploitation
<b>FR</b>	: Fonds de Roulement
<b>BFR</b>	: Besoin sur Fonds de Roulement
<b>MBA</b>	: Marge Brute d'Autofinancement
<b>FFOM</b>	: Force Faiblesse Opportunité et Menace
<b>PPP</b>	: Partenariat Public Privé

**Rapport-Gratuit.com**

## INTRODUCTION

Actuellement, la connaissance en informatique est nécessaire pour avancer dans un monde qui est en progrès permanent. L'exploitation et l'utilisation des appareils informatiques sont devenues en vogue.

Ainsi, l'ordinateur devient à la fois un moyen de découverte et aussi un outil qui permet de gagner du temps et de simplifier les tâches.

A Madagascar, l'informatique connaît son essor vers la fin du 20<sup>ème</sup> siècle et continue à se développer aujourd'hui.

Par ailleurs en permettant la communication au niveau planétaire, réduisant ainsi l'isolement des personnes et des communautés défavorisées, l'informatique favorise les actions collectives et les mouvements d'envergure mondiale issus de la société civile. Les citoyens peuvent ainsi s'en servir pour demander les comptes à ceux qui le gouvernement améliorant par conséquent la gouvernance.

L'informatique permet également d'élargir les opportunités économiques pour les pauvres à travers les cybercafé.

En effet, l'informatique et ses activités connexes comptent parmi les activités les plus dynamiques de l'économie mondiale. Elle offre au pays en voie de développement comme Madagascar la possibilité de produire plus, d'exporter plus, de créer des emplois et de diversifier leur économie.

Le présent mémoire, ayant pour l'objet l'installation d'un cybercafé, une entité commerciale dont le produit principal est l'Internet, a donc été élaboré en tenant compte de ses aspects. C'est la raison pour laquelle, nous avons choisi ce projet qui s'intitule : « **PROJET DE CREATION DE CYBERCAFE DANS LA REGION D'AMBOHIDRATRIMO** ».

Le cybercafé se propose de mettre des ordinateurs en réseau pour essayer de satisfaire les divers besoins et intérêt de la clientèle dont entre autre les informations, expédition des messages, communication, offres et demandes des produits ou des services.

La clientèle est facturée en fonction du temps de connexion découlé. L'intérêt du projet réside dans le fait que le cybercafé utilise les dernières technologies de la communication et plus particulièrement des ordinateurs.

La réalisation du projet participe au développement rapide et durable ainsi il contribuera certainement au PPP (Partenariat Public - Privé). C'est à dire une création d'emploi et au développement intellectuel de la population. La région d'Ambohidratrimo connaît une insuffisance dans le domaine de l'informatique, une faible capacité d'accueil en matière de l'Internet par rapport aux autres grandes villes. Cette situation nous emmène à élaborer des idées de création d'une telle entreprise.

Le projet d'installation du cybercafé sera réalisé au centre ville de la Commune d'Ambohidratrimo en face du bureau de la Mairie du côté de la route Nationale RN 4, l'endroit a été choisi parmi tant d'autres , car il présente beaucoup d'avantages :

- Un Quartier peuplé où les clients potentiels pour ce genre d'activité sont importants (Mairie, Bureau Administratif, Centre commerciaux ainsi que des établissements scolaires...)
- Aucun Cybercafé n'existe aux alentours, mais certains centres commerciaux proposent une connexion à un prix exorbitant pour la population.
- Possibilité d'extension du local.

Les méthodologies adoptées dans la réalisation dudit projet sont les suivantes :

- Etudes documentaires (par Internet ...)
- Etudes financière du projet
- Enquête auprès du cybercafé existant
- Coût de réhabilitation et d'installation de local existant
- Devis estimatifs d'acquisition des matériels nécessaires
- Collecte auprès des fournisseurs d'Accès (Des renseignements)

Nous avons analysé les informations obtenues pour ressortir les résultats.

Les détails de ces travaux seront traités et donnés, en appliquant la connaissance acquise suivant le plan ci-après :

- Dans la première partie, nous allons voir l'identification du projet, dans laquelle on traitera essentiellement la présentation du projet.
- La deuxième partie sera consacrée à la conduite du projet en analysant la technique de production, la capacité de production envisagée et l'étude organisationnelle.
- Dans la troisième et dernière partie, nous allons faire une étude de faisabilité et de rentabilité ainsi qu'à une évaluation financière du projet.

Notre recherche sera résumée par une conclusion générale.

# **PREMIERE PARTIE**

# IDENTIFICATION DU PROJET

-----

Dans cette partie, nous allons présenter le projet et étudier le marché où devrait se trouver le cybercafé.

Un projet est une action planifiée comprenant des activités coordonnées et interdépendantes ; conçues pour atteindre certains objectifs spécifiques dans une période limitée et avec un budget déterminé. Dans tout projet le coût est prioritaire et il faut surveiller le délai et les coûts. Pour cela, on fait du planning que l'on met à jour quotidiennement en vérifiant l'avancement du projet.

Identifier le projet c'est présenter son originalité, la situation de la région ainsi que les caractéristiques du projet.

Cette partie sera divisée en 3 chapitres :

Chapitre I : Présentation du projet, son historique et ses caractéristiques.

Chapitre II : Etude de marché, le marché proprement dit, l'analyse de l'offre, la demande et la concurrence.

Chapitre III : Théorie générale sur les outils et les critères d'évaluation d'un projet.

## CHAPITRE I :

## PRESENTATION DU PROJET

La présentation du projet consiste à donner l'historique et le caractéristique du projet et enfin à décrire le projet.

La méthodologie de la planification stratégique de ce projet est basée sur l'analyse FFOM (Force Faiblesse Opportunité et Menace).

Cet outil de planification qui permet de fixer clairement le choix stratégique avant d'élaborer le plan d'action. Son intérêt est de démontrer au manager comment une force pourrait devenir une faiblesse pour une organisation et comment une menace pourrait devenir une opportunité.

### Section I : HISTORIQUE DU PROJET

Avant d'aborder l'étude du cybercafé il est nécessaire de faire un petit historique de l'Internet. Rappelons que l'informatique désigne le traitement automatique de l'information. Elle a été créée en 1962, mettant en œuvre un grand nombre de disciplines (Mathématique, électronique,...) pour construire et utiliser les ordinateurs qui permettent de traiter des nombres, des lettres ou des signes.

L'informatique est aussi une science combinant les aspects aussi bien théoriques que pratique de l'ingénierie électronique, de la théorie de l'information, de la logique et de l'étude du comportement humain.

L'utilisation de l'Internet inaugure une nouvelle ère dans les NTIC (Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication) dans la vie humaine. C'est un immense réseau informatique, issu du monde de la recherche et de l'enseignement qui utilise un langage commun TCP / IP permettant à des ordinateurs de communiquer et de partager des données à l'échelle du monde.

Nous allons alors opter pour la création d'un cybercafé pour favoriser et vulgariser l'utilisation de l'internet. Cependant même si Madagascar compte de plus en plus de cybercafé, une vision objective de la situation nous a fait remarquer que le marché est encore vaste et rentable.

En effet, les internautes Malgaches actuels sont d'un nombre insignifiant par rapport au nombre de la population active, et voire même de la population capable de manipuler un ordinateur.

Un des services de l'Internet est une interface graphique avec des interconnexions appelés WEB (World Wide Web) ce qui est la traduction de la « toile d'araignée », on comprend mieux les initiales placées devant chaque adresse. Soit des dizaines de millions de machines en constante évolution, ce qui représente dans les années 2005 un marché de plus de 500 millions de consommateurs.

Au terme de nos études nous sommes conscient de l'importance de gérer nos propres affaires.

Seulement, le lancement d'une affaire nécessite une analyse préalable de notre part, car il implique l'utilisation de ressources matérielles, financières et humaines.

## **Section 2 : CARACTERISTIQUES DU PROJET**

Les caractéristiques du projet nous amènent à définir le Cybercafé et à présenter les objectifs et les avantages du projet.

### **2. 1 : Définition et Exploitation d'un Cybercafé**

Un cybercafé comme son nom l'indique, est un café où l'on vous propose de louer par périodes un accès à l'Internet avec une aide pour les débutants. Très intéressant par son côté pédagogique, les mutations technologiques influent conséquemment sur les habitudes et les modes de vie de l'homme. Son adaptation à ces nouvelles technologies fit naître de nouveaux types d'équipement.

Sont donc nés de nouveaux types d'équipement devant faciliter l'accès de l'homme aux NTIC : Le CYBERCAFE.

Il s'agit d'un équipement où sont couplés une cafétéria et un espace aménagé pour recevoir les appareils informatique et électronique d'où le terme de Cybercafé. Le premier Cybercafé a vu le jour en 1984 à San Maria, Los Angeles.

Ainsi, nous pouvons déduire que le Cybercafé ou le cyberspace nécessite un accès à l'Internet. En effet, il n'y peut avoir Cybercafé sans qu'il y ait Internet, ainsi, nous allons essayer de comprendre l'accès à l'Internet.

La connexion Internet nécessite :

- Un fournisseur d'accès Internet (FAI), une société spécialisée dans la fourniture de ce type de service pour les particuliers et les entreprises.
- Une antenne ou une ligne téléphonique selon le type de connexion.
- Un modem
- Un logiciel Internet
- Un ordinateur

Une fois que le Cybercafé est connecté, il peut offrir à sa clientèle les services suivants :

- La navigation également appelée recherche documentaire.
- Le courrier électronique (e-mail) qui permet d'échanger courrier avec des connaissances par le biais de l'Internet.
- Le chat : la conversation interactive où l'internaute peut dialoguer avec le monde entier, dans des forums relevant de son Internet.
- Le téléchargement des fichiers qui sert à transférer des fichiers d'un ordinateur à un autre.

De différents services Internet sont aussi disponibles entre autres :

- Les news, news group ou conférenciers.
- Les discussions en direct (IRC).
- L'utilisation d'ordinateur distant (TEL NET).
- Les transferts des fichiers.

L'Internet est une collection de réseaux et d'ordinateurs à l'échelle de la planète capable de partager des informations ou au moins du courrier électronique et qui dialoguent à l'aide de protocoles communs.

Un cybercafé désigne donc un environnement qui offre l'accès à de réseaux capables de partager des informations.

## **2. 2 : Objectifs**

A part l'objectif principal de toute société commerciale (produire en vue de vendre pour procurer des profits), les autres objectifs du projet sont de vulgariser l'utilisation de l'Internet et de satisfaire les clients en s'assurant de la qualité de ces services offerts dans la région, pour plus de précision donc notre service répond à l'attente de la population utile.

La création d'un cybercafé se trouve être un projet éducatif et pertinent.

Les objectifs de ce projet sont donc :

- Vente du service en cherchant à générer des profits c'est à dire rentabiliser l'activité.
- Vulgariser l'utilisation de l'Internet
- Satisfaire les clients en s'assurant de la qualité de service offert.

A long terme, les promoteurs projettent de réinvestir les profits dégagés. Un réinvestissement qui nécessitera bien évidemment d'autres études.

Apparemment, vu la masse d'internautes qui fréquentent les cybercafés en ce moment, on peut dire que naviguer sur le net est à la portée de tous. Par contre, l'achat d'un ordinateur personnel, même durant cette période de détaxation semble être encore un obstacle pour le ménage malgache, ce qui explique cet engouement vers les cybercafés.

### **2. 3 : Avantages et Intérêts du projet**

Ce projet permet aux investisseurs de participer activement au développement du pays.

Effectivement, la création de ce cybercafé contribue l'amélioration des conditions de vie socio-économique et culturelle de la population. Il augmente le degré de connaissance individuelle.

En effet, il offre à la population une multitude de services qui leur permet de communiquer et de rechercher des données par le marché. Le projet permet aussi de gérer à la fois deux activités :

Celle liée à l'Internet et celle liée à la micro-édition du fait de l'existence de matériels tels que l'ordinateur à l'imprimante (un des avantages de ce projet est donc la synergie entre ces deux activités) c'est-à-dire activité d'un cybercafé et activité d'une entreprise de micro-édition, synergie que profitera bien évidemment l'entreprise.

C'est également un projet d'actualité. Le service offert est nécessaire à la population et les intéressés. En effet, ceux qui n'ont pas le moyen de se payer un ordinateur vont y avoir un accès facile.

D'autre part, il permet de déconcentrer les cybercafés et servir d'autres quartiers non encore desservis. Les personnes résidentes ou de passage du côté du lieu d'implantation se verront alors bénéficier de ce genre de service. Ici l'avantage est l'exploitation d'un créneau du marché. Le projet de cybercafé est un équipement d'actualité. Multiples sont les raisons de la motivation dans la conception, l'étude et la réalisation du présent projet :

Premièrement, on s'étonne de voir dans la plupart de certains cybercafé de faire la queue qui s'y forme pour pouvoir naviguer sur le net.

Deuxièmement, en général, l'internaute malgache navigue en moyenne 30 minutes dans un cybercafé. Ce dernier affiche un effectif de plus en plus de 50 personnes par jour particulièrement.

## CHAPITRE II :

## ETUDE DE MARCHÉ

Pour analyser un projet, la connaissance du marché est primordiale, ainsi, il faut bien étudier le projet. L'étude de marché constitue le point de départ de l'analyse du projet « sans demande suffisante, un projet n'a pas de base économique », il est indispensable qu'on ait une bonne connaissance du marché et qu'on en fasse une étude approfondie.

Ici, nous allons étudier successivement : dans la première section le marché proprement dit, dans la deuxième section l'analyse de l'offre, et dans la troisième section l'analyse de la demande et la dernière section l'analyse de la concurrence

### Section 1 : LE MARCHÉ PROPREMENT DIT

Par définition, le marché est le lieu de rencontre de l'offre et de la demande. Un marché est constitué par l'ensemble des clients capables et désireux de procéder à un échange leur permettant de satisfaire un besoin ou un désir. Ce chapitre, a pu être traité grâce à une documentation, enquête effectuée sur le marché.

#### 1. 1 : Marché visé

A partir de la connaissance du marché nous avons pu constater qu'il n'existe pour l'instant un concurrent potentiel sur le marché.

