

## S O M M A I R E

-----

### **INTRODUCTION**

#### **PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET**

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

Section 1 : Historique du projet

Section 2 : Caractéristique du projet

##### **CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE VISE**

Section 1 : Description du marché

Section 2 : Analyse de l'offre

Section 3 : Analyse de la demande :

Section 4 : Politique marketing envisagé

##### **CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES CRITERES D'EVALUATION**

Section 1 : La valeur actualisée nette(VAN)

Section 2 : Le taux de rentabilité Interne (TRI)

Section 3 : L'Indice de profitabilité(IP)

Section 4 : Le Délai récupération des Capitaux Investis (DRCI)

#### **DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET**

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

Section : 1. Les ressources à mettre en œuvre du projet

Section 2 : Les caractéristiques de l'approvisionnement

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

Section 1 : Les dépenses en matière premières

Section 2 : Prévision des ventes

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

Section 1 : Structure organisationnelle

Section 2 : Description des principales tâches des personnels

## **TROISIEME PARTIE : ETUDE FINACIERE DU PROJET**

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

Section 1 : Les coûts des investissements nécessaires

Section 2 : Le tableau d'amortissement

Section 3 : Le plan de financement

Section 4 : Le tableau de remboursement des dettes

Section 5 : Les comptes de gestion

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

- Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel

- Section 2 : Le plan de trésorerie du projet

- Section 3 : Le tableau des grandeurs caractéristiques de gestion
- Section 4 : Le bilan prévisionnel

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

Section 1 : Evaluation économique

Section 2 : Evaluation financière

Section 3 : Evaluation sociale

### **CONCLUSION GENERALE**

### **ANNEXES**

### **BIBLIOGRAPHIES**

## REMERCIEMENTS

-----

Nous ne saurions commencer cette étude sans exprimer nos remerciements à tous ceux qui, de près ou de loin, nous ont aidés et encouragé pour la réalisation notre travail.

- En premier lieu, nous remercions Monsieur **RAKOTOBE Pascal**, Président de l'Université, professeur titulaire.
- Et aussi Monsieur **RAKOTOARISON Rado Zoharilaza**, Doyen de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie, professeur titulaire.
- Et nous remercions Monsieur **RALISON Roger**, Chef de Département de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie, Maître de conférence, encadreur enseignant, qui a bien voulu accepter pour faire l'honneur, de présenter ce mémoire de fin d'étude en Gestion.
- Ensuite nous tenons à remercier Madame **ANDRIANALY Saholiarimanana**, Directeur des études des recherches en Gestion, professeur titulaire de Département Gestion à la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie de l'Université d'Antananarivo.
- Tous **les Professeurs** auprès du Département Gestion de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie, qui nous ont offerts des formations théoriques pendant nos études universitaires.
- Nous exprimons aussi notre profonde gratitude à Monsieur **RANDRIANARIJAONA Louis Jensen maîtrise en Gestion Comptable dans la Société comptoir de Sud Est**, encadreur professionnel, enseignant au Département Gestion qui nous a apporté sa forte contribution dès le début de nos recherches, malgré ses hautes et lourdes responsabilités. Il nous a permis d'acquérir une excellente formation dans le cadre de la création et gestion d'entreprise.

Nos remerciements s'adressent également à :

- Tous les responsables et les personnels administratifs des services informatiques dans la ville de Fort-Dauphin qui nous ont permis de visiter et qui ont accepté de nous fournir les informations recherchées.

- Tous les personnels administratifs de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie.
- Tous nos amis pour leurs aides et leur soutien de toutes sortes.
- Enfin, nous ne saurions terminer sans adresser notre profonde reconnaissance à mes parents, ma sœur et mes frères, mon mari, toute ma famille ; grâce à leur persévérance et leurs efforts considérables, nous avons pu arriver à ce niveau.

Pour ce témoignage, nous les admirons et nous les remercions très vivement.

**Merci beaucoup.**

## INTRODUCTION

---

L'objectif principal de la politique monétaire sera de maintenir la stabilité des prix. A cet effet, la banque centrale (B.C.M) continuera de s'appuyer sur des instruments indirects de politique monétaire pour contrôler le niveau de ses avoirs intérieurs, tout en surveillant de manière étroite les évolutions de ses avoirs extérieurs, et de la masse monétaire. Afin d'influer l'évolution de la liquidité bancaire qui a baissé régulièrement depuis 1997, le défi pour la BCM sera de favoriser une transition sans heurt d'un faible niveau des crédits à l'économie à une expansion qui appuiera la croissance économique, sans compromettre les objectifs en matière d'inflation. Dans le cadre de la gestion de la liquidité, la BCM complètera la pratique d'appels d'offres par des opérations d'open market. Les taux d'intérêt resteront flexibles et déterminés par les conditions du marché, et la BCM pourra utiliser ses taux d'intérêt clés pour signaler si nécessaire un resserrement de sa politique monétaire. Pour encourager l'épargne financière et autres investisseurs privés à plus long terme, la BCM a diminué le coefficient de réserves obligations sur les dépôts à terme de 20% à 5%.

Au cours de l'année 1998, le taux de croissance du P.I.B. (Produit Intérieur Brut) réel a atteint environ 4%, grâce à une hausse de l'investissement, notamment dans le secteur immobilier, et à une forte croissance dans les secteurs du commerce, des télécommunications pour avoir la technologie moderne et accélérer l'évolution de l'économie malgache. Et l'année 2003 dernière, d'autres mesures visant la libéralisation des secteurs du transport et des télécommunications et l'accélération du développement économique de notre pays.

C'est pour cette raison que nous avons choisi le thème de mémoire intitulé : « PROJET DE CREATION D'UN SERVICE INFORMATIQUE DANS LA REGION D'AMBOVOMBE ANDROY ».

L'objet de ce thème consiste à réaliser en priorité les objectifs sociaux dans la région d'Ambovombe comme la création d'un service ou centre informatique pour pouvoir désenclaver cette région et avoir des relations directes avec des investisseurs

à l'étranger en vue d'augmenter les infrastructures sur le plan de télécommunication et aussi sur le plan routier dans la région sud.

Comme intérêt, il demeure dans le fait que le projet de création d'un service informatique dans la région d'Ambovombe-Androy permettra au créateur :

- d'augmenter les investisseurs dans la région sud,
- désenclaver cette région à l'aide d'utilisation de l'Internet, et d'autres communications,
- de disposer un établissement moderne et de haute technologie.

Comme méthodologie d'approche, nous avons opté pour cette recherche des méthodes de questionnaire pour connaître les besoins principaux de la population, de l'observation participative dans les différents services informatiques dans la ville de Fort-Dauphin. Nous avons pu ainsi avoir des entretiens avec les différents responsables de télé centre dans la société TELECOM MALAGASY en vue de maîtriser l'installation de ce projet dans la région d'Ambovombe Androy. Ensuite, nous avons fait de la descente sur terrain pour savoir la réalité des ouvrages bibliographiques disponibles auprès de l'INSTAT à Anosy Antananarivo pour mieux connaître la situation géographique de cette région.

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

La première partie intitulée l'identification du projet va essayer de présenter successivement la présentation du projet, en ce qui concerne l'historique de ce projet et la caractéristique ainsi que l'étude de marché notamment l'analyse de la demande et de l'offre et les politiques du marketing envisagé. Enfin, nous allons voir la théorie générale sur les critères dévaluation du projet.

La deuxième partie réservée à la conduite du projet et comprend de la technique de production c'est à dire que nous allons mettre en place les ressources nécessaires (humaines et matérielles), la capacité de production envisagée (les dépenses de chaque unité de production ; les prévisions d'achat des matières et les prévisions des ventes à réaliser). Enfin, nous allons proposer une structure organisationnelle envisagée.

La troisième partie parlera des études financières du projet. Il comprend aussi trois chapitres à l'occurrence le montant des investissements et le compte de gestion, l'analyse de la rentabilité et l'étude de faisabilité, et enfin l'évaluation de ce projet à l'aide de critères dévaluation.

## **PREMIERE PARTIE**

### **IDENTIFICATION DU PROJET**

#### **Chapitre I : Présentation du projet**

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

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

La sous-préfecture d'Ambovombe-Androy est comprise entre les fleuves de Mandrare à l'Est et le Menarandra à l'Ouest, limitée au Nord par les contreforts montagneux des hautes terres méridionales BARA et au Sud par une haute falaise (l'Océan Indien). Elle a une façade maritime. Elle est située à 650 km de Toliara, respectivement par RN 10 et RN 7 + RN 13.

Dans la région d'Androy, il y a aussi d'autres sous-préfectures à savoir de TSIHOMBE, BELOHA et BEKILY.

Le climat local de la région d'Ambovombe-Androy est seulement 600 millimètres de pluie par an , étalé sur 75 jours dans cette région (8 mois sur 12 mois), c'est les mois de Mars à Octobre.

Pour les sols et végétations, la région d'Androy est caractérisée par une faible superficie couverte de forêt primaire surtout Ambovombe et la superficie agricole est de 651.400 hectares, les surfaces cultivables sont de 13.693 hectares avec un pourcentage de 2,1%

Dans le Fivondronana Ambovombe-Androy, il y a des établissements scolaires publics et privés, nous allons présenter dans un tableau ci-après les effectifs des établissements existants :

Etablissement scolaire public			Etablissement scolaire privé		
Désignations	Nombre	Pourcentage	Désignations	Nombre	Pourcentage
E.P.P.	60		Primaire (E.P.P.)	47	
C.E.G.	6		Secondaire 1 <sup>er</sup> cycle	3	
Lycée	1		Secondaire 2 <sup>è</sup> cycle	-	
T O T A L	64		T O T A L	50	31

D'après ce tableau, il y a beaucoup des établissements publics et privés dans la sous-préfecture d'Ambovombe-Androy mais l'effectif des élèves est insuffisant car le pouvoir d'achat de la population dans cette région est très faible.

La superficie totale d'Ambovombe-Androy atteint jusqu'à 6515 km<sup>2</sup> c'est à dire que 19% de la superficie totale de la province autonome de Toliara. Le nombre de population résident est de 146 078 habitants (23% par rapport à la province de Toliara). Donc, la densité est de 22,4 habitants par km<sup>2</sup>.

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

Comme Madagascar est parmi les pays en voie de développement et encore dans la pauvreté, le problème politique socio-économique est l'un des éléments qui empêchent les Malgaches en général de sortir de la situation où ils se trouvent maintenant. Mais si nous ne parlons que de ce qui existe comme dans la région d'exploitation, les plus récents sont l'insécurité dans cette région (en ville), comme le vol de toute sorte surtout le vol de bœufs, le cambriolage qui ne permet pas à la population de vivre en paix et même de sortir pendant les fêtes parce que les malfaiteurs sont restés toujours une menace permanente pour eux même s'il existe déjà depuis quelques années un poste de gendarmerie et un poste de commissariat dans la ville d'Ambovombe-Androy. Ensuite l'insuffisance des infrastructures sanitaires qui entraînent l'augmentation du taux de mortalité infantile dans cette région, ainsi que le taux de mortalité maternel et notamment l'insuffisance des matériels sanitaires dans l'hôpital public qui est l'un des causes de l'augmentation du taux mortalité des malades qu'on a amené dans l'hôpital car les pauvres qui n'ont pas la possibilité de payer un médecin privé ne peuvent rien faire que de voir leur famille mourir. En plus, l'abandon précoce des élèves dans les classes primaires diminue le taux d'alphabétisation ainsi que le taux de scolarité. Et ceux qui vont à l'école n'arrivent m<sup>ême</sup> pas à la fin et atteindre l'école secondaire, et tout cela entraîne la diminution du taux d'achèvement de primaire. Le taux de chômage aussi devient un problème majeur dans la région d'Ambovombe-Androy parce que les gens qui ne savent pas quoi faire vont devenir des valeurs car ils doivent manger et s'habiller pour trouver l'argent. Ils vont cambrioler et dérober des maisons parce qu'ils croient que

c'est le meilleur moyen et tout cela augmente le vol dans cette région. Enfin, le problème qui devient de plus en plus grave dans la région se pose au niveau des

jeunes, à cause de l'insuffisance de centre de loisir, ils deviennent des alcooliques et même essayer de se droguer et après ils font des actes de banditisme comme la destruction des voitures particulière ou tous ceux qu'ils font trouvent sur leur passage.

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

Il existe déjà plusieurs années avant que ce métier soit pratiqué par plusieurs sociétés dans les différentes régions de la Grande Ile, surtout dans les six provinces autonomes. Mais la qualité de service laisse beaucoup à désirer. Si nous avons choisi l'exploitation de ce projet, notre but est de satisfaire au maximum les consommateurs régionaux et que l'image de marque

dans le secteur télécommunication et informatique. Pour cela, l'étude de marché consiste à déterminer la viabilité du projet.

Donc, pour notre projet nous proposons comme activité principale les services suivants :

- Service photocopie
- Saisie par ordinateur
- Impression, plastification et reliure
- Internet
- Formation en informatique.

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

Service offert	Tarif unitaire (FMG)
<u>Service photocopie :</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Noir et blanc</li> <li>• En couleur</li> <li>• Plastification</li> </ul>	500 10 000
<u>Saisie :</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Texte</li> <li>• Tableau</li> <li>• Reliure</li> </ul>	5 000 7 000 10 000
<u>Impression :</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Noir et blanc</li> <li>• En couleur</li> </ul>	2 500 5 000
<u>Internet</u>	
1 (une) minute	400
<u>Formation</u>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1,5 mois</li> <li>• 2 mois</li> <li>• 3 mois</li> </ul>	300 000 350 000 450 000

Ces tarifs varient selon les nombres de services demandés c'est à dire qu'au service photocopie, si le nombre de page est supérieur ou égal de 20 pages, il y a de réduction de prix à 100 Fmg par page, plus de 50 pages le prix diminue à 300 Fmg par page. De même pour l'internet et le traitement de texte.

DESIGNATION	NOMBRE (pages)	VARIATION DE PRIX (par page)
<b>Photocopie</b>		
Noir et blanc	Plus de 20 pages	400 Fmg / page
	Plus de 50 pages	300 Fmg / page
	Plus de 100 pages	250 Fmg / page
<b>Texte</b>	Plus de 20 pages	2 500 Fmg
	Plus de 50 pages	2 000 Fmg
	Plus de 100 pages	1 500 Fmg
<b>Impression</b>	Plus de 20 pages	1 000 Fmg
Noir et blanc	Plus de 50 pages	900 Fmg
	Plus de 100 pages	750 Fmg
<b>Internet</b>	Plus de 10 minutes	150 Fmg
	Plus de 20 minutes	100 Fmg

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

Les principales forces sont :

- son lieu d'implantation car ce projet se situe au cœur de la ville d'Ambovombe-Androy, c'est à dire près des bâtiments administratifs ainsi que les autres bureaux des différents organismes non gouvernementaux comme par exemple qui est l'un des principaux clients. Ensuite ce projet se trouve aussi dans un quartier populaire et son implantation dans la ville d'Ambovombe-Androy est une force incontestable pour le projet à cause des gens de la région qui y préparent des dossiers administratifs et qui ont besoin de faire une photocopie. Ils ne vont plus aller ailleurs ou de même à Fort-Dauphin,
- son prix est une force aussi pour cette société car elle pratique une politique de prix un peu flexible qui défie son concurrent et aussi le prix a de possibilité à réduire selon les travaux à effectuer,

- la qualité de service attire beaucoup de clients.

En matière de service saisie par ordinateur, la seule entreprise qui se trouve dans la zone d'exploitation est une petite entreprise familiale. Donc, la principale force est le monopole car ce projet est la seule entreprise qui exploite ce genre de service.

Et enfin, en matière de service internet, il n'existe pas encore d'entreprise qui exploite dans la zone et la future entreprise sera pour l'instant la première qui va s'y implanter et l'exploiter.

Les principales faiblesses sont au niveau du tarif car le projet pratique un tarif élevé par rapport à l'autre entreprise et le part de marché est très faible à cause du prix. La principale faiblesse est orientée aussi que la plupart de gens de cette région n'a pas l'habitude de faire ce genre de service.

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

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

Ce projet a comme nature de prestation de service parce qu'il offre des différents services, à savoir :

- service photocopie
- saisie
- Internet.

Et pour la saisie, le marché est encore vaste parce qu'il n'existe qu'une entreprise familiale qui fait ce métier dans la région d'Ambovombe-Androy. Pour le service internet, c'est un service qui n'est pas encore exploité dans cette région, ce qui nous permet de dire que le marché est encore large.

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

L'objectif principal du projet est le développement de la filière télécommunication et de l'informatique, c'est à dire d'améliorer autant que possible la qualité de service offert, de

réduire les coûts en même temps, ainsi que d'étendre l'accès des utilisateurs dans le monde de la télécommunications et tout cela afin de satisfaire les besoins et les attentes des consommateurs. Quoiqu'il en soit, l'organisation des projets prévoit toujours les impératifs du service et de ses commercialisations. Pour la bonne marche du projet donc, l'approvisionnement en matières premières est assuré par des fournisseurs professionnels choisis par leur compétence et savoir-faire puisque c'est un facteur important fortement lié au projet. Pour notre projet, l'objectif priorité, c'est aussi la croissance de chiffre d'affaires en vue d'augmenter le montant des investissements dans cette filière car si l'activité est bien rentable, nous pouvons conquérir le marché dans la région d'Ambovombe-Androy.

Et pour atteindre le but, nous avons besoin des stratégies pour garder les clients. Ces stratégies sont la reconnaissance des clients et la qualité de service offerte avec les clients et aussi la satisfaction de ces clients. Donc, le but est de devenir une grande entreprise dans le sud de Madagascar en matière de la télécommunication pour faciliter la recherche des partenaires à l'étranger.

### **2.3 - Intérêts de ce projet :**

Si le projet est déjà mis en place et fonctionne de façon rentable il y a beaucoup des agents économiques ayant d'intérêt pour ce projet, à savoir de :

- L'Etat : à l'aide des taxes et impôts à payer par l'entreprise. Par exemple : la TVA, l'IRSA, vente sur timbre, vente sur marchandises,...
- Les fournisseurs : il y a une relation directe avec l'entreprise et cette entreprise devient des clients potentiels pour le commerçant. Donc, le fournisseur peut augmenter son chiffre d'affaires et peut aussi augmenter les quantités des marchandises à acheter avec le grossiste.
- Les clients qui ont de satisfaction avec les services offerts
- Social : ce projet crée des emplois pour les jeunes dans la région d'Androy parce que si l'entreprise fonctionne nous avons besoin de main d'œuvre. Cela déclenche de recrutement au sein de projet. Donc, il y a une création d'emploi pouvant diminuer le taux de chômage.