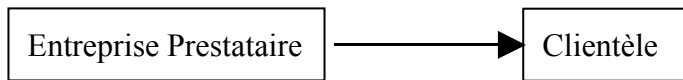
Parmi les avantages de ce projet, son lieu d'implantation est un endroit au bon coin, bien fréquenté par les étudiants, les travailleurs ...

#### 1. 2 : Le circuit de distribution

C'est le chemin suivi par notre entreprise pour la vente de nos services. Nous avons en effet choisi comme circuit de distribution, la distribution directe pour les raisons ci après :

- Un service a besoin d'implication du client pour se réaliser
- Un service est intransportable et ne se stocke pas comme une marchandise.

Fig N° 01 : **Schéma du circuit de distribution**



### **1. 3 : Evolution du marche**

L'implantation de ce projet dans la région d'Ambohidratrimo correspond totalement à l'attente des étudiants et de la population qui sont nos principales cibles.

Avec l'abondance de la demande, le développement du marché dépend de la régularité des offres et l'assurance des demandeurs d'être toujours servis à des prix assez stable.

## **Section 2 : ANALYSE DE L'OFFRE**

L'analyse de l'offre regroupe l'étude de l'environnement, du produit, du prix de la distribution et de la promotion. L'analyse de l'offre existante sur le marché permet à l'entreprise de se situer par rapport à ses concurrents en terme de part de marché, de type clientèle...

### **2. 1 : Etude de l'environnement**

Le projet sera confronté à un environnement auquel il doit faire face pour pénétrer et rester sur le marché. Un environnement qui est essentiellement constitué par :

- L'environnement institutionnel, environnement technique, environnement culturel, environnement social, et enfin, environnement économique.

## **2. 2 : Etude du produit**

L'étude du produit a pour but d'analyser le produit (Service) offert par les cybercafé en vue de l'adéquation du couple produit – marché.

En ce qui concerne le cybercafé, c'est un service qui permet au grand public d'avoir accès à l'Internet. Alors que l'Internet, quant à lui offre la possibilité d'acquérir des informations et de communiquer par le monde. Or actuellement, l'information et la communication sont indispensables quelque soit le type d'activité réalisée. Nous pouvons donc en déduire que le service offert est d'actualité.

En effet, l'Internet permet de converser avec des connaissances, de rechercher du travail, de nous renseigner sur des questions qui nous sont importantes comme notre santé ou les formations offertes dans une université à l'étranger.

Les internautes malgaches ne profitent pas encore de tous les services offerts par le Net parce qu'ils ne sont pas encore habile au service tel que le téléchargement des fichiers ou le multimédia, par contre les services comme l'e- mail ou le groupe de discussions leurs intéressent le plus.

D'autre part, le marché de cybercafé a un rapport direct avec le marché du micro-ordinateur, de l'informatique et de l'Internet. Le marché du micro-ordinateur et de l'informatique est actuellement en pleine croissance. En ce qui concerne l'Internet, il commence à prendre de plus en plus de place dans la vie des gens au détriment du minitel, du télex, du fax, du téléphone et du courrier postal.

## **2.3 : Etude de prix**

Le prix de vente sur le marché de cybercafé est déterminé en fonction du temps de connexion, autrement dit à partir du moment où vous avez accès à Internet et le moment où vous ne l'avez plus. Ce temps est fractionné en une minute, le prix appliqué est alors connexion à la minute.

En général, le prix d'une minute de connexion a diminué de presque la moitié du prix depuis l'année 2000. Maintenant, il est passé de 100 fmg à 150 fmg la minute. Ce dernier prix demeure stable jusqu'à présent, aucun cybercafé n'est descendu au dessous de 100 fmg la minute sauf quelque uns qui proposent 75 fmg la minute. Mais pour accéder à ce prix, les internautes doivent s'acquitter d'une somme d'argent calculé sur une base d'une année.

Le tableau ci-dessous montre l'évolution des prix de connexion :

Tableau N° 2: **évolution des prix de connexion**

Désignation	Unité	Année 2000 -2001	Année2001-2002	Année2002-2003	Année2003-2004
	Fmg/min	500 – 300	500 – 150	300 – 150	150 – 100

Ce tableau montre que le prix sur le marché est arrivé à ce stade, 150 Fmg la minute, non pas parce que la clientèle ne répond pas à l'offre mais parce que des intrants a diminué considérablement à savoir les prix des matériels informatiques et le prix appliqué par le fournisseur d'accès. Or ces prix entrent dans le calcul du coût de revient.

## **2.4 : Etude de la distribution et de la promotion**

La plupart des internautes se trouvent alors attiré vers ces quartiers quand ils ont recours à un cybercafé même s'ils habitent ou travaille loin de ces quartiers.

Quant au choix de la présentation du produit sur le marché, en général, il se divise en deux soit dans un cadre luxueux, soit dans un cadre simple mais attrayant. En ce qui concerne la promotion, la majeure partie des cybercafé de la capitale a participé à la fête de l'Internet. Durant ces journées, quelques cybercafé ont mené une campagne de promotion de l'Internet et c'était aussi une occasion pour eux de se faire connaître.

A part la fête de l'Internet, rare sont ceux qui se lancent dans la publicité pour attirer des clients.

L'analyse de l'offre nous a permis de passer en revue l'étude de l'environnement en général, de l'offre, du produit, du prix ainsi que de la distribution et promotion. Nous allons maintenant passer à la section suivante :

### **Section 3 : ANALYSE DE LA DEMANDE**

L'analyse de la demande nous montre ici, les facteurs déterminants, la cible visée et les comportements des clients.

#### **3. 1 : Les facteurs déterminants**

La consommation du marché est la demande, elles sont donc constituées par l'ensemble des besoins susceptibles d'acheter les produits ou le service sur le marché. Pour notre firme, elle est composée en majeure partie de la population locale.

D'après les études faites sur terrain, nous pouvons ressortir les données suivantes :

Cybercafé, Photocopie, Saisie et Impression, plastification, scanner...

- ★ 48% ne le sont pas en gravage
- ★ Quant aux autres services offert par le Net (Spécialement au téléchargement des fichiers). 95 % ne sont pas satisfait.

Ces proportions insatisfaites pourraient former les clients potentiels de notre entreprise. Notre part de marché serait alors constitué de :

- La qualité des services : qui met a la disposition de la clientèle des machines performantes. Aussi, toutes les machines utilisées seront toutes d'une marque reconnue mondialement.
- La qualité de l'accueil : qui est assistée par 2 techniciens, qui seront à la disposition des clients pour assurer leur accueil et leur assistance.

- La rapidité : le problème de rapidité ne devrait se poser vu la performance des machines à disposer (Pentium IV) et du débit de connexion (> 64 Mo), et qu'un programme d'entretien, de réparation et de maintenance périodique comme : la détection de virus, défragmentation de disque,... serait régulièrement respecté.
- La disponibilité : Afin d'éviter une longue file d'attente entre les cybernautes, CYBERNET disposeront 10 Machines, assez nombreuses que celle des concurrents, 2 techniciens Informaticiens pour assurer la bonne marche au niveau technique. Il est désormais possible de faire une analyse de la cible visée, de procéder à l'identification de la clientèle afin de faire une évaluation des marchés que l'Entreprise pourrait occuper, compte tenu de toutes les contraintes.

### **3. 2 : La cible visée**

Le projet CYBERNET vise surtout une clientèle de masse dans son exploitation, cette clientèle est particulièrement composée d'étudiants, de professionnel, ainsi que d'autres clients potentiels. Etant donné l'emplacement du cybercafé et du fait que celui-ci se situe en plein centre ville en tenant compte de l'existence du Lycée, de la Mairie, aux environs, ainsi que les centres commerciaux, et du stationnement du taxi-be, son implantation s'avère stratégique car tous ces environs entraînent une grande concentration d'individus.

Mais dans le fait que l'Internet est devenu un outil indispensable pour les études, il en fournit beaucoup d'informations intéressantes et innovatrices, notre cible principale serait les étudiants et les jeunes du quartier.

### **3. 3. : Comportements des clients**

L'Internet est fait pour toute la personne physique, ou morale désirant obtenir des informations. Il peut s'agir d'information sur études, l'emploi, ou même simple divertissement.

On peut identifier les clients sous différentes catégories :

- ★ Par catégorie d'âge : aucune distribution ne serait exclue du moment que le client s'intéresse des produits offerts.
- ★ Par catégorie professionnelle : les services seront offerts pour toutes personnes intéressées sans distinction de cette catégorie, même son niveau hiérarchique ni son style de vie ou de son revenu.

La première motivation de la clientèle est le besoin de communiquer vient ensuite le besoin de s'informer. La motivation est donc basée sur le besoin d'entrer en contact avec quelqu'un et la quête d'information. La qualité de service est aussi un élément de motivation pour ceux qui ont déjà essayé le service, 35 % de la population base surtout leur choix sur la qualité de la prestation offerte (matériels performants, accueil chaleureux).

Quant à la fréquence d'utilisation : 50% des internautes disent avoir recours au service d'un cybercafé au moins 5 fois par mois.

D'après notre enquête dans la région d'Ambohidratrimo, nous avons constaté que les internautes ne profitent pas encore de tous les services offerts par le Net. Par contre, les services comme e-mail ou le groupe de discussion leur intéressent le plus. Parmi les concurrents sur le marché actuel, seul un concurrent prend la place dans le service cybercafé dans la région. Elles ont commencé leur service à partir de 2003.

#### **Section 4 : ANALYSE DE LA CONCURRENCE**

Sur cette analyse, il y a une force et une faiblesse pour les produits concurrentiels, à savoir aussi sur le part de marché.

#### **4.1. : Forces et faiblesses des produits concurrentiels**

Trois sortes de concurrents sont présentes sur le marché :

- Un cyberspace qui offre les services liés à l'Internet ainsi que des produits à consommer sur place, tel que boissons hygiéniques, café, sandwiches... Ces cyberspaces sont généralement appelés : CYBERCAFE
- Un cyberspace qui ne propose que la connexion sur Internet sans servir des produits de consommation et de consommables informatiques (disquettes, CD...)
- Un cyberspace qui offre tous les services liés à l'informatique : Internet, traitement de texte, impression et reliure. Ce sont des cyberspaces de type micro-édition.

#### **4. 2 Parts de marché des concurrents**

La part de marché des cybercafés concurrents est de constituer des ventes réalisées par ces derniers. Il est difficile de déterminer la part de marché détenue par les concurrents actuellement car il n'existe aucune statistique officielle concernant le marché du cybercafé. Néanmoins, nous allons évaluer la part de marché des concurrents à partir des achats réalisés par les clients.

Alors que l'étude de marché quant à elle, consistait à apprécier le marché où devrait se trouver le cybercafé prochainement.

### CHAPITRE III : **THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS ET LES CRITERES D'EVALUATION D'UN PROJET.**

Le créateur du projet dispose d'outils de gestion lui servant de critères d'évaluation, et de jugement pour la faisabilité et la réalisation de son projet. Il s'agit de la Valeur Actuelle Nette, le Taux de Rentabilité Interne, le Délai de Récupération des Capitaux Investis, l'Indice de Profitabilité.

#### **Section 1 : LES OUTILS D'EVALUATION D'UN PROJET**

Ce troisième chapitre met en exergue les différents critères qui servent à mesurer la viabilité et la rentabilité du projet. En effet, le choix d'investissement peut être réalisé à l'aide d'un critère quantitatif : la rentabilité des capitaux investis. Ces capitaux investis seront comparés aux flux générés, c'est la marge brute d'autofinancement (MBA) ou « cash-flow ».

Cette marge brute d'autofinancement peut être obtenue comme suit :

$$\begin{array}{l} + \text{ Recettes} \\ - \text{ Charges} \\ \hline = \text{ Résultat imposable} \\ - \text{ Impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS)} \\ \hline = \text{ Résultat net} \\ + \text{ Amortissements} \\ \hline = \text{ Marge brut d'autofinancement (MBA)} \end{array}$$

Pour pouvoir déterminer une rentabilité plus significative, les différents flux réalisés à des dates différentes seront actualisés à un certain taux.

Les critères généralement utilisés pour le choix d'investissement sont :

- La valeur actuelle nette (VAN)
- Le taux de rentabilité interne (TRI)
- L'indice de profitabilité (IP)
- Le délai de récupération des capitaux investis (DRCI)

### 1.1 : La valeur actuelle nette (VAN)

C'est le premier critère de rentabilité car elle permet de constater directement la rentabilité c'est-à-dire qu'un investissement est considéré rentable quand la valeur actuelle nette est positive compte tenu d'un taux d'actualisation (i) donné.

La valeur actuelle nette est définie et obtenue par la différence entre la somme des marges brutes d'autofinancement actualisées à un certain taux exigé pour la rentabilité de l'investissement et la somme des capitaux investis.

On obtient donc la formule suivante :

$$VAN = \sum MBA_n (1+i)^{-n} - I_0$$

Avec : i : taux d'actualisation

I<sub>0</sub> : capitaux investis

n : année

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

Et comme interprétation, alors on a :

- VAN > 0, l'investissement a une rentabilité supérieure au taux exigé
- VAN = 0, l'investissement a une rentabilité égale au taux exigé
- VAN < 0, l'investissement a une rentabilité inférieure au taux exigé.

### **1.2 : Le taux de rentabilité interne (TRI)**

C'est le deuxième critère. Le taux de rentabilité interne est le taux d'actualisation qui donne une valeur actuelle nette nulle ou indice de profitabilité  $IP = 1$ .

Il doit être considéré comme le taux d'intérêt maximum auquel est possible l'emprunt du capital nécessaire au financement de l'investissement pour que l'opération envisagée ne soit pas déficitaire.

Ainsi, lorsque le taux de l'emprunt est inférieur au taux de rentabilité interne d'un projet, la valeur actuelle nette de cet investissement (en prenant comme taux d'actualisation le taux de l'emprunt), devient positive et l'opération est bénéficiaire. Par conséquent, le projet peut être retenu.

Il ne peut se calculer par une équation mathématique simple. Il faut procéder par approximation de la manière suivante : Pour un projet déterminé, on établit les valeurs actuelles nettes correspondant à plusieurs taux d'actualisation qui donne une VAN égale à 0. Ce taux correspond au taux de rentabilité interne.