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

Avant de créer un projet, il est nécessaire d'analyser le marché surtout le lieu d'implantation du projet. Pour cela, il faut analyser la situation de la demande et l'estimation de l'offre dans la région d'activité ou d'exploitation en vue de maîtriser le marché visé.

### **Section 1 – Description du marché :**

#### **1.1 – Implantation du projet**

Le lieu d'implantation du projet se trouve en plein centre dans la ville d'Ambovombe-Androy. Ce choix n'est pas fait au hasard, mais dans cette région il n'y a qu'une seule entreprise familiale qui fait ce genre de projet. Cette entreprise familiale ne satisfait pas les besoins de la population dans la région d'Androy. C'est pour cela que nous choisissons comme lieu d'exploitation la ville d'Ambovombe-Androy, en vue de satisfaire les besoins du peuple dans cette région.

#### **1.2 – Les types de services envisagés :**

Les types de services envisagés sont des prestations de services. Pour cela, nous proposons comme services offerts :

- Service photocopie
- Saisie par ordinateur
- Impression
- Plastification
- Internet ...

Nous choisissons ces services parce que le marché est encore vaste et il n'existe qu'une entreprise familiale qui fait ce métier dans la région d'Androy. Et le service internet, il n'existe pas encore des entreprises qui exploitent dans cette région ce qui nous permet de dire que le marché est encore large.

## Section 2 : L'analyse de l'offre :

Selon une enquête réalisée dans la ville d'Ambovombe-Androy, la situation de l'offre locale en matière de service bureautique n'est pas encore saturée parce qu'il n'existe qu'une entreprise familiale qui fait ce genre de service. Pour cela, c'est la région toute entière qui subit la conséquence car il n'y a plus d'entreprises qui font le service bureautique sauf l'entreprise familiale que nous avons dit auparavant dans la région. Donc les gens sont obligés de se déplacer à Fort-Dauphin pour faire une photocopie, une saisie,...

Les problèmes des gens de cette région sont le jour de travail du centre de service bureautique parce qu'il est fermé tous les samedis et les dimanches ainsi que les jours fériés.

Alors, pour analyser l'offre nous analysons les concurrents surtout la structure du marché, leur stratégie, leur situation financière.

### **2.1 - Les concurrents :**

Pour l'analyse des concurrents, nous allons analyser successivement les concurrents dans la région d'exploitation et les concurrents en dehors de cette région.

#### **2.1.1 – Les concurrents dans la région d'Ambovombe-Androy**

Dans la région d'Ambovombe-Androy, il y a un seul concurrent dans cette région et ses services sont la saisie et la photocopie seulement, mais il n'y a pas de photocopie et impression en couleur. Donc, le tableau ci-après nous montre le tarif de ce service.

##### Le tarif de l'entreprise

Services offerts	Prix unitaire (en FMG)
Photocopie (noir et blanc)	1 000
Saisie : texte	5 000
Tableau	5 000

D'après ce tableau, nous remarquons que le tarif est trop cher par rapport au prix de notre projet. Pour la photocopie, il y a une différence de 500 FMG et la saisie est de 1.000 Fmg.

### **2.1.2 – Les concurrents en dehors de cette région**

Dans la ville de Fort-Dauphin, il y a quelques concurrents pour ce genre de service informatique que nous allons présenter dans un tableau ci-après :

DESIGNATIONS	SERVICES OFFERTS	PRIX UNITRAIRE (en FMG)
FORT NET	Photocopie Saisie Impression (noir et blanc) Internet Cours informatique	500 3.000 1.500 150 / minute entre 200.000 et 350.000
PROUF-Info	Photocopie Saisie : Texte Tableau Impression	600 5.000 7.500 2.000
RAKOTONDRAZAKA Service	Cours informatique Saisie Impression : Noir et blanc En couleur	150.000 à 250.000 2.500 2.000 4.000

D'après ce tableau, le prix de ces services est très différent. Prenons par exemple le prix de la photocopie de Proup-info qui est plus de 100 Fmg par rapport au Service Rapide ; mais le prix d'impression est égal pour Proup-Info et le Service RAKOTONDRAZAKA. Ce qui veut dire qu'il y a aussi une concurrence entre ces trois services en matière de prix. Donc, la seule différence est la qualité de service offert avec les clients.

## **2.2 – Estimation de l’offre dans la région**

Actuellement, l’offre locale n’arrive pas à satisfaire les besoins de la demande. A partir de nombreux recouplements et enquêtes que nous avons faites, nous pouvons dire que les entreprises existantes dans la région d’Ambovombe-Androy sont des entreprises familiales qui font de service informatique. Mais en matière de service internet, seul notre projet fait ce genre de service dans la région. C’est pour cela que le propriétaire estime d’augmenter les investissements en matière de télécommunication surtout le cyber café et en plus de créer des autres services informatiques dans la ville de BEKILY et BELOHA.

## **2.3 – Forces et faiblesses des concurrents dans la région**

\* Forces : les prix sont des forces surtout en matière de saisie car la saisie s’élève à 3.000 FMG. Le cours informatique est une force aussi parce qu’il s’élève à 200.000 FMF seulement. En plus, comme nous avons dit, il n’existe que les deux entreprises dans la région qui font le service photocopie. Le second concurrent se trouve dans le Paositra Malagasy. Sa principale force est son lieu d’emplacement car il se situe au bord de la route principale qui lui permet d’attirer les clients.

\* Faiblesses : Les principales faiblesses se trouvent au niveau de la qualité de service. L’inexistence de la plastification est une faiblesse, de même pour la reliure ; les parts de marché sont très faibles à cause de la situation qu’on a vue auparavant. L’heure de l’ouverture de ces concurrents est aussi une autre faiblesse à cause des jours de fermeture de ces bureaux. Donc c’est une raison qui empêche la population de faire ses travaux et qui entraîne aussi le retard du traitement des dossiers.

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

Cette analyse permet à notre projet de connaître, avant de produire les services offerts avec les clients, les quantités demandées et les types de consommateurs cibles.

#### **3.1 - Les débouchés locaux :**

Nos études ont démontré l'existence d'une demande latente, au niveau de la population cible. En effet, actuellement la région ne dispose ni téléphone, ni radio de proximité, ni télévision locale. Le seul moyen de communication reste le B.L.U. avec une certaine région, de même Beloha, Bekily, Tsihombe, et des cabines publiques ; mais ses états sont faibles ou en pannes.

#### **3.2 – Prévision de la demande :**

Comme nous avons dit auparavant, il n'y a pas encore une entreprise qui exploite ce service, et le marché est donc inexploité en général ; donc c'est pour cette raison que ce projet espère viser une part de marché à 100%, c'est à dire dominer le marché dans la région d'Ambovombe-Androy.

Dans le domaine du service bureautique, après l'analyse des informations recueillies, (enquête) la part du marché visée par ce projet représente les 60% du marché total. Il se pourrait que l'entreprise, grâce à la politique commerciale dynamique, puisse tenir une place importante sur le marché à partir du moment où ses services atteints la qualité exigée par les consommateurs dans cette région.

#### **3.3 – Besoins des clients :**

Nous pensons qu'un client cherche parmi les produits et services offerts, le service qui lui procure le maximum de satisfaction. Cette satisfaction est le sentiment d'un client résultant d'un jugement comparant les performances d'un produit à ses attentes. La satisfaction est le contraire du mécontentement vis à vis d'un service et ce mécontentement du client est la voie toute tracée vers la défection. Garder cependant en mémoire que la satisfaction du client est une condition nécessaire mais pas suffisante de sa fidélité.

D'une manière générale, les besoins du client sont de se communiquer avec ses familles dans d'autres régions ou d'autres provinces comme Fianarantsoa, Antananarivo pour pouvoir suivre l'évolution de la technologie. Donc, nous cherchons le niveau de satisfaction élevé car les clients insatisfaits peuvent se révéler infidèles. En revanche, les clients très satisfaits sont moins enclin de changement de service et vont apporter d'autres clients au projet.

#### **Section 4 – Politique marketing envisagé :**

D'après l'enquête que nous avons faite auprès de la population de la région d'Ambovombe-Androy, nous voyons l'insuffisance de loisirs et le manque en matière de prestation de service bureautique, de même le service de photocopie, reliure, ... Alors, les principaux cibles sont donc les élèves de la primaire et de secondaire parce que pour bien mettre à terme leurs études, ils ont besoin de faire une photocopie des différents documents nécessaires ou de faire des saisies sur ordinateur. En plus, ils ont aussi besoin d'élargir leurs connaissances par le biais de l'internet.

Ensuite, les fonctionnaires ou les travailleurs surtout l'entrepreneur ont besoin de faire de la photocopie et de la saisie pour leur travail notamment en cas de panne de leur machine, de même pour la population dans la région d'Ambovombe-Androy.

Alors, pour analyser les politique marketing, nous déterminons les caractéristiques du produit, de son prix, de sa distribution et de sa communication et de promotion à l'égard des objectifs à atteindre et aux moyens dont on dispose.

##### **4.1 – Politique de produit :**

La politique de produit détermine la réponse concrète que l'entreprise apporte aux attentes identifiées sur le marché. Son importance est évidente dans le cadre de la démarche marketing sur un mauvais produit. Elle dépasse d'ailleurs largement la fonction commerciale puisqu'elle détermine en fait l'activité de l'entreprise.

Donc, pour être efficace, nous avons besoin d'améliorer les caractéristiques techniques des services ou des produits, la qualité de service. Nous avons besoin aussi de

mettre une marque commerciale pour identifier le produit et le service proposé, de mettre à notre service l'emballage pour attirer les clients d'acheter les services.

#### **4.2 – Politique de prix :**

L'action commerciale menée à partir du prix présente un poids considérable au sein du marketing-mixte. Les guerres de prix font rage dans de nombreux secteurs et les clients s'orientent vers le bas prix. Le premier objectif recherché de la politique de prix c'est l'amélioration du profit qui est l'objectif décrit par la théorie économique ; il est aussi le plus ambitieux de tout, car bien rare sont les situations qui permettent de pratiquer le calcul à la marge.

Ensuite, la réalisation d'un taux de rendement des investissements est généralement fixée à l'avance par les dirigeants afin d'obtenir un rendement satisfaisant du capital employé.

En plus, l'entreprise ne peut pas exercer d'influence sur le marché par ses prix. Elle porte alors ses efforts sur d'autres variables commerciales (qualités distinctives du service, promotion, ...) et ne fait qu'aligner ses prix sur ceux des concurrents réputés les plus dangereux.

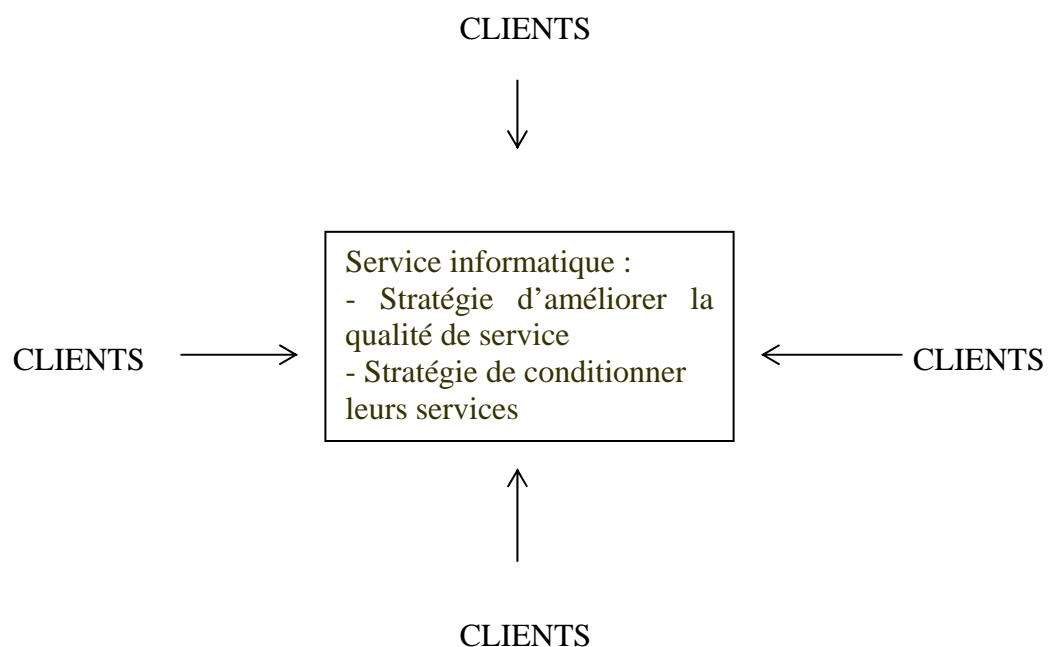
Donc, pour notre projet les principales politiques de prix sont liées à trois éléments, à savoir :

- la qualité de service et la réduction des prix par rapport aux concurrents,
- la clientèle finale
- les canaux de distribution utilisée

#### **4.3 – Politique de distribution**

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

- assurer la permanence du produit ou de service demandé par les clients avec points de vente,
- réduire au minimum les frais grevant les prix de revient pour toucher le maximum des clients à partir de la qualité de service, de conditionnement des services réalisés pour attirer plus des clients. Donc, nous avons besoin d'utiliser ce mode de distribution car pour ce projet, les consommateurs sont à la recherche d'une satisfaction immédiate.



#### **4.4 - Politique de communication et de promotion**

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

Aujourd'hui dans l'entreprise, le maître mot est celui de communication globale. Entre tous les moyens de communication qui sont à la disposition, l'entreprise doit définir la meilleure combinaison, celui qui a le plus de chance de lui permettre d'atteindre les objectifs qu'elles se sont fixés. Les moyens de communication que ce projet a opté pour le lancement de ses services est la publicité qui est un instrument privilège de la communication. Par ses excès

même ou simplement par sa nature qui est un moyen de pression, elle s'accompagne de critiques acerbes formulées par les uns, tandis qu'elle entraîne la faveur des autres.

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

Nous allons recourir aussi dans le sponsoring car nous pouvons y trouver une communication plus douce, strictement moins commerciale, sympathique, conviviale qui répond bien à notre attente.

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

La promotion des ventes est une des techniques provoquant une augmentation rapide mais provisoire, des ventes de service par l'attribution d'un avantage exceptionnel aux consommateurs. Pour notre projet, notre promotion de vente consiste à la réduction des tarifs de nos services. Elle est la première forme de promotion à laquelle on peut penser ; le service est offert à un tarif temporairement inférieur au tarif habituel. La réduction de tarif est simple, rapide et efficace. Nous l'utilisons au moment de lancement pour attacher la clientèle au service ou, plus tard pour répondre à l'attaque d'un concurrent, pour développer la consommation. La réduction de tarif consiste à l'argument d'une campagne publicitaire.

Ajouté à cela, nous offrons aussi un tarif promotionnel pour une consommation en grande quantité à longue durée.

Ensuite, nous pensons offrir une formation gratuite aux internautes pendant la phase de lancement qui leur permet de maîtriser parfaitement l'utilisation des machines, ainsi que des démonstrations sur l'internet en vue d'obtenir un client immédiat.

Enfin, on prévoit des jeux et concours auprès du public et le gagnant a le droit de surfer gratuitement pour une certaine durée dans le but de favoriser des consommations immédiates ainsi que de renforcer une autre action de communication.

## CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES CRITERES D'EVALUATION

### Section 1 – La valeur actualisée nette :

#### 1.1 – Définition :

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

#### 1.2 – Formule :

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

#### 1.3 – Interprétation :

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

- si VAN positive, cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé t.
- si VAN est égale à zéro, cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé t.
- si VAN négative, cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé t.

Le critère de la valeur actualisée nette comme critère de choix ne peut être reconnu que si les capitaux investis dans plusieurs projets sont identiques ou si les capitaux mis à la disposition de l'entreprise sont illimités, dans le cas contraire, il faut utiliser un critère relatif comme le taux de rentabilité interne (TRI), l'indice de profitabilité (IP), ou le délai de récupération des capitaux investis (DCRI).

## Section 2 – Le taux de rentabilité interne :

### 2.1 – Définition :

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

### 2.2 – Formule

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

### 2.3 - Interprétation

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

- si  $i > t$ , cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé  $t$ .
- si  $i = t$ , cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé  $t$ .
- si  $i < t$ , cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé  $t$ .

## Section 3 – Indice de profitabilité :

### 3.1 – Définition :

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

### 3.2 – Formule :

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

### **3.3 – Interprétation :**

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

- si **IP > 1**, cela veut dire que **la rentabilité est supérieure** au taux exigé **t**
- si **IP = 1**, cela veut dire que **la rentabilité est égale** au taux exigé **t**.
- si **IP < 1**, cela veut dire que **la rentabilité est inférieure** au taux exigé **t**.

### **Section 4 – Le délai de récupération des capitaux investis :**

#### **4.1 – Définition :**

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

#### **4.2 – Formule :**

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

#### **4.3 – Interprétation :**

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

**DEUXIEME PARTIE**

**CONDUITE DU PROJET**

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

Dans ce chapitre, nous parlerons successivement les ressources à mettre en place du projet, c'est à dire que les ressources humaines et les ressources matérielles de notre projet. Nous étudions aussi les caractéristiques de l'approvisionnement, c'est à dire que le mode d'achat à appliquer et le critère d'évaluation de stock à prendre au cours d'exploitation du projet.

### **Section 1 – Les ressources à mettre en œuvre du projet**

Pour atteindre les objectifs, nous avons besoin des moyens surtout sur le plan humain, matériel et financier.

#### **1.1 - Les ressources humaines :**

Si nous parlons des ressources humaines, c'est de mettre l'accent sur la gestion et la rationalisation du potentiel humain d'une organisation. Donc, pour avoir la quantité de production maximale, nous allons mettre en priorité le personnel à chaque poste de travail au sein du projet avec une meilleure condition de coût et de qualité. Alors, les objectifs que nous avons fixés au niveau de chaque poste de travail, il est nécessaire de :

- placer l'employé dans les conditions propices à un travail efficace,
- concevoir le poste de travail de façon à éviter tout gaspillage de main d'œuvre, de temps et d'équipements,
- atteindre un maximum de production envisagée en vue de récupérer de façon rapide les montants des investissements.