Pour le formule :

$$TRI = \Sigma MBA_n (1+i)^{-n} - I_o$$

Où  $I_o$  : somme des investissements

### **1.3 : L'indice de profitabilité (IP)**

#### **1.3.1 : Définition**

Ce troisième critère est représenté par le rapport entre : au numérateur, la somme des marges brutes d'autofinancement actualisées et au dénominateur, la somme des capitaux investis actualisés

Formule de cet indice :

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

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

Et comme interprétation, on a :

- $Ip > 1$ , l'investissement a une rentabilité supérieure au taux exigé
- $Ip = 1$ , l'investissement a une rentabilité égale au taux exigé
- $Ip < 1$ , l'investissement a une rentabilité inférieure au taux exigé

### **1.4 : Le délai de récupération des capitaux investis (DRCI)**

#### **1.4.1 : Définition**

C'est le dernier critère de rentabilité que nous allons voir. Il s'agit du temps nécessaire pour que le total des recettes procurées par le projet atteigne le montant des investissements réalisés. C'est-à-dire le nombre d'années au cours desquelles, il est possible de « récupérer » la somme initialement investie.

### **1.4.2 : Interprétation**

On se propose d'évaluer, non pas un taux, mais une durée. Il nous permet de savoir en combien de temps les « cash-flows », produits après la réalisation du projet (chiffres de l'étude prévisionnelle), permettront de « récupérer » la somme investie. Il correspond aussi à une préoccupation financière ressentie par l'entrepreneur : dans certain cas, en effet, la liquidité est préférée au profit.

## **Section 2 : LES CRITERES D'EVALUATION DU PROJET**

Le succès d'un projet ou d'un programme peut être apprécié en combinant divers critères ou divers indicateurs :

### **2.1 : La pertinence**

La pertinence mesure la corrélation entre les objectifs du programme ou projet et les objectifs et priorités de développement sur le plan global et sectoriel ou le bien fondé du concept du programme par rapport aux besoins réels des groupes cibles. Les objectifs du programme sont-ils pertinents par rapport aux besoins et attentes des bénéficiaires ?

### **2.2 : L'efficacité**

L'efficacité s'apprécie par la comparaison des objectifs et des résultats c'est-à-dire la différence entre ce qui était prévu et les réalisations. C'est le degré de réalisation des objectifs ou des résultats.

Voici quelques questions qui se posent sur l'efficacité.

- Quel est le degré de réalisation des objectifs du programme ou d'un projet c'est-à-dire sur la question de qualité, quantité, et le respect des délais d'exécution.
- Ces produits contribuent-ils à la réalisation des objectifs du projet ?

### **2.3 : L'efficience**

L'efficience se réfère au coût et rythme auquel les interventions sont transformées en résultats. Elle se mesure par la comparaison des coûts et des résultats. Elle se réfère à l'utilisation optimale des ressources dans la production des outputs. C'est l'économie dans la poursuite des objectifs. Les questions qui relèvent de l'efficience alors c'est :

- Dans quelle mesure le projet recourt – il aux ressources disponibles localement (compétences, équipements)
- Les intrants et les extrants sont ils disponibles dans les délai requis ?

### **2.4 : Durée de vie d'un projet**

Elle vise à évaluer la capacité de l'action ou des résultats à se poursuivre de façon autonome après le retrait de l'assistance extérieure c'est-à-dire nationale ou étrangère. Il s'agira de la viabilité organisationnelle, technique, économique, financière, politique et culturelle.

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

C'est l'analyse des effets directs et indirects du programme. Ici la question c'est :

- Quels sont les effets du programme sur les bénéficiaires ?
- Quels sont les effets inattendus du programme sur les bénéficiaires et au-delà d'eux ?

## **CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE**

Cette première partie nous a permis l'identification du projet. Pour cela, nous avons présenté le projet en premier chapitre, en étudiant le marché au deuxième chapitre ainsi, que le troisième chapitre avec la théorie générale sur les outils d'évaluation et les critères du projet, d'après cette partie, nous pouvons dégager que l'entreprise de cybercafé et de micro-informatique est très recherchée et bien adaptée aux besoins de la région, en ce moment.

En somme, cette première partie met en exergue l'intérêt du projet et l'opportunité présentée par l'installation de cette entreprise de prestation. Nous avons pu avoir des connaissances générales sur les enjeux du projet, il est temps maintenant d'entrer dans la conduite du projet.

Après avoir mener à terme cette première partie, nous allons maintenant aborder la deuxième partie qui se rapporte à la conduite du projet ou nous exposerons la technique de capacité de production ainsi que l'étude organisationnelle.

## DEUXIEME PARTIE

# CONDUITE DU PROJET

-----

C'est un ensemble de méthode et des techniques intégrées dans un système d'information qui aide une équipe dirigée par le chef de projet à prendre des décisions. Nous allons voir successivement dans cette deuxième partie les techniques de production, la capacité de production envisagée ainsi que l'organigramme.

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

La faisabilité du projet dépend en partie des conditions techniques dans laquelle il évolue. D'après les sources d'informations que nous avons recueillis sur la place, il n'existe aucune entreprise dont l'activité principale est la micro-informatique. Cette situation nous confère beaucoup d'avantages et nous permet de nous spécialiser dans le métier, pour acquérir des avantages compétitifs provenant de plusieurs sources :

→la spécialisation génère des effets d'expériences et d'économie d'échelle qui sont des sources de diminution des coûts.

→Par ailleurs, plus une firme est spécialisée, plus elle atteint facilement la taille critique de son domaine d'activité.

### **Section 1 : LES PROCEDES DE SPECIALISATION DE L'ACTIVITE**

Rappelons que ce projet est un projet de création d'une entreprise de cybercafé et micro-informatique, c'est à dire que l'activité s'étend sur plusieurs branches à savoir :

- le service photocopie
- les travaux sur ordinateur
- les travaux d'imprimerie
- service Internet
- les gravages
- ...

#### **1.1. Définition de la spécialisation**

Nous avons donc choisi les voies de spécialisation pour obtenir des effets de domination et de réduire la concurrence à ceux qui proposent des services similaires. (Exemple : dans le service photocopie)

## **1.2. : Les voies de la spécialisation**

Il existe deux voies de spécialisation, à savoir :

- la politique de différenciation de produit,
- la politique de gamme de production.

Nous avons choisi la première voie parce que les entreprises spécialisées peuvent singulariser ses produits par rapport à ceux des concurrents par la stratégie de différenciation qui présente des avantages concurrentiels sont :

- l’effet d’attraction de la clientèle (attirait par des produits)
- l’effet de domination de la concurrence.

## **Section 2 : DESCRIPTION ET TECHNIQUE DE PRODUCTION**

Il est nécessaire avant tout de bien présenter les prestations que nous avons proposé à la future clientèle de l’entreprise.

### **2.1 : Les prestations offertes**

Les prestations sont les suivantes :

- tous les travaux sur ordinateur (saisie, impression)
- la photocopie (couleur, noir et blanc)
- les services Internet (e-mail, navigation Web)
- gravage de CD (audio, vidéo)
- montage vidéo (production clip, spot publicitaire, reportage)
- la scanérisation
- tous travaux d’imprimerie (carte de visite, carte de vœux, carte d’invitation, faire-part)
- la plastification
- reliure (spirale)

## **2.2 : Le processus de production**

La production est un des éléments moteurs dans une entreprise sans elle, aucun produit ou service n'est fabriquée ni distribué. Aucune activité n'est déployée. Ce qui compte, c'est la conformité de produits ou des services et des délais de production aux besoins des clients.

L'évolution des besoins, le développement de la technologie, la complexité des processus ne fait que renforcer l'importance de cette fonction ; mais elles rendent aussi indispensables la qualification de personnels.

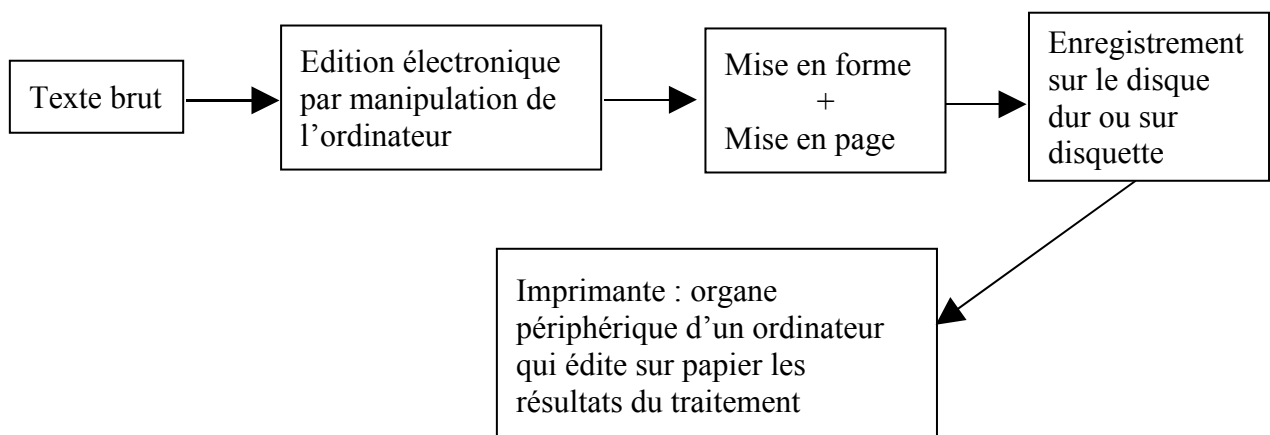
Les techniques de production de ces services sont comme dans toutes les industries de fabrication ou de transformation c'est à dire qu'il y a des intrants, la transformation de ces intrants et enfin les extrants, les produits finis.

### **2.2.1 : Saisie**

La saisie se définit comme étant une transcription d'une information en vue de son traitement ou de sa mémorisation.

Plus exactement, c'est le traitement de texte manuscrit sur ordinateur.  
Le schéma suivant nous montre le processus de saisie de texte sur un ordinateur.

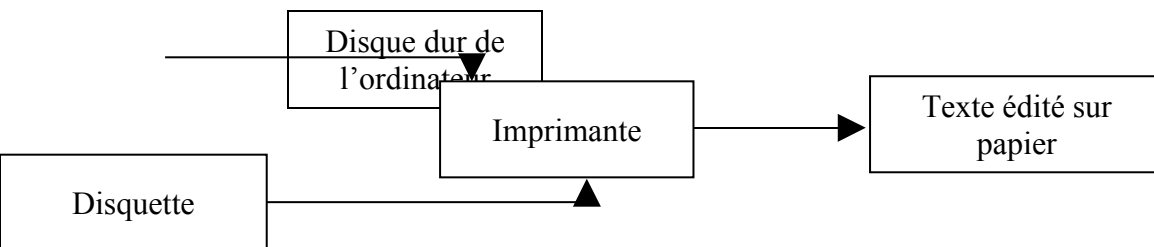
Figure N° 2 : **Schéma de processus de saisie informatique**



### **2.2.2 : L'impression.**

Le texte saisi est considéré comme produit encours, lorsqu'on veut le faire imprimer. Donc l'impression c'est une action d'édition sur des papiers, le résultat du traitement de texte par un organe périphérique d'un ordinateur appelé : « imprimante ». Voici donc le processus de l'impression.

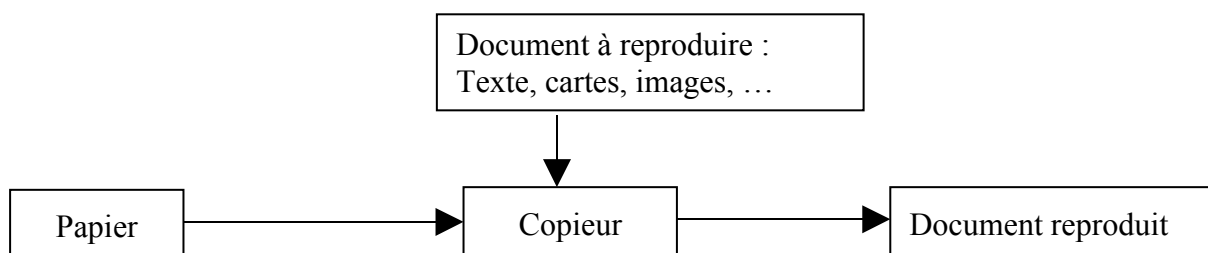
Figure N°3 : **Schéma de processus d'impression de texte**



### **2.2.3 : La photocopie**

C'est la reproduction d'un document par le développement instantané d'un négatif photographique à l'aide d'un appareil appelé « photocopieur ».

Figure N°4 : **Schéma de processus de la photocopie**



#### **2.2.4 : L'Internet**

C'est un super réseau informatique à l'échelle de la planète, composé de millions d'ordinateurs, comme celui-ci éparpillés dans le monde et reliés entre eux par des liens de télécommunications.

Avec ce nouvel instrument, chacun de nous a maintenant la possibilité d'entrer en contact avec quiconque, et être branché sur un nombre incalculable de sources d'informations.

##### **a : Le mail**

Le mail ou e-mail est un courrier électronique qui permet d'envoyer des messages aux autres utilisateurs de l'Internet et aussi d'en recevoir. Sur le plan technique, l'envoi d'un e-mail est géré sur Internet grâce à un protocole appelé SMTP (Simple Mail Transfert Protocole)

##### **b : Le Web**

C'est le format de la publication la plus avancé sur internet. Le Web permet de visualiser à l'écran des textes et des images.

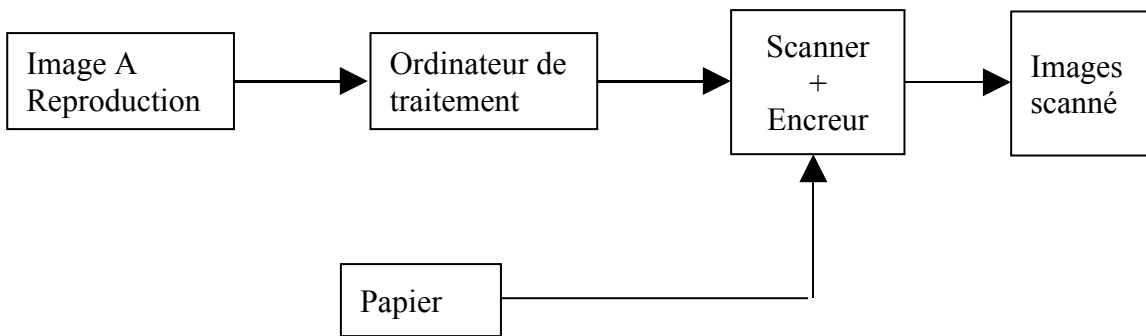
Le Web est une immense bibliothèque électronique planétaire tout le monde peut publier. A partir d'une connexion Internet, on accède à un nombre incalculable de sites Web traitant de tout.

La navigation (Web), c'est la manière de recherche et/ou de consulter des informations, télécharger des données ou logiciels dans un ou plusieurs sites web.

#### **2.2.5 : Le scanner**

Le scanner est en quelque sorte une photocopie numérique car elle permet aussi la reproduction d'un document (image) par le développement d'un négatif photographique.

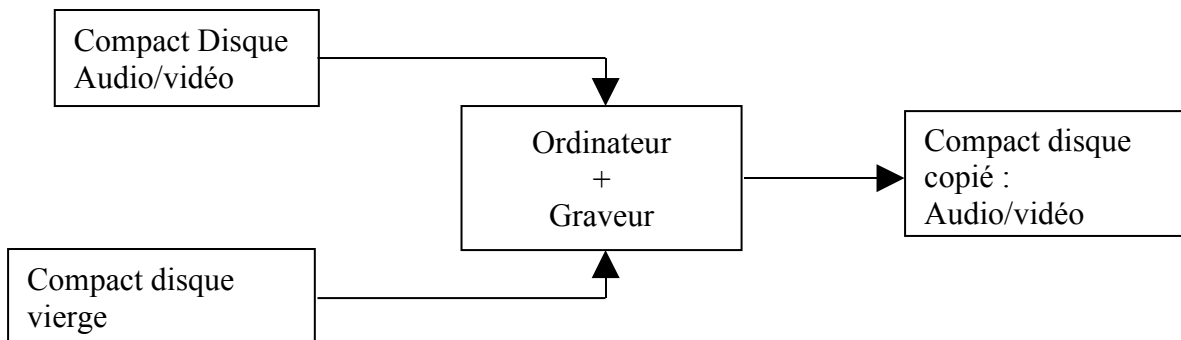
Figure N°5 : **Schéma du processus scanérisation du document**



### 2.2.6 : Le gravage

C'est un enregistrement numérique de son et/ou de film assisté par un ordinateur. C'est à dire les images ou les sons sont traités ou modifier par un ordinateur pour avoir un meilleur qualité d'image ou de son.

Figure N°6 : **Schéma du processus de gravage.**



## Section 3 : LES MOYENS DE PRODUCTION

Le diagnostic et l'évaluation des ressources sont nécessaires et indispensables pour apprécier la compétitivité de l'entreprise, et aussi pour détecter dans le potentiel de ces ressources, les points forts et les points faibles.

### **3.1 : Les ressources financières**

L'évaluation des besoins à financer et des charges d'exploitation consistent en une valorisation (chiffrage) des grandes options retenues au niveau du projet.

Les ressources financières de l'entreprise sont composées de :

- apport personnel du promoteur
- apport des associés
- emprunt à long terme et à moyen terme

Compte courant du promoteur

### **3.2 : Les ressources matérielles**

A Madagascar, le marché de matériel informatique est très vaste. Il est de même pour les matériels bureautiques. Les fournitures consommables et les pièces de rechange.

En ce qui concerne les fournisseurs de matériel d'exploitation, ils sont très nombreux. On peut citer autres : Continental Technologie ; Concept ; Mad computer ; Bureautec ; CBL ; Planète Informatique ; ....

Ces fournisseurs assurent les services après vente (SAV) et ils proposent des contrats de maintenance de matériel et de logiciels sur site et en laboratoire, et proposent aussi une formation pour l'utilisation optimale de ces matériels afin d'obtenir un rendement meilleur.

### **3.3 : Les moyens humains**

Etant donné que l'entreprise de micro-informatique fait partie des Petites et Moyennes Entreprises (PME), les besoins en effectif ne sont pas énormes. Nous avons décidé alors de regrouper un certain nombre d'activité sous une même fonction.

La réussite d'intégrer les objectifs sociaux aux objectifs économiques dans le cadre de la stratégie de l'entreprise et de sa gestion quotidienne, a suscité le développement de la fonction de personnel. L'emploi et la rémunération constituent deux domaines majeurs de la gestion de l'entreprise. La survie et la compétitivité passent par la définition et la mise en œuvre des politiques de l'emploi et des rémunérations adoptés à l'entreprise et son contexte

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

Ce chapitre nous donne un aperçu global concernant la production de l'entreprise. Une production qui permet de réaliser des ventes. Nous allons voir successivement : la capacité de production, le programme de production et de vente, et le plan de consommation de matière première.

### **Section 1 : CAPACITE DE PRODUCTION**

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

#### **1.1. : Capacité de production de la première année**

Compte tenu des études à propos de notre capacité, nous pensons pouvoir satisfaire ses demandes en produisant journalièrement pour la première année d'exploitation une certaines quantités de prestation.

A partir des études de notre capacité de production, nous pensons pouvoir satisfaire ses demandes en produisant pour la première année d'exploitation une certaine quantité de prestations.

Il s'agit de définir la stratégie la mise en œuvre du projet pour atteindre les objectifs fixés par rapport aux ressources disponibles. Etant donné que l'exploitation d'un cybercafé correspond à une fourniture de service, on devrait optimiser l'exploitation au niveau des ressources.

En année 1, prenons comme hypothèse de base l'utilisation de chaque machine pendant 5 heures par jour, et si CYBERNET est ouvert pendant 6 jours sur 7, soit 26 jours dans le mois et on aurait les résultats dans le tableau suivant.

Tableau N°2 : **Production de la première année.**

Désignation	Production journalière	Production mensuelle	Production annuelle
<b>Internet : navigation / mn Soit 50 h / j de connexion</b>	3 000	78 000	936 000
<b>Photocopie / copie</b>	50	1 300	15 600
<b>Gravage / CD</b>	2	52	624
<b>Impression / Page</b>	20	520	6 240
<b>Scan / feuille</b>	3	78	936

## **Section 2 : PLANNING DE PRODUCTION ET DE VENTES**

### **2.1 : Planning de production sur 4 ans**

Dans cette optique s'échelonne sur quatre ans. Il est à noter que la consommation de ses produits est très variable. D'où l'aspect théorique dans la qualification que nous allons proposer du fait de certaines contraintes, à savoir :

- d'une part, les coupures d'électricité de longue durée, les pannes de machine, les maladies, ...
- la pénurie des matières premières
- et d'autre part, les instabilités d'ordre politique et économique.

Ci dessous le tableau de planning de production sur quatre ans.

Tableau N°3 : **Planning de production sur quatre ans.**

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
Internet : navigation / mn	936 000	1 123 200	1 497 600	1 684 800
Photocopie / copie	15 600	23 400	31 200	39 000
Gravage / CD	624	9360	12 480	15 600
Impression / page	6 240	624	624	624
Scan / feuille	936	1 872	2 496	2 496

Chaque machine est supposée utilisée durant 6 heures par jour pendant l'année 2, tandis que en année 3 cette supposition atteint les 8 heures pour en finir jusqu'à la barre de 9 heures par machine pendant la quatrième année.

Soient : 3 600 minutes par jour de navigation Internet en année 2

4 800 minutes par jour de navigation Internet en année 3

5 400 minutes par jour de navigation Internet pendant la 4ème année.

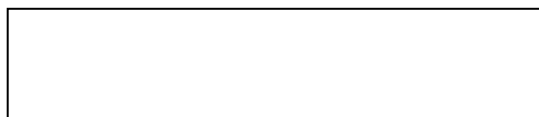
## 2.2 : Le chiffres d'affaires prévisionnels

La prévision de la production nous aide dans l'établissement des chiffres d'affaire prévisionnelle.

Tableau N°4 : **Chiffres d'affaires prévisionnels**

Désignation	Prix unitaire (fmg)	Montant (fmg)			
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
Internet : navigation / mn	200	187 200 000	224 640 000	299 520 000	336 960 000
Photocopie / copie	250	3 900 000	5 850 000	7 800 000	9 750 000
Impression / page	1 500	6 240 000	9 360 000	12 480 000	15 600 000
Gravage / CD	15 000	4 680 000	9 360 000	9 360 000	9 360 000
Scan / feuille	2500	1 872 000	2744 000	4 992 000	4 992 000
TOTAL		203 892 000	252 954 000	334 152 000	376 662 000

D'après ce tableau, on constate que les chiffres d'affaires prévisionnels des trois dernières années ne cessent de s'accroître.



## CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE

L'étude organisationnelle se traduit par l'étude des méthodes et moyens qui permettent d'obtenir le rendement de la plupart du personnel, avec le minimum du coût mais maximum de satisfaction. Dans cette rubrique, nous allons voir l'organigramme à adopter par le projet.

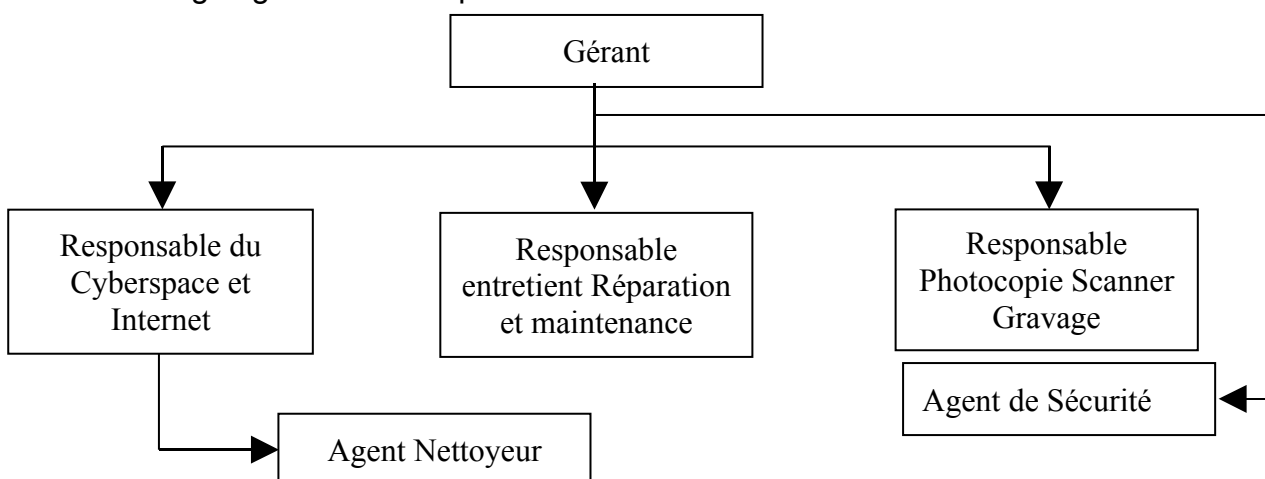
### Section 1 : ORGANIGRAMME

C'est la représentation de la structure interne de l'entreprise avec le titre et la position de chacun de ses membres.

Dans un sens plus dynamique, la structure intègre également des procédures de fonctionnement et de communication entre chaque pôle. La structure de l'organisation est donc influencée par le système décisionnel et informationnel. Comme il s'agit d'une création de petite entreprise, il n'y a que deux niveaux hiérarchiques.

#### 1.1 : l'organigramme a adopter

L'organigramme à adopter est donc :



On peut remarquer que la structure de l'entreprise est une structure simple, car il s'agit d'une création d'une petite entreprise.

## **Section 2 : ORGANISATION ADMINISTRATIVE**

### **2.1 : Forme juridique**

La forme juridique de l'entreprise est en fonction de la personnalité juridique intervenant. C'est à dire le personne morale pour le cas de notre entreprise (entreprise sociétaire ou commerciale).

Notre entreprise est une société de capitaux, plus précisément une Société à Responsabilité Limités (S.A.R.L.) : les associés sont porteurs de part sociales négociables sous certaines conditions et responsables jusqu'à concurrence de leurs apports.

La procédure de création de Société dépend de son statut juridique :

- dépôt des statuts au tribunal de commerce,
- immatriculation au registre de commerce,
- déclaration d'existence fiscale aux services fiscaux,
- immatriculation statistique à l'INSTAT ( Institut National des Statistiques)
- publicité d'annonce légale de la constitution de la société dans un journal quotidien,
- déclaration d'existence,
- formalité de prévoyance sociale à la CNAPS,
- formalité de médecine d'entreprise de l'OSTIE.

Statut juridique de l'entreprise.

- dénomination sociale : CYBERNET
- forme juridique : SARL
- capital social : 31 938 000 fmg
- objet : Cybercafé.
- Siège social : Ambohidratrimo

## **2.2 : Organisation fonctionnelle**

Elle décrit les principales responsabilités et missions de personnel dans l'organigramme.

### **2.2.1 : *Le gérant***

Il assure :

- L'élaboration de la politique générale de l'entreprise et les stratégies de l'entreprise.
- La recherche de financement nécessaire.
- La gestion financière.
- La bonne marche du cybercafé.
- La gestion personnelle.
- Les relations extérieures.
- L'harmonisation et la coordination du travail.

Ce même gérant contribue aussi à l'accomplissement et la réalisation des tâches suivantes :

- La tenue de comptabilité de l'entreprise.
- Le paiement des diverses charges.
- Les déclarations fiscales et administratives.
- Les états financiers.
- La gestion des encaissements et de décaissement du fonds

### **2.2.2 : Responsable du cyberspace et de l'Internet**

Cette fonction embrasse les tâches citées ci-dessous :

- Faciliter la connexion sur les sites web.
- Guider les clients qui ont des difficultés à la manipulation de l'Internet..
- Supervise l'agent Temporaire assurant le nettoyage du cybercafé et l'agent de sécurité.

### **2.2.3 : Responsable de l'entretien, de réparation et de maintenance.**

Ce service contribue à la réalisation des tâches suivantes :

- La gestion du programme maintenance
- L'entretien et les réparations de matériels.
- La tenue de fiche technique des machines.

En effet, il assure la mise au point des matériels aussi qu'à leur fonctionnement.

### **2.2.4 : Responsable photocopie, scanner, et gravage**

Ses responsabilités seront au début assuré par le responsable du cyberspace lui-même ou cybernaute.