#### **1.1.1 – Description du personnel du projet :**

Pour notre projet, nous avons besoin du personnel pour gérer de façon rentable le projet. Nous allons donc présenter dans un tableau ci-après les personnels nécessaires du projet.

*Tableau de répartition du personnel par an au cours de 5 années des activités*

<b>POSTES</b>	<b>ANNEE I</b>	<b>ANNEE II</b>	<b>ANNEE III</b>	<b>ANNEE IV</b>	<b>ANNEE V</b>
Gérant	1	1	1	1	1
Informaticien	1	1	1	1	1
Opérateur de saisie	2	2	3	3	3
Gardien	1	1	1	1	1
<b>T O T A L</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

Ce tableau nous montre que le projet envisage d'augmenter le nombre du personnel, et cela se fera à partir de la troisième année d'exploitation à cause de l'évolution de production dans la région d'Ambovombe-Androy.

#### **1.1.2 – Description des critères du personnel du projet :**

Nous allons présenter sous forme de tableau ci-dessous le critère de recrutement à chaque poste de travail au sein du projet.

POSTES	NOMBRE	SEXE	PROFIL
GERANT	01	(M , F)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir le diplôme de maîtrise en gestion ou économie,</li> <li>- Expérience professionnelle deux ans au minimum dans le domaine de gestion d'entreprise,</li> <li>- Maîtrise de l'outil informatique notamment (WORD, EXCEL, ...)</li> <li>- Bonne connaissance du Français et de l'Anglais,</li> <li>- Avoir un esprit d'équipe</li> <li>- Avoir le sens d'organisation et de responsabilité,</li> <li>- Dynamique.</li> </ul>
INFORMATICIEN	01	M	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir le diplôme d'ingénieur en informatique (de préférence de l'ENI),</li> <li>- Maîtrise parfaite de l'outil informatique,</li> <li>- 3 ans d'expériences dans le poste similaire,</li> <li>- Maîtrise le français,</li> <li>- Avoir le sens d'organisation,</li> <li>- Dynamique.</li> </ul>
OPERATEURS DE SAISIE	02	(M, F)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Titulaire de diplôme Baccalauréat au minimum,</li> <li>-Maîtrise de l'outil informatique surtout le bureautique,</li> <li>- 2 ans au minimum d'expériences,</li> <li>- Parler couramment le français,</li> <li>- Avoir les sens d'organisation</li> <li>- Dynamique,</li> <li>- Apte</li> </ul>
GARDIEN	01	M	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir le diplôme CEPE au minimum,</li> <li>- Apte,</li> <li>- Dynamique,</li> <li>- Expérience exigée.</li> </ul>

## **1.2 – Ressources matérielles :**

Pour réaliser ce projet, nous avons besoin des matériels ou des équipements nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. Donc, le tableau ci-après nous montre la liste des équipements.

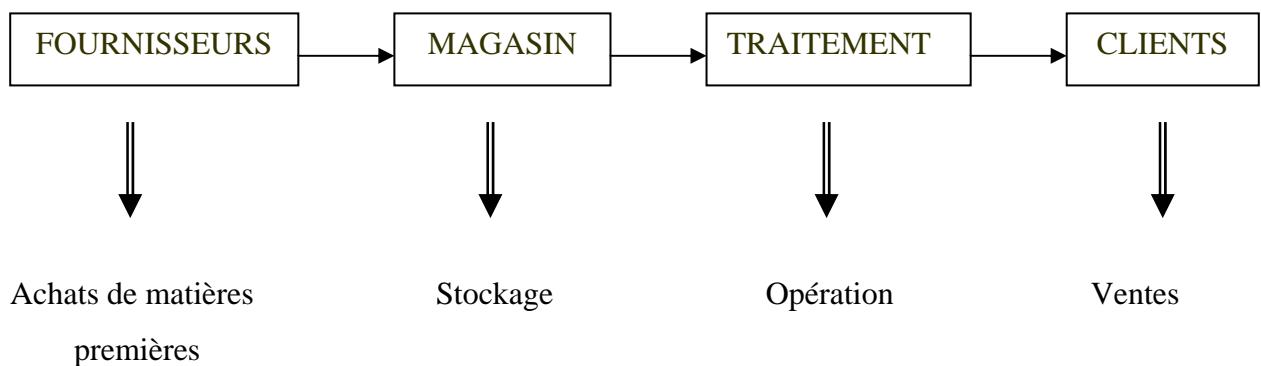
NATURE	NOMBRE	ETAT	ORIGINE	CARACTERISTIQUE
<u>Informatique</u> :				
- Micro-ordinateur	03	Neufs	Local	PIV 2,4 GHz - 4060 256 Mo – 15" – HDD Flash Disk 64 Mo - CD 52X - 3"1/2
- Imprimante	01	Neuve	Local	Laser Jet 100 ou Lexmark 245
- Photocopieuse	01	Neuve	Local	25 copies par minute
- Onduleur	01	Neuf	Local	-
- Perforateur	01	Neuf	Local	-
<u>Matériel et mobilier de bureau</u> :				
- Tables ordinateur	03	Neuves	Local	CDC 190 P
- Table de bureau	01	Neuve	Local	Métallique
- Fauteuil de visiteurs	02	Neufs	Local	Jupiter Cantilerer
- Chaises	03	Neuves	Local	01 belle, 2 en sapin
- Armoire	01	Neuf	Local	Métallique
- Machine à calculer	01	Neuve	Local	CASIO TS – 668
- Téléphone	01	Neuve	Local	PANASONIC
<u>Matériel de transport</u> :				
- Bicyclette	01	Neuve	Local	V.T.T.

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

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

- l'achat
- la gestion de stock

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



### **2.1 – Mode d'achat à adopter**

Pour être efficace, la fonction approvisionnement aura suivie :

- la politique de fournisseur unique pour avoir :
  - la relation privilégiée en simplifiant les contrôles (quantité et prise des matières premières)
  - homogénéité de livraison (qualité et présentation)
  - meilleur prix pour la fidélité
- la politique de zone pour éviter les difficultés du délai en cas de panne ou rupture
- la politique de qualité car le bas prix ne doit pas être l'unique critère de l'approvisionnement.

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

Les activités principales de notre projet sont des prestations de service. Pour réaliser ce projet, nous avons besoin des matières premières comme encre, rame de papier, spiral, ... Pour cela, nous choisissons comme critère d'évaluation le « FIFO », c'est à dire que les matières premières aux premières entrées partent en premières sorties ou on consomme ou vend en priorité les plus anciens des stocks. Donc, le stock final est valorisé au coût des achats plus récents. Alors, les avantages de ce critère sont de pouvoir adapter aux baisses de prix et la valeur est plus proche de celle de revente éventuelle. Mais l'inconvénient n'apparaît qu'à la spéculation de la hausse en cas de déflation.

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

Dans ce chapitre, nous essayons d'analyser successivement la prévision de dépenses en matières premières et la prévision de ventes envisagées au cours de cinq années d'exploitation prévue.

### **Section 1 – Les dépenses en matières premières :**

Nous allons présenter dans un tableau ci-dessous les dépenses sur chaque unité de production.

#### **1.1 – Les dépenses sur chaque unité de production**

<b>NATURE</b>	<b>ORIGINE</b>	<b>QUANTITE</b>	<b>PRIX UNITAIRE (FMG)</b>
Cartouche d'encre	Local	1	240 000
Rame papier	Local	1	25 000
Toner	Local	1	700 000

Ce tableau nous montre le prix unitaire de chaque unité de production du projet. Et l'approvisionnement en rame de papier est assuré par la Société MARGROS papeterie Ankadivato et de SODIM à Tsaralalana.

Par contre l'encre et le toner, l'approvisionnement sera effectué auprès de JOINT VENTURA ou bien OPTIMUM à Analakely. Pour le transport, ces approvisionnements sont assurés par le taxi-brousse vers le Sud de Madagascar.

## 1.2 – Prévision d'achat

### **1.2.1 – Achat prévisionnel sur l'année 1 :**

**- Consommation mensuelle d'encre pour l'imprimante et photocopie (en millier de francs Malagasy)**

#### **- Consommation mensuelle de RAME (en millier de Francs Malagasy)**

#### **- Consommation mensuelle de Toner (en millier de Francs Malagasy)**

#### **1.2.2 – Achat prévisionnel sur cinq ans (encre, rame, toner)**

## **Encre pour l'imprimante et photocopieuse**

## ANNEE 2 (en millier de Francs Malagasy)

### **ANNEE 3 : (en millier de Francs Malagasy)**

**ANNEE 4 (en millier de Francs Malagasy)**

RUBRIQUES	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
Quantité (boîte)	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	15
PRIX UNITAIRE	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240
TOTAL	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600

**ANNEE 5 : (en millier de Francs Malagasy)**

RUBRIQUES	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
Quantité (boîte)	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	15
PRIX UNITAIRE	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240
TOTAL	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3 600

**- Récapitulation de consommation d'encre pour l'imprimante et photocopie sur 5 ans**

(En millier de Francs Malagasy)

RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	T O T A L
Quantité (boîte)	6	9	12	15	15	57
PRIX UNITAIRE	240	240	240	240	240	240
TOTAL	1 440	2 160	2 880	3 600	3 600	13 680

Commentaire :

Ce tableau nous montre qu'au cours de 5 années des activités, les quantités à acheter augmentent de 3 boîtes chaque année sauf pour l'année 4 et l'année 5, les quantités à acheter ne changent pas. Et nous remarquerons que le prix unitaire ne change rien pendant cinq années d'exploitation.

\* **Consommation de rame sur 5 ans**

## ANNEE 2 :

(en millier de Francs Malagasy)

## **ANNEE 3 :**

(en millier de Francs Malagasy)

## ANNEE 4 :

(en millier de Francs Malagasy)

## **ANNEE 5 :**

(en millier de Francs Malagasy)

\* Récapitulation de consommation de rame sur 5 ans :

(en millier de Francs Malagasy)

RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	T O T A L
Quantité (rame)	72	75	84	108	132	471
PRIX UNITAIRE	25	25	25	25	25	25
TOTAL	1 800	1 875	2 100	2 700	3 300	11 775

Commentaire :

Le tableau ci-dessus nous présente le total des quantités à acheter chaque année d'activité. Ces quantités augmentent au cours de 5 années d'exploitation. Cela veut dire que les besoins de ses clients augmentent aussi à cause de la qualité des services rendus. Mais nous avons remarqué que les écarts entre ces années sont très différents.

Prenons par exemple l'Année 1 et l'Année 2, la différence est de 3 rames

et pour l'année 4 et l'année 5, la différence est de 24 rames.

\* **Consommation de Toner sur 5 ans**

## ANNEE 2 :

(en millier de Francs Malagasy)

## ANNEE 3 :

(en millier de Francs Malagasy)

## ANNEE 4 : (en millier de Francs Malagasy)

## ANNEE 5 : (en millier de Francs Malagasy)

**\* Récapitulation de Toner sur 5 années :**

**(en millier de Francs Malagasy)**

RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	T O T A L
Quantité (boîte)	5,4	6	7,2	8,4	9,6	36,6
PRIX UNITAIRE	700	700	700	700	700	700
TOTAL	3 780	4 200	5 040	5 880	6 720	25 620

Ce tableau nous montre l'évolution des quantités à acheter pendant 5 années d'activités. Nous avons remarqué que le prix unitaire de Toner ne change pas durant les cinq années d'activités.

**\* Récapitulation générale des achats (en millier de Francs Malagasy)**

RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	T O T A L
ENCRES	1 440	2 160	2 880	3 600	3 600	13 680
RAMES	1 800	1 875	2 100	2 700	3 300	11 775
TOTAL	3 780	4 200	5 040	5 880	6 720	25 620

## **Section 2- Prévision des ventes**

### **2.1 – Quantité de vente produite envisagée**

### **2.1.1 – Prévision de vente sur l'année 1**

### **2.1.2 – Prévision de vente sur l’année 5**

## **ANNEE 2 :**

ANNEE 3 :

Formation 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 7 84

ANNEE 4 :

ANNEE 5 :

## **2.2 – Chiffre d'affaires prévisionnelles**

### **2.2.1 – Chiffre d’affaire prévisionnelle pour l’année 1 :**

(en millier de Francs Malagasy)

### **2.2.2 – Chiffre d'affaire prévisionnelle sur 5 ans**

## ANNEE 2 : (en millier de Francs Malagasy)

### **ANNEE 3 : (en millier de Francs Malagasy)**

## ANNEE 4 : (en millier de Francs Malagasy)

### ANNEE 5 : (en millier de Francs Malagasy)

TOTAL	13 338	13 338	13 338	13 338	13 338	13 338	13 338	13 338	13 338	13 338	13 338	13 338	160 056
-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	---------

## **CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE**

Pour notre projet, l ‘objectif principal est le développement de la filière télécommunication et de l’informatique dans la région d’Ambovombe-Androy, c’est à dire améliorer autant que possible la qualité de service offerte, et réduire les coûts de communication en même temps ainsi que d’étendre l’accès des utilisateurs dans le monde de la télécommunication et tout cela afin de satisfaire les besoins et les attentes des consommateurs dans la région. Quoiqu’il en soit, l’organisation de ce projet, on prévoit toujours les impératifs de service et de ses commercialisations. Donc, pour la bonne marche du projet nous choisissons comme organigramme, c’est un organigramme de l’entreprise individuelle c’est à dire que cette entreprise est gérée par un propriétaire gérant avec quelques employés comme les opérateurs de saisie.

### **Section 1 – Structure organisationnelle :**

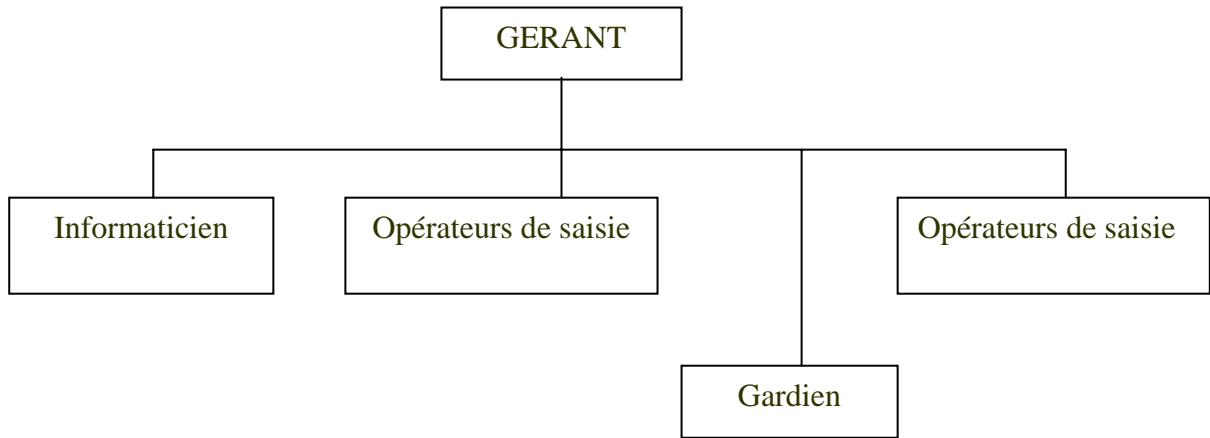
Pour être efficace, nous choisissons comme organigramme d’une entreprise individuelle pour faciliter le contrôle et suivi de ses personnels. Donc, nous allons donner ci-après la fonction principale et l’organigramme choisi du projet.

#### **1.1 - Rôles :**

L’organigramme permet la connaissance exacte du projet (structure) et s’il a été élaboré avec soin, nous avons effectivement une image précise des différents services de l’entreprise et des liens organiques, d’éviter les conflits d’autorité entre chaque poste de travail, d’identifier les responsabilités des personnels, de constater les anomalies d’organisation existantes surtout entre les opérateurs de saisie.

#### **1.2 - Organigramme envisagé :**

L’organigramme proposé vise à répondre à ce souci tout en réduisant au strict nécessaire les besoins en encadrement. Donc, le projet a choisi son organigramme de type ONE MAN SHOW (comme entreprise individuelle de structure propriétaire gérant et exécutant).



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

Pour notre projet, le personnel est composé de :

- un gérant propriétaire
- un informaticien
- deux opérateurs de saisie

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

### **2.1 - Administration et financement du projet :**

Les fonctions principales du gérant sont de :

- assurer la gestion et administration du projet
- assurer la gestion financière de ce projet
- prendre des décisions
- enregistrer les opérations comptables surtout les recettes et des dépenses
- gérer la trésorerie
- gérer les personnels
- contrôler les achats et les suivis.

Le gérant assure ainsi la gestion financière du projet c'est à dire qu'il assume en permanence la disposition effective de moyen de paiement permettant la réalisation es achats des matières premières (encre, papier, Toner). Il charge les prévisions (la gestion budgétaire).

## **2.2 – Service d'exploitation et approvisionnement :**

Pour l'informaticien, il assure :

- la gestion de stock
- l'entretien des matériels pour éviter la panne de machine
- la contrôle périodique des ordinateurs.

Et les opérateurs de saisie, ils assument :

- la saisie sur ordinateur
- l'achèvement des travaux
- l'accueil des clients
- la photocopie

Le gardien assure la sécurité du projet et de faire le ménage. Il charge le service de jardinage c'est à dire qu'il garde la beauté du jardin pour attirer les clients.

**TROISIEME PARTIE**

**ETUDE FINANCIERE DU PROJET**

Pour réaliser l'objectif social dans la région d'Androy, on doit disposer d'hommes, des activités rentables et un certain nombre de moyens comprenant des moyens matériels (bâtiments, machines, stocks) et des moyens financiers.

L'objet social du projet est la production des services en matière de télécommunication en vue de satisfaire les besoins de la population de la région d'Androy, plus précisément dans la région d'Ambovombe-Androy. Donc, nous sommes obligés de produire avec optimalité et efficacité.

Alors, la troisième partie intitulée « *études financières du projet* » va essayer de présenter successivement :

- le montant des investissements et les comptes de gestion
- l'analyse de la rentabilité et l'étude de faisabilité
- et de l'évaluation du projet à partir des critères d'évaluation financière.