Les taches de ce service s'étalent sur :

- L'enregistrement numérique de son ou de film par l'assistance de l'ordinateur, c'est le gravage.
- La reproduction du document (photocopie).
- La scannérisation.

## **2.3 : Attribution du personnel**

### **2.3.1 : Le gérant**

Il peut agir au nom de la société, sauf stipulation contraire de statut et limitation contractuelle de son pouvoir. C'est pour cela que le gérant doit posséder au moins un diplôme supérieur en gestion, de bonne expériences en matière de comptabilité et une connaissance en informatique

### **2.3.2 : Les autres personnels**

Ils sont les premiers responsables des activités techniques et commerciales de l'entreprise. Pour ce faire, ils s'occupent de la réalisation d'une œuvre demandée par la clientèle ainsi que de l'accueil et de l'assistance à la clientèle. Ils sont indispensables pour le développement de l'entreprise.

Tous ces employés ont une année d'expérience au moins, sachant parler couramment le français et bonne connaissance en anglais, on a des atouts, dans leur spécialité respective.

## **2.4 : Gestion du personnel**

### **2.4.1 : Politique de rémunération**

Cette rubrique résume la rémunération du personnel de l'entreprise qui est résumé dans le tableau ci-après :

**Tableau N° 9 : Salaire mensuel du personnel.**

<b>Postes</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Salaire mensuel</b>	<b>Montant (fmg)</b>
<b>Gérant</b>	1	1 200 000	<b>1 200 000</b>
<b>Technicien</b>	2	1 800 000	<b>1 800 000</b>
<b>Agent temporaire</b>	1	200 000	<b>200 000</b>
<b>Agent de sécurité</b>	1	300 000	<b>300 000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>		<b>3 500 000</b>

L'entreprise dispose de 5 (cinq) salariés pour la première année d'exploitation. Cet effectif s'évoluera selon la croissance et l'activité.

**Tableau N° 10 : Tableau de l'évolution de l'effectif sur cinq ans.**

Postes		Effectifs		
	Année 1 et 2	Année 3	Année 4	Année 5
<b>Gérant</b>	1	1	1	1
<b>Informaticien</b>	1	1	1	1
<b>Cybernaute</b>	1	2	2	2
<b>Agent micro-édition</b>	1	1	1	1
<b>Opérateur de saisie</b>	1	2	2	2
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>

Cette évolution de personnel commencera à partir de la troisième année d'exploitation. Etant donné que l'entreprise ouvre ses portes durant 11 heures par jour soit 66 heures en une semaine. Quatre personnes assureront l'exploitation de l'entreprise pour les deux premières années.

#### **2.4.2 : Politique de formation du personnel**

Cette formation concerne le plan technique de production pour l'entreprise, les buts de la formation sont les suivantes :

- Adapter son personnel aux évolutions technologiques ;
- Préparer son personnel aux évolutions futures ;
- Accroître la performance du personnel.

Cette formation dégage des dépenses qu'il ne faut pas sous estimer parce qu'elle réalisera des gains de productivité et conservera la part de marché. Notre firme prévoit une formation tous les deux ans estimé à 525 000 Fmg.

### **2.4.3 : Politique de motivation**

L'importance attachée par les salariés à la rémunération qu'ils perçoivent, les comparaisons qu'ils opèrent, les attentes qui sont les siennes donnent à notre politique salariale.

Sur le climat social dans l'entreprise. A chaque fin d'année, pour encourager les personnels, des primes seront offertes.

Tableau N° 11 : **Répartition des primes annuelles :**

Postes	Montant
<b>Informaticien</b>	120 000
<b>Cybernaute</b>	120 000
<b>Agent micro-édition</b>	120 000
<b>Opérateur de saisie</b>	120 000
<b>Total</b>	<b>480 000</b>

Nous n'avons pas prévu de prime pour le gérant car il bénéficiera du résultat positif de la société. Le tableau ci-dessous résume les montants des charges du personnel permanent pour cinq (5) années successives.

Tableau N° 12 : **Charge du personnel.**

Personnel	Effectif	Salaire mensuel	Salaire Annuel	Charges sociales 18 % / Ans
Gérant	1	1 200 000	14 400 000	2 592 000
Technicien	2	1 800 000	21 600 000	3 888 000
Agent de Sécurité	1	300 000	2 600 000	648 000
Agent Temporaire	1	200 000	2 400 000	432 000
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>3 500 000</b>	<b>42 000 000</b>	<b>7560 000</b>

En matière de salaire, on distingue les salaires de base et les compléments ou accessoires (primes, heures supplémentairement, ...)

## **TROISIEME PARTIE**

# ETUDE FINANCIERE

-----

Cette dernière partie consiste à déterminer les dépenses en investissements, les financements nécessaires et la rentabilité du projet. Pour compléter notre étude une évaluation économique, financière et sociale sera menée.

Nous allons donc étudier en premier lieu les investissements qui engagent des ressources importantes. En second lieu, nous allons prévoir le financement de ces investissements en étudiant le plan de financement et le remboursement des dettes.

Ensuite, nous allons passer à la gestion des ressources pour notre objectif et pour fournir les renseignements comptables nécessaires à une analyse financière.

Et enfin, nous allons analyser la faisabilité et la rentabilité du projet avant de dégager ses impacts.

## CHAPITRE I : **MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET COMPTES DE GESTION**

Au cours de ce chapitre, nous allons évaluer les investissements nécessaires et déterminer le fonds de roulement initial puis le plan de financement. Les tableaux de remboursement des emprunts et des amortissements interviendront ensuite pour aboutir sur le compte de gestion de l'entreprise.

### Section 1 : **FONDS DE ROULEMENT INITIAL**

Le fond de roulement constitue le besoin en trésorerie de l'entreprise pendant le premier mois d'exploitation, le total du fonds de roulement initial est de :

#### 1.1. **Achats des matériels**

Pour faire démarrer le cybercafé, il faut acheter lors de sa création :

- des mobiliers et matériels de bureau
- des matériels informatiques
- des fournitures de bureau

Ce sont des matériels indispensables à la réalisation des travaux. Ils comprennent donc les matériels et les mobiliers nécessaires à la production.

## **LISTE DES MATERIELS A ACHETER**

Tableau N° 13 : **Listes des matériels à acheter**

<b>Désignation</b>	<b>Prix unitaire</b>	<b>Nombre ou quantité</b>	<b>Total</b>
Mobilier et matériel bureau :			
- Bureau	300 000	01	300 000
- Tables ordinateurs	350 000	11	3 850 000
- Chaises	50 000	18	900 000
- Etagère	150 000	01	150 000
- Divers	-	-	300 000
Sous -Total 1	-	-	5 500 000
Matériel Informatique			
- Ordinateurs Pentium IV avec graveur CD	4 500 000	12	54 000 000
- Imprimante	1 200 000	1	1 200 000
- Photocopieur	6 900 000	1	6 900 000
- Scanner	700 000	2	1 400 000
- Onduleur	500 000	12	6 000 000
Sous Total 2			69 500 000
<b>TOTAL = TOTAL 1 + 2</b>			<b>75 000 000</b>

### **FICHE TECHNIQUE DES ORDINATEURS UTILISES :**

- Ordinateur Multimédia
- Pentium IV 1.5 Ghz
- Moniteur 15, carte son AC' 97 3D intégré
- Haut parleur 166 watts
- Boîtier ATX
- HDD 30 GO, SDRAM 128 Mo
- Clavier 108 touches
- Souris PS/2

- Lecteur DVD 16X
- Graveur 4X 52 32 52
- Lecteur disquette 1,44 Mo
- Onduleur APC UPC 400
- Webcam

Les machines sont puissantes, efficaces et rapides à l'exécution des tâches.

1. 2. : **Consommation en matières premières pour la première année :**

Les dépenses en matières premières sont résumées dans le tableau suivant :

Tableau N°14 : **Les dépenses en matières premières**

Désignation		Année I	
	Quantité	Prix unitaire	Montant
- Cartouches d'encre	1	550 000	550 000
- Encres pour photocopie	1	190 000	190 000
- Boite de CD vierge	50	100 000	5 000 000
- Papier vélin / Rame	50	28 000	1 400 000
- Boite de disquettes	50	30 000	1 500 000
<b>TOTAL</b>			<b>8 640 000</b>

Soit 720 000 fmg de consommation mensuelle de matières premières

1.3. : **Salaire mensuel du personnel**

Le personnel de Cybernet comprend :

- 1 gérant
- 2 techniciens
- 1 agent temporaire
- 1 agent de sécurité

Le salaire mensuel attribué à chaque personnel est détaillé dans le tableau ci-dessous :

Tableau N°15: **Le salaire**

Personnel	Effectif	Salaire mensuel	Montant (fmg)
Gérant	1	1 200 000	1 200 000
Technicien	2	900 000	1 800 000
Agent de sécurité	1	300 000	300 000
Agent temporaire	1	200 000	200 000
<b>TOTAL</b>			<b>3 500 000</b>

#### 1.4. : Les coûts des installations

Ils sont composés des frais de location d'antenne, des frais d'installation téléphonique et d'équipements électriques.

Tableau N°16 :

Désignation	Unité	Quantité	Prix Unitaire	Montant (Fmg)
EAU & ELECTRICITE				
Équipements électriques				
- Interrupteur	Pièce	08	5 000	40 000
- Prise femelle	Pièce	05	3 000	15 000
- Lampe néon	Pièce	04	75 000	300 000
- Fil	Mètre	30	1 500	45 000
<b>TOTAL 1</b>				<b>400 000</b>
TELEPHONE				
- Poste téléphonique	Unité	1	250 000	250 000
- Frais d'installation	Unité	-	-	350 000
<b>TOTAL 2</b>				<b>600 000</b>
INTERNET				
- Antenne + Câble de connexion DTS	Unité	1	5 000 000	5 000 000
<b>TOTAL 3</b>				<b>5 000 000</b>
<b>TOTAL GENERAL (1 + 2 + 3)</b>				<b>6 000 000</b>

#### 1.5. : Dépenses de pré exploitation

Elles sont constituées par les frais de pré exploitation. On peut citer parmi elles : les frais d'aménagement et les frais engendrés par la demande d'autorisation.

Tableau n°17 : **Détails de dépenses de pré exploitation**

DESIGNATION	Montant (fmg)
Coût de l'aménagement	2 500 000
Frais d'autorisation d'exploitation	150 000
<b>TOTAL</b>	<b>2 650 000</b>

Les frais de pré exploitation du projet s'élèvent donc à 2 650 000 fmg.

1.6. : **Frais d'établissement**

Ce sont :

- Les frais d'études, d'élaboration de dossier
- Les dépenses diverses

Tableau n°18 : **Tableau récapitulatif du frais d'établissement**

Rubriques	Montants (Fmg)
Frais d'études, d'élaboration des dossiers	800 000
Dépenses diverses	200 000
<b>TOTAL</b>	<b>1 000 000</b>

Il est estimé d'après ce tableau à 1 000 000 fmg. Ainsi, on peut récapituler le fond de roulement initial.

### 1.7. : Les actifs immobilisés

**Tableau n°19 : Coût des investissements en immobilisation**

Libellés	Montant (Fmg)
- Immobilisations Incorporelles :	1 000 000
Frais d'établissement	1 000 000
- Immobilisations Corporelles :	81 000 000
Mobilier et Matériel de bureau	5 500 000
Matériel informatique	69 500 000
Installation	6 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>82 000 000</b>

D'après le tableau ci-dessus, Les immobilisations s'élèvent à 82 000 000 fmg

### 1.8. : Fonds de roulement

Le fonds de roulement initial concerne le montant nécessaire pour couvrir toutes les charges au moment du démarrage de l'activité. Il est constitué par :

- un mois de salaire
- deux mois de consommation en matières premières
- électricité et Internet (DTS)

**Tableau n° 20 : Fonds de roulement**

Rubriques	Montants (fmg)
Charges de Personnel	3 500 000
Matières Premières	1 440 000
Electricité, Internet	6 250 000
<b>TOTAL</b>	<b>11 190 000</b>

Ce tableau nous montre que le fonds de roulement s'élève à 11 190 000 fmg

## **Section 2 : FINANCEMENT DU PROJET**

Nous avons trois rubriques à financer pour l'exploitation de l'entreprise, à savoir :

- les frais de pré exploitation
- les investissements
- le fonds de roulement

Tableau n° 21 : **Financement du projet**

Désignation	Montant
Frais de Pré – exploitation	2 650 000
Investissements	82 000 000
Fonds de roulement	11 190 000
Financement du Projet	95 840 000

Les apports propres couvrent les 45% du montant total du fonds nécessaire.  
La Société doit recourir à un crédit à moyen terme pour les 55% du montant total.

Voici les détails :

- Apports propres en nature 20% : 19 168 000 fmg
- Apports propres en numéraire 25% : 23 960 000 fmg
- Crédit à moyen terme 55% : 52 712 000 fmg

## **Section 3 : TABLEAU DES AMORTISSEMENTS**

L'amortissement signifie une réduction irréversible répartie sur une période déterminée, du montant porté à certaines pertes du bilan. Il est alors une charge qui n'entraîne pas des décaissements.

Notons que l'amortissement se définit comme la constatation comptable de la perte de valeur (amoindrissement de valeur ou une dépréciation) subie par une immobilisation.

Cette dépréciation résulte l'utilisation de l'immobilisation, de son usure, de sa vétuste et du temps.

Il y a deux types d'amortissements :

- L'amortissement linéaire ou constant
- L'amortissement dégressif

Nous allons appliquer le principe de l'amortissement linéaire.