## **CHAPITRE I : LE MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET LES COMPTES DE GESTION DU PROJET**

Pour réaliser notre projet, nous avons besoin de quelques sommes d'argent. Donc, il est nécessaire de montrer les coûts des investissements et les matériels à acheter, et en même temps, il ne faut pas oublier le plan de financement et la présentation sous forme de tableau le remboursement des dettes du projet.

### **Section 1 - Les coûts des investissements nécessaires :**

#### **1.1 – Immobilisations :**

L'immobilisation comprendra les matériels et mobiliers de bureau, les matériels et outillage, les matériels de transport.

### ***1.1.1 – Infrastructure***

Le coût des infrastructures total s'élève à 58 millions de Francs Malagasy dont la durée de l'exécution des travaux est pendant trois mois. Cette somme se répartit sur les grands travaux du projet que nous allons présenter sous forme de tableau ci-dessous.

(en FMG)

DESIGNATIONS	MONTANT
Terrassement	2 000 000
Infrastructure	30 000 000
Charpente et couverture	15 000 000
Menuiserie	6 000 000
Peinture	5 000 000
<b>T O T A L</b>	<b>58 000 000</b>

Ce tableau nous montre le total des dépenses pour la construction d'une maison réservée pour le service bureautique, et le bureau du gérant.

**1.1.2 – Matériels et mobiliers de bureau (En Francs Malagasy)**

DESIGNATION	A ACQUERIR			DEJA ACQUIS		
	QUANTITE	PRIX UNITAIRE	MONTANT	QUANTITE	PRIX UNITAIRE	MONTANT
<i>Matériels informatiques :</i>						
.Micro-ordinateur	02	500 000	13 000 000	01	6 500 000	6 500 000
.Imprimante	01	1 500 000	1 500 000	-	-	-
.Onduleur	01	700 000	700 000	-	-	-
.Machine photocopieuse	01	12 000 000	12000 000	-	-	-
.Perforateur	01	400 000	400 000	-	-	-
TOTAL 1	-	-	27 600 000	-	-	6 500 000
<i>Matériels et mobiliers de bureau :</i>						
.Table de bureau	01	395 000	395 000	-	-	-
.Table ordinateur	02	335 000	670 000	01	335 000	335 000
.Fauteuil de visiteur	02	470 000	940 000	-	-	-
. Chaises	02	85 000	170 000	01	85 000	85 000
. Machine à calculer	01	50 000	50 000	-	-	-
. Armoire	01	330 000	330 000	-	-	-
. Téléphone	01	215 000	215 000	-	-	-
TOTAL 2	-	-	2 770 000	-	-	420 000

### **1.1.3 – Matériels et outillages :**

Le coût total des matériels et outillages s'élève à 2 550 000 FMG ; Ces matériels sont réservés pour la réparation et entretien des matériels informatiques.

### **1.1.4 – Matériels de transport :**

**(en Francs Malagasy)**

DESIGNATION	A ACQUERIR			DEJA ACQUIS		
	QUANTITE	P.U.	MONTANT	QUANTITE	P.U.	MONTANT
BICYCLETTE	-	-	-	01	750 000	750 000
T O T A L	-	-	-	01	750 000	750 000

### **1.1.5 – Ajustement et installation**

Ce sont les travaux complémentaires que l'entrepreneur qui fait le nouveau bâtiment pour le bureau et le traitement de saisie.

Voici le tableau montrant l'ajustement et l'installation que nous ferons :

**(en Francs Malagasy)**

DESIGNATIONS	MONTANT
Electricité	1 200 000
Plomberie	2 700 000
Menuiserie	720 000
T O T A L	4 620 000

### **1.1.6 – Récapitulation des immobilisations et investissement**

**(en Francs Malagasy)**

R U B R I Q U E S	APPORT	A ACQUERIR	TOTAL
Frais d'établissement	630 000	-	630 000
Terrain	20 000 000	-	20 000 000
Construction	-	58 000 000	58 000 000
Matériels informatiques	6 500 000	27 600 000	34 100 000
Matériels et mobiliers de bureau	420 000	2 770 000	3 190 000
Matériels et outillages	2 550 000	-	2 550 000
Matériels de transport	750 000	-	750 000
Ajustement et installation	4 620 000	-	4 620 000
Fonds de roulement	3 000 000	-	3 000 000
Imprévus	-	2 500 000	2 500 000
<b>T O T A L</b>	<b>38 470 000</b>	<b>90 870 000</b>	<b>129 340 000</b>

### **1.2 – Les autres charges :**

#### **1.2.1 – Répartition des charges sur les salaires du personnel pour l'année 1**

Les salaires, ce sont les charges du personnel correspondant au travail des ouvriers qui participent directement à la satisfaction des produits. Le tableau ci-après nous montre la répartition des charges sur les salaires du personnel du projet.

## (en Francs Malagasy)

FONCTIONS	NOMBRE	SALAIRE MENSUEL	OPERATION	SALAIRE ANNUEL
Gérant	1	600 000	600 000 x 12	7 200 000
Informaticien	1	500 000	500 000 x 12	6 000 000
Opérateurs de saisie	2	400 000	400 000 x 12	4 800 000
Gardien	1	150 000	150 000 x 12	1 800 000
T O T A L	5	1 650 000	1 650 000 x 12	19 800 000

D'après ce tableau, nous pouvons dire que les masses salariales s'élèvent à 19 800 000 FMG.

**1.2.2 – Répartition des charges sur les salaires du personnel pendant 5 ans**

Pour l'année 1, les charges sociales patronales s'élèvent à 108 000 FMG par mois, c'est à dire qu'on déduit au salaire mensuel du gérant propriétaire ce montant.

$$600\,000\,FMG \times 0,13 + 600\,000\,FMG \times 0,05 = 108\,000\,FMG$$

**ANNEE 2**

## (en Francs Malagasy)

FONCTIONS	NOMBRE	SALAIRE MENSUEL	CHARGES SALARIALES		CHARGES PATRONALES		IRSA (IGR)	SALAIRE NET
			CNaPS 1%	OSIE 1%	CNaPS 13%	OSIE 5%		
Gérant	1	600 000	-	-	78 000	30 000	43 500	448 500
Informaticien	1	500 000	5 000	5 000	-	-	28 500	461 000
Opérateurs de saisie	2	400 000	4 000	4 000	-	-	22 800	369 200
Gardien	1	150 000	1 500	1 500	-	-	8 550	138 450
T O T A L	5	1 650 000	105 000	105 000	78 000	30 000	103 350	1 417 560

D'après ce tableau, les charges patronales s'élèvent à 108 000 FMG pour l'année 2, cela veut dire qu'il n'y a pas d'augmentation de salaire pour l'année 2.

### **ANNEE 3**

(en Francs Malagasy)

FONCTION S	NOMBRE	SALAIRE MENSUEL	CHARGES SALARIALES		CHARGES PATRONALES		IRSA (IGR)	SALAIRE NET
			CNAPS 1%	OSIES 1%	CNAPS 13%	OSIES 5%		
Gérant	1	650 000	-	-	84 500	32 500	47 125	485 875
Informaticien	1	550 000	5 500	5 500	-	-	39 875	499 125
Opérateurs de saisie	3	600 000	6 000	6 000	-	-	43 500	544 500
Gardien	1	150 000	1 500	1 500	-	-	8 550	138 450
T O T A L	6	1950000	13000	13000	84 500	32500	139050	1667950

Pour l'année 3, les charges patronales augmentent de 9 000 FMG cela veut dire que les salaires de base augmentent de 50 000 FMG pour le gérant.

**ANNEE 4**

(en Francs Malagasy)

FONCTIONS	NOM BRE	SALAIRE MENSUEL	CHARGES SALARIALES		CHARGES PATRONALES		IRSA (IGR)	SALAIRE NET
			CNAPS 1%	OSIE 1%	CNAPS 13%	OSIE 5%		
Gérant	1	650 000	-	-	84 500	32 500	47 125	485 875
Informaticien	1	550 000	5 500	5 500	-	-	39 875	499 125
Opérateurs de saisie	3	600 000	6 000	6 000	-	-	43 500	544 500
Gardien	1	150 000	1 500	1 500	-	-	8 550	138 450
T O T A L	6	1 950 000	13 000	13 000	84 500	32 500	139 050	1 667 950

Ce tableau nous montre qu'il n'y a pas d'augmentation des salaires au cours de l'année 4.

**ANNEE 5**

(en Francs Malagasy)

FONCTIONS	NOMBRE	SALAIRE MENSUEL	CHARGES SALARIALES		CHARGES PATRONALES		IRSA (IGR)	SALAIRE NET
			CNAPS 1%	OSIE 1%	CNAPS 13%	OSIE 5%		
Gérant	1	800 000	-	-	104 000	40 000	76 000	580 000
Informaticien	1	600 000	6 000	6 000	-	-	43 500	544 500
Opérateurs de saisie	3	750 000	7 500	7 500	-	-	54 375	680 625
Gardien	1	200 000	2 000	2 000	-	-	14 500	181 500
T O T A L	6	2 350 000	15 500	15 500	104 000	40 000	188 375	1 986 625

D'après ce tableau, les charges patronales s'élèvent à 144 000 FMG, cela veut dire qu'il y a une augmentation de 27 000 FMG pour ces charges. Donc, cela permet de dire que le salaire mensuel augmente aussi de 150 000 FMG pour l'année 5.