Soient :

$V_0$  = valeur d'acquisition

$t$  = taux d'amortissement

$N$  = durée de vie de matériel

Amortissement =  $V_0 \times t$

Avec  $t = \frac{100}{N}$

$N$  étant la durée de vie du matériel

Prenons comme exemple : Frais d'établissement

Son amortissement dure 4 ans, le taux est donc  $100 / 4 = 25\%$

D'où

$$\% = \frac{1000000}{4} = 250000 \text{ fmg / ans}$$

Les dotations aux amortissements pour chaque type d'investissements sont enregistrées dans le tableau ci – après :

Tableau n° 22 : Amortissements

Désignation	Valeur d'acquisition	Taux %	1	2	3	4	5
Frais d'établissement	1 000 000	25	250 000	250 000	250 000	250 000	-
Bureau	300 000	20	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Tables Ordinateurs	1 850 000	20	770 000	770 000	770 000	770 000	770 000
Chaises	900 000	25	225 000	225 000	225 000	225 000	-
Etagère	150 000	20	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Ordinateurs	54 000 000	25	13 500 000	13 500 000	13 500 000	13 500 000	-
Imprimantes	1 200 000	25	300 000	300 000	300 000	300 000	-
Photocopieur	6 900 000	25	1 725 000	1 725 000	1 725 000	1 725 000	-
Scanner	1 400 000	25	350 000	350 000	350 000	350 000	-
Onduleur	6 000 000	25	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	-
Installations	6 000 000	10	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Frais de pré exploitation	2 650 000	20	530 000	530 000	530 000	530 000	530 000
TOTAL	82 350 000		19 840 000	19 840 000	19 840 000	19 840 000	1 990 000

Tableau n° 23 Tableau des charges annuelles du personnel

Personnel	Effectif	Salaire mensuel	Salaire annuel	Charges sociales 18 % / Ans	Charges Annuelles
Gérant	1	1 200 000	14 400 000	2 592 000	16 992 000
Technicien	2	1 800 000	21 600 000	3 888 000	25 488 000
Agent de Sécurité	1	300 000	2 600 000	648 000	4 248 000
Agent Temporaire	1	200 000	2 400 000	432 000	2 832 000
TOTAL	5	3 500 000	42 000 000	7560 000	49 560 000

Soient alors les charges annuelles du personnel est de : 49 560 000 fmg

#### Section 4 : TABLEAU DE REMBOURSEMENT DES DETTES

Il représente les charges financières supportées par chaque exercice à partir des emprunts effectuées par l'entreprise.

Le taux d'intérêt est de 17%, le mode de remboursement s'effectuera par annuité constante dont la valeur est donnée par la formule suivant :

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

Avec : C = montant de l'emprunt

i = taux d'intérêt appliqué

n = durée de remboursement

L'annuité est décomposée en :

- Charges financières
- Amortissement (partie de l'emprunt remboursé à chaque échéance)

Amortissement = Annuité – Charges financières

Le tableau suivant présente le mode de remboursement du capital emprunté (52 712 000 fmg) ainsi que le paiement des intérêts afférents.

Tableau n° 24 : **Tableau de remboursement**

Année	Capital au début de la période (A)	Annuité (B)	Intérêt C = A x 17 %	Amortissement S (D = B – C)	Capital en fin de la période E = A - D
1	52 712 000	16 475 866	8 961 040	7 514 826	45 197 174
2	45 197 174	16 475 866	7 683 520	8 792 346	36 404 828
3	36 404 828	16 475 866	6 188 821	10 287 045	26 117 783
4	26 117 783	16 475 866	4 440 023	12 035 843	14 081 940
5	14 081 940	16 475 866	2 393 926	14 081 940	0

Capital en fin de période = Capital début de période – Amortissement

## **Section 5 : LES COMPTES DE GESTION**

### **5.1. : Les comptes de charges**

#### **5.1.1. : Matières premières**

Elles sont estimées à 8 640 000 fmg pour la première année, et seront considérées constants sur les années suivantes (voir dans la partie III , chapitre I, section 1)

#### **5.1.2. : Matières et fournitures non stockées**

- Electricité

On l'a fixé à 1 250 000 fmg par mois donc 15 000 000 fmg par année

- Fournitures administratives

Elles sont estimées à 100 000 fmg par mois. Donc 1 200 000 fmg par an

#### **5.1.3. : Charges externes**

- Internet

DTS : 5 000 000 fmg/mois

Donc 60 000 000 fmg/an

#### **5.1.4. : Charges de personnel**

Elles sont calculées dans la section 3 du chapitre I de la 3<sup>ème</sup> partie

#### **5.1.5. : Impôts et taxes**

Un cybercafé est assujettie à tous les impôts et taxes.

Ce sont les diverses sommes à payer à l'état et on les évalués à 300 000 fmg par an.

#### **5.1.6. : Charges financières**

Il s'agit des remboursements des dettes financières dans le tableau n°24, dans la section 4 du 3<sup>ème</sup> partie chapitre I

5.1.7. : **Dotations aux amortissements**

Se référer au tableau n° 22 dans la section 3 du 3<sup>ème</sup> partie chapitre I

5.2. : **Les comptes de produits**

5.2.1. : **Les ventes : se référer au tableau n° dans la 2<sup>ème</sup> partie**

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

Ce chapitre nous conduit à élaborer les différents aspects qui vont décrire l'avenir financier de l'entreprise, ainsi que l'évolution de l'activité pour les quatre prochaines années.

### Section 1 : COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL AVANT FRAIS FINANCIER

Tableau n°25 :

Libellé	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
PRODUITS				
Ventes	203 892 000	252 954 000	334 152 000	376 662 000
TOTAL	203 892 000	252 954 000	334 152 000	376 662 000
CHARGES				
- Achats	8 640 000	8 640 000	8 640 000	8 640 000
Matières Premières	16 200 000	16 200 000	16 200 000	16 200 000
Matières et Fournitures non Stockées	60 000 000	60 000 000	60 000 000	60 000 000
- Charges externes	300 000	300 000	300 000	300 000
- Impôts et taxes	49 560 000	49 560 000	49 560 000	49 560 000
- Charges de personnel				
- Amortissements	19 840 000	19 840 000	19 840 000	19 840 000
TOTAL	154 540 000	154 540 000	154 540 000	154 540 000
MARGES	48 902 000	97 964 000	179 162 000	221 672 000

Ce résultat explique que le projet est doté d'une capacité de remboursement du crédit demandé.

## **Section 2 : PLAN DE TRESORERIE**

### **2.1. : Trésorerie prévisionnelle pour la première année**

C'est la différence entre les recettes mensuelles de l'année et les dépenses mensuelles correspondantes

**Tableau n°26 Compte prévisionnel de trésorerie mensuelle (Année 1)**

Désignation	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC
Encaissements												
Ventes	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000
TOTAL Encaissements	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000	16 991 000
Décaissements												
Achats												
Mat. Premières	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000
Mat et Fourniture non stockées	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000	1 350 000
Charges externes	5 000 0 00	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
Charges Personnel	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000	4 130 000
Impôts et taxes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total décaissement	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000	11 200 000
Solde mensuel	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000	5 791 000
Solde cumulé	5 791 000	11 582 000	17 373 000	23 164 000	228 955 000	34 746 000	40 537 000	46 328 000	52 119 000	57 910 000	63 701 000	69 492 000

## 2.2. : **Bilan d'ouverture**

Ce bilan permet de connaître la situation patrimoniale de la société de l'activité.

**Tableau n°27 Bilan d'ouverture**

Intitulé	Montant	Intitulé	Montant
ACTIF IMMOBILISE	82 000 000	CAPITAUX PROPRES	31 938 000
Immobilisations incorporelles	1 000 000	Capital	31 938 000
-Frais d'établissement	1 000 000		
Immobilisations corporelles	81 000 000	DETTES	52 712 000
-Matériels informatiques	69 500 000		
-Matériels et Mobiliers de bureau	5 500 000	Emprunts à long et moyen terme	52 712 000
-Installation	6 000 000		
-Frais de pré exploitation	2 650 000		
TOTAL	84 650 000	TOTAL	84 650 000

## 2.3. : **Compte d'exploitation prévisionnelle après frais financiers**

**Tableau n°28**

Libellé	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
PRODUITS				
Ventes	203 892 000	252 954 000	334 152 000	376 662 000
TOTAL	203 892 000	252 954 000	334 152 000	376 662 000
CHARGES				
Achats				
Matières premières	8 640 000	8 640 000	8 640 000	8 640 000
Matières non stockés	16 200 000	16 200 000	16 200 000	16 200 000
Charges externes	60 000 000	60 000 000	60 000 000	60 000 000
Impôts et taxes	300 000	300 000	300 000	300 000
Charges de personnel	49 560 000	49 560 000	49 560 000	49 560 000
Charges financières (intérêt)	8 961 040	7 683 520	6 188 821	4 440 023
Amortissements	19 840 000	19 840 000	19 840 000	19 840 000
TOTAL	163 501 040	162 233 520	160 728 821	158 980 023
Résultat avant impôt	40 390 960	90 730 480	173 423 179	217 681 977
IBS	14 136 836	31 755 668	60 698 113	76 188 692
Résultat net d'impôt	26 254 124	58 974 812	112 725 066	141 493 285
MBA	46 094 124	78 814 812	132 565 066	161 333 285

Sur ce tableau on remarque que les MBA sont croissantes.

## **Section 3 : TABLEAU DE GRANDEURS CARACTERISTIQUES DE GESTION** **(TGCG)**

Le tableau de Grandeurs Caractéristiques de Gestion est un état qui représente une série d'agrégats expliquant la formation de résultat net de l'exercice. On l'appelle aussi Compte de résultat en liste.

Dans le compte de gestion, on affecte les rubriques suivantes :

- le chiffre d'affaires annuel : ventes
- la valeur ajoutée : Production de l'exercice – Consommations intermédiaires.

La valeur ajoutée est égale à la différence entre la production de l'exercice et la somme des charges de la société ou consommations intermédiaires.

La valeur ajoutée est aussi un instrument de mesure pour :

- déterminer la richesse créée par l'entreprise
- cerner la taille économique de l'entreprise
- marquer la contribution de l'entreprise à l'économie nationale

Elle renseigne la véritable production économique de l'entreprise et la marge sur valeur apportée par la société.

- Excédent brut de l'exploitation (E.B.E) :

C'est un indicateur de rentabilité réelle d'exploitation. Il mesure l'efficacité de l'outil de productions (marge dégagée par l'exploitation). En effet, c'est le résultat dégagé par les seules opérations d'exploitation indépendamment de politiques d'amortissements, des financements, de dividende de l'entreprise.

C'est la ressource fondamentale que l'entreprise tire de son exploitation avant l'impôt sur le bénéfice.

- Résultat d'exploitation :

C'est le résultat permettant les comparaisons entre entreprises et indépendantes de leur structure financière.

- Résultat financier :

C'est le reflet des besoins et des excédents de financement de l'entreprise.

- Résultat exceptionnel :

C'est le résultat représenté par des produits et les charges à l'occasion des opérations inhabituelles réalisées au cours de la période.

- Résultat avant impôt :

Il permet de déterminer le montant de l'impôt sur le bénéfice à percevoir par l'administration fiscale.

- Résultat net :

C'est le résultat final figurant au passif du bilan.

Tableau n°29 : **Tableau de grandeurs caractéristiques de gestion (T.G.C.G) :**

Libellé	Année 1	Année 2		
1. Production de l'exercice	203.892.000	252.954.000	334.152.000	376.662.000
2. Consommation Intermédiaires	84.840.000	84.840.000	84.840.000	84.840.000
Matières premières	8.640.000	8.640.000	8.640.000	8.640.000
Matières non stockées	16.200.000	16.200.000	16.200.000	16.200.000
Charges externes	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
3 .Valeurs Ajoutées ( 1 – 2 )	119.052.000	168.114.000	249.312.000	291.822.000
4. Excédent brut de l'exploitation au EBE	69.192.000	118.254.000	199.452.000	241.962.000
(+) Valeurs ajoutées	119.052.000	168.114.000	249 312 000	291 822 000
(-) Impôts et Taxes	300.000	300.000	300 000	300 000
(-) Charges de personnel	49.560.000	49.560.000	49 560 000	49 560 000
5. Résultats d'exploitation	49.502.000	98 564 000	179 762 000	222 272 000
(+) EBE	69.192.000	118 254 000	199 452 000	241 962 000
(-)Amortissements	19.690.000	19 690 000	19 690 000	19 690 000
6. Résultats financiers	(8.961.040)	(7 683 520)	(6 188 821)	(4 440 023)
Charges financières	8.961.040	7 683 520	6 188 821	4 440 023
7. Résultats avant IBS ( 5 + 6)	40.540.960	90 880 480	173 573 179	217 831 977
8. IBS	14.189.336	31 808 168	60 750 612	76 241 192
Résultat net de l'exercice	26.351.624	59 072 312	112 822 567	141 590 785

Ainsi, nous pouvons conclure que chaque année, on a un résultat positif et croissant.

## Section 4 : **BILANS PREVISIONNELS**

### 4.1. : **Bilan prévisionnel de la première année**

Tableau n°30 : **Bilan au 31 décembre de la première année**

BILAN AU 31/ 12 / Année 1

Actif				Passif	
Intitulé	Montant Brut	Amortissement	Montant net	Intitulé	Montant
ACTIF				CAPITAUX	
IMMOBILISE				PROPRES	
<u>Immobilisations</u>				- Capital	31 938 000
<u>Incorporelles :</u>					
- Frais	1 000 000	250 000	750 000	- Resultat de	26 351 624
d'établissement				l'exercice	
- Frais de Pré	2 650 000	530 000	2 120 000	DETTES	
exploitation				Emprunt à LMT	45 197 174
<u>Immobilisations</u>					
<u>Corporelles :</u>					
- Matériels	69 500 000	17 375 000	52 125 000		
Informatiques					
- Matériels et	5 500 000	1 085 000	4 415 000		
meubles de					
bureau					
- Installations	6 000 000	600 000	5 400 000		
ACTIF					
CIRCULANT					
Banque			38 676 798		
<b>TOTAL</b>			<b>103 486 798</b>	<b>TOTAL</b>	<b>103 486 798</b>

4.2. : **Bilan au 31 décembre de la deuxième année**

Tableau n°31 : **Bilan au 31 décembre de la deuxième année**

Actif				Passif	
Intitulé	Montant Brut	Amortissement	Montant net	Intitulé	Montant
ACTIF				CAPITAUX	

IMMOBILISE				PROPRES	
<u>Immobilisations</u>				- Capital	31 938 000
<u>Incorporelles :</u>					
- Frais d'établissement	1 000 000	500 000	500 000	-Résultat de l'exercice	59 072 312
- Frais de Pré exploitation	2 650 000	1 060 000	1 590 000	-Report à nouveau	26 351 624
<u>Immobilisations</u>					
<u>Corporelles :</u>				DETTES	
- Matériels Informatiques	69 500 000	34 750 000	34 750 000	Emprunt à LMT	36 404 828
- Matériels et mobiliers de bureau	5 500 000	2 170 000	3 330 000		
- Installations	6 000 000	1200 000	4 800 000		
ACTIF CIRCULANT					
Banque			108 796 764		
<b>TOTAL</b>			<b>153 766 764</b>	<b>TOTAL</b>	<b>153 766 764</b>

#### 4.3. : **Bilan au 31 décembre de la troisième année**

Tableau n°32 : **Bilan au 31 décembre de la troisième année**

Actif

Passif

Intitulé	Montant Brut	Amortissement	Montant net	Intitulé	Montant
ACTIF				CAPITAUX	
IMMOBILISE				PROPRES	
<u>Immobilisations</u>				- Capital	31 938 000

<u>Incorporelles :</u>					
- Frais d'établissement	1 000 000	750 000	250 000	-Résultat de l'exercice	112 822 567
- Frais de Pré exploitation	2 650 000	1 590 000	1 060 000	-Report à nouveau	85 423 936
<u>Immobilisations</u>					
<u>Corporelles :</u>				DETTES	
- Matériels Informatiques	69 500 000	52 125 000	17 375 000	Emprunt à LMT	26 117 783
- Matériels et mobiliers de bureau	5 500 000	3 255 000	2 245 000		
- Installations	6 000 000	1800 000	4 200 000		
ACTIF CIRCULANT					
Banque			231 172 286		
<b>TOTAL</b>			<b>256 302 286</b>	<b>TOTAL</b>	<b>256 302 286</b>

#### 4.4. : Bilan au 31 décembre de la quatrième année

Tableau n°33 : **Bilan au 31 décembre de la quatrième année**

Actif

Passif

Intitulé	Montant Brut	Amortissement	Montant net	Intitulé	Montant
ACTIF				CAPITAUX	
IMMOBILISE				PROPRES	
<u>Immobilisations</u>				- Capital	31 938 000

<u>Incorporelles :</u>					
- Frais d'établissement	1 000 000	1 000 000	0	-Résultat de l'exercice	141 590 785
- Frais de Pré exploitation	2 650 000	2 120 000	530 000	-Report à nouveau	198 246 503
<u>Immobilisations</u>					
<u>Corporelles :</u>				DETTES	
- Matériels Informatiques				Emprunt à LMT	14 081 940
- Matériels et mobiliers de bureau	69 500 000	69 500 000	0		
- Installations	6 000 000	2 400 000	3 600 000		
ACTIF CIRCULANT					
Banque			381 727 228		
<b>TOTAL</b>			<b>385 857 228</b>	<b>TOTAL</b>	<b>385 857 228</b>

### CHAPITRE III :

### EVALUATION DU PROJET

Sur ce chapitre, on va étudier la situation existante par l'utilisation d'autres critères d'évaluation comme la méthode de la valeur actuelle nette, et le taux de rentabilité interne qui sont déjà vus dans le chapitre 3 de la première partie.

#### Section 1 : EVALUATION SELON LES CRITERES D'EVALUATION

Une entité nouvellement constituée est toujours bénéfique à l'économie du pays d'implantation, cela justifie aussi bien par la création d'emplois que par la génération de valeur ajoutée.

#### 1.1. : **Notion de la valeur ajoutée**

Elle représente la valeur de production, et la déduction faite de celle des consommations intermédiaires.

Sur ce, la valeur ajoutée est un indicateur économique permettant de mesurer la croissance de l'entreprise au niveau des moyens mis en œuvre.

Les valeurs ajoutées importantes générées au cours des années auront d'impacts positifs sur le produit intérieur brut (PIB) du pays améliorant par conséquent la balance de paiement du pays.

#### 1.2. : **Projection de la valeur ajoutée**

Elle concerne l'évolution des valeurs ajoutées sur quatre années d'exercice. A partir des données tirées du TGCG on a la projection suivante :

Tableau n°34 : **Projection de la valeur ajoutée**

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
Valeur ajoutée	119 052 000	168 114 000	249 312 000	291 822 000
Evolution	0	49 062 000	81 198 000	42 510 000
Pourcentage de la VA par rapport à la production	58%	66%	75%	77%

D'après ce tableau, on a vu que la valeur ajoutée ne cesse d'augmenter. Cela marque le degré d'intégration de l'entreprise.

### 1.2.1. : **Ratio de performance économique**

Les ratios qui suivent, montrent l'efficacité du projet sur le plan économique.

→Productivité :

$$R_1 = \frac{\text{ValeurAjoutée}}{\text{effectif}}$$

→Rémunération :

$$R_2 = \frac{\text{charge.de.personnel}}{\text{ValeurAjoutée}} \times 100$$

→Performance économique

$$R_3 = \frac{\text{resultat.net}}{\text{ValeurAjoutée}} \times 100$$

**Tableau N°35 : Ratios de performance économique :**

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<b>R1</b>	26078590	26078590	24300900	29340843	34745786
<b>R2</b>	40,22	40,62	41,52	34,64	29,04
<b>R3</b>	25,53	26,87	29,99	37,33	42,52

Malgré l'augmentation des charges du personnel, les indicateurs montrent une productivité toujours croissante du facteur de travail. Cette situation est expliquée par

la valeur ajoutée créée annuellement par chaque employé qui ne cesse d'augmenter progressivement. Telle situation est favorable pour la performance économique de la firme.

## **Section 2 : EVALUATION ET IMPACT FINANCIER**

Elle se mesure à partir de la variation du fond de roulement (FR) et du besoin en fonds de roulement (BFR).

Le FR est la source nette disponible pour financer les BFR, celui-ci est constitué par la différence entre les capitaux permanent et les valeurs immobilisées.

$FR = \text{Capitaux permanents} - \text{Valeurs immobilisées}$

$FR = \text{Charges d'exploitation} + \text{Investissements}$

Dans notre cas, le FR a une valeur de 92 215 000 fmg.

En outre, les initiateurs de projet disposent également de deux outils d'appréciation de l'investissement qu'ils comptent réaliser, ce sont :

- la valeur actuelle nette (VAN)
- le taux de rentabilité interne (TRI)

### 2.1. : **Calcul de la VAN**

La VAN d'un projet se définit comme la valeur qu'on obtient en actualisant, séparément pour chaque période, la différence entre les sorties et les entrées de l'encaisse, avec un taux d'intérêt fixe et prédéterminé.

On sait que :

$$VAN = \sum_1^4 MBA (1+i)^{-n} - Co$$

Avec :

MBA = Marge Brute d'Autofinancement

i = Taux d'intérêt à 17%

n = durée

Co = Montant de l'investissement

Tableau n°35 : Calcul de la VAN

Année	MBA	(1, 17)	MBA (1,17)
1	47 341 624	0,854 700	40 462 886
2	91 560 812	0,730 513	66 886 363
3	145 311 066	0,624 370	90 727 870
4	174 079 285	0,533 650	92 897 410
TOTAL			289 970 429

$$VAN = 289\,970\,429 - 82\,000\,000$$

La VAN est égale alors de 207 970 429 Fmg

D'après ce calcul, ce projet sera rentable d'un montant qui est largement supérieur à 0

## 2.2. : Calcul du Délai de Récupération des Capitaux Investis

Le tableau ci-dessus nous montre les détails du calcul :

**Tableau n° 36** : Calcul du Délai de Récupération des Capitaux Investis

Désignation	A1	A2	A3	A4
MBA	47 341 624	91 560 812	145 311 066	174 079 285
MBA cumulé	47 341 624	138 902 436	284 213 502	458 292 787
Investissement	82 000 000			

On constate que la MBA = 47 341 624 < 79 165 000 < 138 902 436

L'année : Année 1 < X < Année 2

Le délai de Récupération sera obtenu par interpolation linéaire

$$138\,902\,436 - 82\,000\,000$$

$$\frac{138.902.436 - 82.000.000}{138.902.436 - 47.341.624} \times 12 = 7.46$$

L'investissement initial sera récupéré après 1 an 7 mois et 14 jours c'est-à-dire le mois d'août de la deuxième année.

## 2.3. : Calcul du TRI

C'est le taux qui égalise la VAN et l'Investissement initial

Tableau n°37 : Calcul du TRI

Année	MBA	MBA Actualisée	
		Taux 92%	Taux 94%
1	47 341 624	24 657 096	24 402 899
2	91 560 812	24 837 460	24 327 987
3	145 311 066	20 530 286	19 901 852
4	174 079 285	12 809 795	12 289 669
-	-	82 834 637	80 922 407

En se referant sur ce tableau, on constate que le taux exact est compris entre 92 % et 94%.

En faisant une extrapolation proportionnelle, on a les relations suivantes :

$$92\% < \text{TRI} < 94\%$$

$$92\% \quad 82\,834\,637$$

$$\text{TRI} \quad 82\,000\,000$$

$$94\% \quad 80\,922\,407$$

$$\text{TRI} - 92\% \quad 82\,000\,000 - 82\,834\,637$$

$$\frac{\text{TRI} - 92\%}{94\% - 92\%} = \frac{82\,000\,000 - 82\,834\,637}{80\,922\,407 - 82\,834\,637}$$

D'après le calcul, on obtient le TRI = 43,65 %

D'où, le Taux de Rentabilité Interne est largement supérieur au taux d'emprunt de 17%.

Cela nous montre que notre entreprise dispose d'une marge de sécurité de 26,65 % pour emprunter.

### 2.3 : Calcul de l'IP

D'après la formule avant :

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

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

D'après le calcul, ici, l'indice de profitabilité est de : 1,43. Cela confirme que c'est un projet rentable. C'est notre cas parce que 0,43 génère 1 francs.

#### 2.4. : **Seuil de rentabilité (SR)**

Le seuil de rentabilité d'une entreprise est le chiffre d'affaires pour lequel l'entreprise couvre la totalité de ses charges, c'est-à-dire les charges fixes et les charges variables, et dégage donc un résultat nul.

L'ensemble des charges variables et fixes de la période est mesuré à l'aide du Seuil de rentabilité ou point mort qui est la date par laquelle on ne réalise ni perte ni bénéfice.

Et le seuil de rentabilité est donné par la formule suivante :

$$SR = \frac{CF \times CA}{MSCV}$$

Avec : - SR = Seuil de rentabilité

- CF = Coût fixe
- CA = Chiffre d'affaire
- MSVC = Marge Sur Coût variable

Les coûts variables sont les charges variables. Ces dernières dépendent du volume de l'activité de l'entreprise. Les charges fixes sont les charges dont le montant reste stable quelque soit le niveau d'activité de la firme.

### Calcul du Seuil de rentabilité

Tableau n°38

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
CA	203 892 000	252 954 000	334 152 000	376 662 000
Coûts variables	84 840 000	84 840 000	84 840 000	84 840 000
-Achat matières premières	8 640 000	8 640 000	8 640 000	8 640 000
-Matières non stockées	16 200 000	16 200 000	16 200 000	16 200 000
-Charges externes	60 000 000	60 000 000	60 000 000	60 000 000
MSCV	119 052 000	168 114 000	249 312 000	291 822 000
Coûts fixes	78 511 040	77 233 520	75 738 821	73 990 023
-Impôts et taxes	300 000	300 000	300 000	300 000
-Charges de personnel	49 560 000	49 560 000	49 560 000	49 560 000
-Charges financières	8 961 040	7 683 520	6 188 821	4 440 023
-Amortissements	19 690 000	19 690 000	19 690 000	19 690 000
SR	40 540 960	90 880 480	173 573 179	217 831 977
% du SR par rapport au CA	19,88%	35,93%	51,94%	57,83%

D'après toutes ces données, il faut réaliser 40 540 960 Fmg pour couvrir la totalité des charges sans faire ni perte ni bénéfice à la première année.

### Section 4 : EVALUATION ET IMPACT SOCIAL

Créer un cybercafé, contribuera au progrès de la coalisation, ceci peut être un impact positif ou négatif au plan social de la population.

Comme toute création d'entreprise, le projet contribue à la lutte contre le chômage par la création de travail et d'emploi, ses futurs personnels pourraient améliorer leur situation sociale grâce à la motivation et aux formations données dans l'accomplissement de leurs tâches. Le projet contribue également au développement humain en permettant à la population de profiter des nouvelles technologies.

## CONCLUSION GENERALE

-----

Aujourd'hui, un bon nombre d'opérateurs économique ont opté à en faire une profession.

Le nombre de cybercafé dans la grande ville de Madagascar croît régulièrement.

Le présent projet résulte d'une idée basée sur l'analyse de l'environnement et a pour objet, la création d'un cybercafé. Il présente de multiples intérêts :

- D'une part, il contribue à l'éducation, au développement de connaissances et à l'augmentation des loisirs de la population.
- Et d'autre part, il favorise l'amélioration des conditions de travail des gens dans l'exécution de leur vie active.
- Et finalement, il est source d'emploi.

Le choix de ce projet de création nous permet de participer au développement de notre pays, exploiter ce genre de service c'est améliorer le niveau de vie des ménages, satisfaire des besoins des consommateurs qui sont sources de devises et améliorer la situation économique du pays. Donc les intérêts de la réussite de ce projet ne se limitent pas tout simplement pour le promoteur ou pour notre établissement, mais aussi pour la nation, la région et les habitants.

L'élaboration du projet exige tout d'abord la volonté d'entreprendre ensuite la connaissance du secteur d'activité, et que le secteur de la Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication (NTIC) est très développée à Madagascar ; les Malgaches de par sa culture, sa tradition et son éducation s'intéressent à tout ce qui est nouveau. Les technologies de l'information, en occurrence l'informatique, permettent d'accéder à l'information et à la connaissance de participer au processus décisionnel, et surtout de faire émerger un nouvel état d'esprit qui est celui du partage et de la solidarité.

Maintenant, l'Internet arrive avec tous apports et toutes ses possibilités, il a acquis une certaine place sur le marché et commence à attirer le public malgache, mais le nombre de fournisseurs d'accès Internet reste encore très faible.

Dans la première partie, nous avons identifié le projet à partir de sa présentation générale, l'étude de marché et la stratégie marketing envisagée. La théorie générale sur les outils d'évaluation d'un projet termine cette partie.

Pendant la deuxième partie, nous avons parlé de la conduite du projet. On en a déduit que pour atteindre une plus grande efficacité de l'entreprise, on doit faire une meilleure utilisation des ressources humaines et matérielles.

Et enfin, la troisième partie de notre recherche est orientée sur l'étude financière du projet. On a vu que sur le plan financier, la rentabilité d'investissements se traduit par les résultats bénéficiaires des exercices et la bonne appréciation à travers les différents critères de son évaluation.

Comme la région d'Ambohidratrimo, ne connaît pas véritablement les avantages apportés par ce développement technologique surtout en matière d'utilisation de l'Internet, pour améliorer cette situation, la réalisation de notre projet tiendra une grande place.

L'étude de faisabilité a montré que le cybercafé sera rentable et permettra de créer directement et indirectement des emplois, d'accéder au monde entier par l'intermédiaire de l'Internet.

# **ANNEXES**

# QUESTIONNAIRE : « CYBERNET »

Zone : Ambohidratrimo Ville

\* *COCHER DANS LES CASES CORRESPONDANTES*

## 1. Identité de l'enquêté \*

*Profession :*

*Catégorie d'âge*

- ☐ 14 à 25 ans
- ☐ 26 à 35 ans
- ☐ 36 à 45 ans
- ☐ 46 ans et plus

## 2. Que saviez vous sur l'Internet ?

## 3. Est-ce que vous avez déjà eu l'occasion d'utiliser l'Internet ?

## 4. Quelle est la raison qui vous pousse à utiliser l'Internet ? \*

- ☐ Besoin de communiquer
- ☐ Besoin de s'informer
- ☐ Besoin de se distraire
- ☐ Autres

## 5. Lesquels de ces services offerts par le net avez-vous déjà utilisé ? \*

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> La messagerie électronique    | <input type="checkbox"/> Le groupe de discussion |
| <input type="checkbox"/> La navigation                 | <input type="checkbox"/> Le Multimédia           |
| <input type="checkbox"/> Le Téléchargement de fichiers | <input type="checkbox"/> Autres                  |

## 6. Avez-vous recours à un Cybercafé en moyenne, combien de fois par mois ? \*

- ☐ Plus de 15 fois   ☐ entre 15 et 10   ☐ 9 et 5 fois   ☐ moins de 5 fois

## 7. Quels sont les moyens de communication que vous avez déjà utilisé : \*

- |                 |                          |                   |                          |
|-----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Courrier postal | <input type="checkbox"/> | Téléphone         | <input type="checkbox"/> |
| Fax             | <input type="checkbox"/> | Télégramme        | <input type="checkbox"/> |
| Internet        | <input type="checkbox"/> | Autres : Lesquels | <input type="checkbox"/> |

## 8. Pour vous, quel serait le support d'information le plus efficace ? \*

*Numérotez par ordre d'importance de 1 à 5 dans les cases.*

Journal ☐

Radio ☐

Télévision ☐

Affiches ☐

Internet ☐

**9. Disposez vous d'un micro-ordinateur ? \***

☐ Oui ☐ Non

*Si oui, est il connecté à Internet ?*

☐ Oui ☐ Non

**10. Avez-vous déjà eu recours à l'Internet ? \***

☐ Oui ☐ Non

*Si oui, où ?*

☐ Chez vous ☐ au Bureau ☐ Dans un Cyberspace

**11. Quelles sont les raisons qui vous empêchent de recourir à l'Internet ? \***

- ☐ Vous n'avez pas un ordinateur connecté
- ☐ Vous pensez ne pas avoir la connaissance requise
- ☐ Vous ne savez pas où vous pourriez le faire
- ☐ Autres

**12. Si vous devez aller dans un cyberspace, votre choix serait basé sur quel critère ? \***

- ☐ Géographiques : Près de chez vous
- ☐ Financier : Coût accessible
- ☐ Technique : Matériel moderne et cadre
- ☐ Emotionnel : Accueil chaleureux
- ☐ Autres

**13. Quelle source d'information prenez vous pour vous aider à choisir un cyberspace ? \***

- ☐ Parents ☐ Amis ☐ Publicité
- ☐ Autres

**14. Au dessous de quel prix craignez vous une mauvaise qualité de service ? \***

- ☐ <100 Fmg la minute ☐ > 100 Fmg la minute

**15. A partir de quel prix estimez vous qu'une minute de connexion coûte trop chère ?**

## **BIBLIOGRAPHIE**

- COURS THEORIQUE, 4<sup>ème</sup> Année Gestion sur les critères d'évaluation de projet, Madame RAVALITERA Faraso.
- CRUMLISH, Christian. Internet pour les gens pressés, Paris. OEM, 2000, 264 p.
- REVUE, WINDOWS NEWS (L'expert conseil votre micro), n° 90 Juillet / Août 2001
- LILEN, Henri. Initiation à office 97, Paris. Sybex, 1998, 2 tomes, 432 p.
- ANDRIEU, Olivier. Internet : Guide de connexion, Paris. Eyrolles, 1995, 256 p.
- AUDIGIER, Guy. Les études marketing, Paris. Dumod, 118 p
- BANQUE MONDIALE. Les rapports économiques de la banque mondiale, Washington, 1999, 81 p.
- LA VIE DES ENTREPRISES. PSELLES, édition Bordas 1975 ; page 35/55
- Jeunes chambres économiques de Madagascar. Manuels des créateurs d'entreprises, Antananarivo. TPLFM, 1991, 91 p.
- Jacques de Guerny et Jean Claude Guiriec, Principes et pratique de Gestion.
- Prévisionnelle, 4<sup>ème</sup> édition. J. Delmas et cie, 1985, 243 p.

## **SITES INTERNET**

[WWW. ONU.MG/PNUD/PAGES/NTIC.HTML](http://WWW. ONU.MG/PNUD/PAGES/NTIC.HTML)

[WWW. DIFFI.STAT.GOUV.QC.CA/SAVOIR/SOURCES8DEF/TIC/DEFINITIONS](http://WWW. DIFFI.STAT.GOUV.QC.CA/SAVOIR/SOURCES8DEF/TIC/DEFINITIONS)

[WWW.CYBWARRIOR.COM](http://WWW.CYBWARRIOR.COM)

[WWW.JOURNALINFORMATIQUE.COM](http://WWW.JOURNALINFORMATIQUE.COM)

[WWW.INFORMATIQUEPOURTOUS.COM](http://WWW.INFORMATIQUEPOURTOUS.COM)

[WWW.INTERNETSERVICES.FR](http://WWW.INTERNETSERVICES.FR)

# TABLES DES MATIERES

REMERCIEMENT	
LISTE DES TABLEAUX	
LISTE DES FIGURES	
INTRODUCTION	1
<b>PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET</b>	<b>5</b>
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET	6
Section I : HISTORIQUE DU PROJET	6
Section 2 : CARACTERISTIQUES DU PROJET	7
2. 1 : Définition et Exploitation d'un Cybercafé	7
2. 2 : Objectifs	9
2. 3 : Avantages et Intérêts du projet	10
CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHÉ	12
Section 1 : LE MARCHÉ PROPREMENT DIT	12
1. 1 : MARCHÉ VISE	12
1. 2 : LE CIRCUIT DE DISTRIBUTION	12
1. 3 : EVOLUTION DU MARCHÉ	13
Section 2 : ANALYSE DE L'OFFRE	13
2. 1: ETUDE DE L'ENVIRONNEMENT	13
2. 2 : ETUDE DU PRODUIT	14
2. 3 : ETUDE DE PRIX	14
2. 4 : ETUDE DE LA DISTRIBUTION ET DE LA PROMOTION	15
Section 3 : ANALYSE DE LA DEMANDE	16
3. 1 : LES FACTEURS DETERMINANTS	16
3. 2 : LA CIBLE VISEE	17
3. 3 : COMPORTEMENTS DES CLIENTS	17
Section 4 : ANALYSE DE LA CONCURRENCE	18
4.1 : FORCES ET FAIBLESSES DES PRODUITS CONCURRENTIELS	19
4. 2 : PARTS DE MARCHÉ DES CONCURRENTS	19
CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS ET LES CRITERES D'EVALUATION D'UN PROJET	<b>20</b>
Section 1 : LES OUTILS D'EVALUATION D'UN PROJET	20
1.1 : LA VALEUR ACTUELLE NETTE (VAN)	21
1.2 : LE TAUX DE RENTABILITE INTERNE (TRI)	22
1.3 : L'INDICE DE PROFITABILITE (IP)	23
1.3.1 : Définition	23
1.4 : LE DELAI DE RECUPERATION DES CAPITAUX INVESTIS (DRCI)	23
1.4.1 : Définition	23
1.4.2 : Interprétation	24
Section 2 : LES CRITERES D'EVALUATION DU PROJET	24
2.1 : LA PERTINENCE	24
2.2 : L'EFFICACITE	24
2.3 : L'EFFICIENCE	25
2.4 : DUREE DE VIE D'UN PROJET	25
2.5 : IMPACT DU PROJET	25
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE	26

<b>DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET.....</b>	<b>28</b>
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION.....	29
Section 1 : LES PROCEDES DE SPECIALISATION DE L'ACTIVITE.....	29
1.1 : DEFINITION DE LA SPECIALISATION.....	29
2.2 : LES VOIES DE LA SPECIALISATION.....	30
Section 2 : DESCRIPTION ET TECHNIQUE DE PRODUCTION.....	30
2.1 : LES PRESTATIONS OFFERTES.....	30
2.2 : LE PROCESSUS DE PRODUCTION.....	31
2.2.1 : Saisie.....	31
2.2.2 L'impression.....	32
2.2.3 : La photocopie.....	32
2.2.4 : L'Internet .....	33
2.2.5 : Le scanner.....	33
2.2.6 : Le gravage.....	34
Section 3 : Les moyens de production.....	34
3.1 : LES RESSOURCES FINANCIERES.....	35
3.2 : LES RESSOURCES MATERIELLES.....	35
3.3 : LES MOYENS HUMAINS.....	35
CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE.....	37
Section 1 : Capacité de production.....	37
1.1 : CAPACITE DE PRODUCTION DE LA PREMIERE ANNEE.....	37
Section 2 : PLANNING DE PRODUCTION ET DE VENTES.....	38
2.1 : PLANNING DE PRODUCTION SUR 4 ANS.....	38
2.2 : LE CHIFFRES D'AFFAIRES PREVISIONNELS.....	39
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE.....	40
Section 1 : ORGANIGRAMME.....	40
1.1 : L'ORGANIGRAMME A ADOPTER.....	40
Section 2 : ORGANISATION ADMINISTRATIVE.....	41
2.1 : FORME JURIDIQUE.....	41
2.2 : ORGANISATION FONCTIONNELLE.....	42
2.2.1 : Le gérant.....	42
2.2.2 : Responsable du cyberspace et de l'Internet.....	42
2.2.3 : Responsable de l'entretien, de réparation et de maintenance..	43
2.2.4 : Responsable photocopie, scanner, et gravage.....	43
2.3 : ATTRIBUTION DU PERSONNEL.....	43
2.3.1 : Le gérant.....	43
2.3.2 : Les autres personnels.....	44
2.4 : GESTION DU PERSONNEL.....	44
2.4.1 : Politique de rémunération.....	44
2.4.2 : Politique de formation du personnel.....	45
2.4.3 : Politique de motivation.....	46
<b>TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE.....</b>	<b>49</b>
CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET COMPTES DE	
GESTION.....	50
Section 1 : FONDS DE ROULEMENT INITIAL .....	50

1.1 : Achats des matériels .....	50
1.2 - Consommation en matières premières pour la première année .....	52
1.3 - Salaire mensuel du personnel.....	52
1.4 - les coûts des installations :.....	53
1.5 – Dépenses de pré exploitation .....	54
1.6 – Frais d'établissement.....	54
1.7- les actifs immobilisés.....	55
1.8 – Fonds de roulement.....	55
Section 2 : FINANCEMENT DU PROJET.....	56
Section 3 : TABLEAU DES AMORTISSEMENTS.....	56
Section 4 : TABLEAU DE REMBOURSEMENT DES DETTES.....	59
Section 5 : LES COMPTES DE GESTION.....	60
5.1 – Les comptes de charges.....	60
5.1.1 – Matières premières.....	60
5.1.2 – Matières et fournitures non stockées.....	60
5.1.3 – Charges externes.....	60
5.1.4 – Charges de personnel.....	60
5.1.5 - Impôts et taxes.....	60
5.1.6 – Charges financières.....	61
5.1.7 – Dotations aux amortissements.....	61
5.2 – Les comptes de produits.....	61
5.2.1- Les ventes : se référer au tableau n° dans la 2 <sup>ème</sup> partie.....	61
CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE....	62
Section 1 : COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL AVANT FRAIS	62
FINANCIER.....	
Section 2 : PLAN DE TRESORERIE.....	63
2.1 – Trésorerie prévisionnelle pour la première année.....	63
2.2 – Bilan d'ouverture .....	65
2.3 – Compte d'exploitation prévisionnelle après frais financiers .....	65
Section 3 : TABLEAU DE GRANDEURS CARACTERISTIQUES DE	66
GESTION (TGCG).....	
Section 4 : BILANS PREVISIONNELS.....	68
4.1- Bilan prévisionnel de la première année.....	68
4.2 – Bilan au 31 décembre de la deuxième année.....	69
4.3 - Bilan au 31 décembre de la troisième année.....	70

4.4 - Bilan au 31 décembre de la quatrième année.....	71
CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET.....	72
Section 1 : EVALUATION ET IMPACT ECONOMIQUE.....	72
1.1 – Notion de la valeur ajoutée.....	72
1.2 – Projection de la valeur ajoutée.....	72
1.2.1- Ratio de performance économique.....	73
Section 2 : EVALUATION FINANCIERE SELON LES OUTILS D’ EVALUATION.....	73
2.1 – Calcul de la VAN.....	74
2.2 – Calcul du Délai de Récupération des Capitaux Investis.....	75
2.3 – Calcul du TRI.....	75
2.4 – Seuil de rentabilité (SR).....	76
Section 3 – EVALUATION ET IMPACT SOCIAL.....	78
CONCLUSION GENERALE.....	80
ANNEXES	
BIBLIOGRAPHIE	