### **1.2.3 – Les autres charges d'exploitation :**

Ce sont les charges indirectes qui ne peuvent affecter directement au coût d'un produit comme l'électricité, la vignette et la publicité, etc ...

Et le tableau ci-après nous montre les dépenses mensuelles de ces charges.

DESIGNATION	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
Eau et électricité	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Fourniture de bureau	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Publicité	100	100	100	100									400
Petit outillage	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
Réparation de matériel	100			100			100			100			400
Téléphone	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
Taxe	600												600
Taxe foncière	125												125
Vignette	2												2
<b>T O T A L</b>	<b>1197</b>	<b>370</b>	<b>370</b>	<b>470</b>	<b>270</b>	<b>270</b>	<b>370</b>	<b>270</b>	<b>270.</b>	<b>370</b>	<b>270</b>	<b>270</b>	<b>4 767</b>

L'évolution des autres charges sur 5 ans :

(en millier de Francs Malagasy)

DESIGNATIONS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Eau et électricité	1 200	1 200	1 210	1 220	1 230
Fourniture de bureau	720	720	730	735	740
Publicité	400	400	410	420	425
Petit outillage	480	480	490	500	520
Réparation de matériel	400	400	410	420	425
Téléphone	840	840	850	855	860
Taxe	600	600	600	600	600
Taxe foncière	125	125	125	125	125
Vignette	2	2	2	2	2
<b>T O T A L</b>	<b>4 767</b>	<b>4767</b>	<b>4 827</b>	<b>4 877</b>	<b>4 927</b>

D'après ce tableau, nous avons remarqué qu'il n'y a pas une augmentation des charges au cours des années 1 et 2 mais par contre pour l'année 3 il y a une augmentation des dépenses qui s'élèvent à 60 000 FMG à cause de l'ancienneté des matériels utilisés.

## **Section 2 - Le tableau d'amortissement :**

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

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

Pour notre projet, nous utilisons la méthode d'amortissement linéaire dans tout type de matériels. Donc, le tableau ci-dessous nous montre la constitution des amortissements du projet.

**(en Francs Malagasy)**

DESIGNATIONS	DUREE (ans)	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Frais d'établissement	3	210 000	210 000	210 000	-	-
Constructions	10	5 800 000	5 800 000	5 800 000	5 800 000	5 800 000
Matériels informatiques	4	8 525 000	8 525 000	8 525 000	8 525 000	-
Matériels et outillages	5	510 000	510 000	510 000	510 000	510 000
Matériel et mobilier de bureau	5	638 000	638 000	638 000	638 000	638 000
Matériel de transport	5	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Agencement et installation	10	462 000	462 000	462 000	462 000	462 000
<b>T O T A L</b>	-	<b>16 295 000</b>	<b>16 295 000</b>	<b>16 295 000</b>	<b>16 085 000</b>	<b>7 560 000</b>

D'après ce tableau, nous avons remarqué que le frais d'établissement est amorti pour l'année 3 et les matériels informatiques sont aussi amortis pour la quatrième année. Donc, il

est nécessaire d'acheter de nouveau matériel surtout en informatique pour avoir un maximum de profit.

### **Section 3 – Le plan de financement**

Pour notre projet, le tableau de financement ou tableau des emplois et des ressources a pour but de faire apparaître les variations des ressources de financement de l'entreprise au cours d'un exercice et l'emploi qui en a été fait. Donc, nous présentons dans un tableau ci-dessous les variations de fonds de roulement à partir des ressources et des emplois existants.

(en Francs Malagasy)

DESIGNATIONS		ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Apport en capital	38 470 000					
Autofinancement Résultat	-	13 750 400	14 420 920	17 250 000	18 100 500	26 799 500
Amortissement		16 295 000	16 295 000	16 295 000	16 085 000	7 560 000
Emprunt à long et moyen terme (BOA)	90 870 000					
A/ TOTAL RESSOURCES	129 340 000	30 045 400	30 715 920	33 545 000	34 185 500	34 359 500
Immobilisations corporelles (HT)	123 840 000					
Remboursement		29 078 400	26 897 520	24 716 640	22 535 760	20 354 880
B/ TOTAL EMPLOIS	123 840 000	29 078 400	26 897 520	24 716 640	22 535 760	20 354 880
C/ Variation Fonds de roulement (A-B)	5 500 000	967 000	3 818 400	8 828 360	11 649 740	14 004 620
D/ Variation BFR	-	-	-	-	-	-
E/ Variation trésorerie (C-D)	5 500 000	967 000	3 818 400	8 828 360	11 649 740	14 004 620
F/ Cumul trésorerie	5 500 000	6 467 000	10 285 400	19 113 760	30 763 500	44 768 120

#### **Section 4 – Tableau de remboursement des dettes**

Le projet a contracté un emprunt de 90 870 000 FMG, au taux de 12% remboursable pendant 5 ans. Cela veut dire que la durée de remboursement est de cinq années. Alors, le remboursement de ces dettes devrait payer chaque année. Pour calculer l'annuité, nous utilisons la formule suivante :

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

avec    a : annuité

c : montant de l'emprunt égale à 90 870 000 FMG

i : taux d'intérêt 12%

n : la durée de remboursement

ANNEES	Capital en début de la période (1)	Intérêt Co x t% (2)	Amortissement (3)	Annuité A + Vo x i (4)	Capital en fin de la période (5)
1	90 870 000	10 904 400	18 174 000	29 078 400	72 696 000
2	72 696 000	8 723. 520	18 174 000	26 897 520	54 522 000
3	54 522 000	6 542 640	18 174 000	24 716 640	36 348 000
4	36 348 000	4 361 760	18 174 000	22 535 760	18 174 000
5	18 174 000	2 180 880	18 174 000	20 354 880	0
TOTAL	-	32 713 200	90 870 000	123 583 200	-

Ce tableau nous montre que le montant du capital investi est amorti totalement dans 5 ans.

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

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

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

### **Section 1 - Le compte de résultat prévisionnel :**

Pour notre projet, le compte de résultat permet de connaître la performance de l'entreprise. Donc, à partir de ce compte, le responsable peut faire de prévision pour les exercices suivants surtout sur l'établissement de budget, et de diagnostic financier au sein de la société.

#### **1.1 – Le compte de trésorerie mensuelle prévisionnelle**

Nous allons présenter dans un tableau ci-après le plan de la trésorerie mensuelle du projet.

(en milliers de Francs Malagasy)

RUBRIQUES	TOTAL	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Ventes encaissées	109 680	9 140	9 140	9 140	9 140	9 140	9 140	9 140	9 140	9 140	9 140	9 140	9 140
Apport personnel	38 470	38 470											
Emprunt à LMT (BOA)	90 870	90 870											
<b>TOTAL ENCAISSEMENT</b>	<b>239 020</b>	<b>138 480</b>	<b>9 140</b>										
Achats matières premières	7 020	585	585	585	585	585	585	585	585	585	585	585	585
Eau et électricité	1 200	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Fourniture de bureau	720	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Publicité	400	100	100	100	100								
Petit outillage	480	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Réparation de matériel	400	100			100			100			100		
Téléphone	840	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Taxe	600	600											
Taxe foncière	125	125											
Vignette	2	2											
Salaires personnels	19 800	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650	1 650
Charges patronales	432			108			108			108			108
Investissements	123 840	123840											
Charges financières	10 904,4												10 904,4
Distribution	29 078,4												29 078,4
Charges exceptionnelles	32 586,08												32586,08
Impôts	4 125,12												4 125,12
<b>TOTAL DECAISSEMENT</b>	<b>232 553</b>	<b>127 272</b>	<b>2 605</b>	<b>2 713</b>	<b>2 705</b>	<b>2 505</b>	<b>2 613</b>	<b>2 605</b>	<b>2 505</b>	<b>2 613</b>	<b>2 505</b>	<b>2 505</b>	<b>79 307</b>
<b>SOLDE DU MOIS</b>	<b>6 467</b>	<b>11 208</b>	<b>6 535</b>	<b>6 427</b>	<b>6 435</b>	<b>6 635</b>	<b>6 527</b>	<b>6 535</b>	<b>6 635</b>	<b>6 527</b>	<b>6 635</b>	<b>6 635</b>	<b>(70 167)</b>
<b>SOLDE CUMULE</b>		<b>11 208</b>	<b>17 743</b>	<b>24 170</b>	<b>30 605</b>	<b>37 240</b>	<b>43 767</b>	<b>50 302</b>	<b>56 937</b>	<b>63 464</b>	<b>70 099</b>	<b>76 634</b>	<b>6 467</b>

## 1.2 – Les ratios

Pour connaître l'autonomie financière du projet, nous allons calculer ci-dessous les différents ratios. Donc, avant de calculer ces ratios, il est nécessaire de citer les formules correspondantes.

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

$$\text{Financement des immobilisations} = \frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Immobilisation nette}}$$

$$\text{Endettement à long et moyen terme} = \frac{\text{Dettes à LMT}}{\text{Capitaux permanents}}$$

Alors nous allons présenter dans un tableau ci-après les résultats de ces ratios.

DESIGNATIONS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Indépendance financière	0,36	1,00	1,00	1,00	1,00
Financement des immobilisations	1,33	0,73	1,12	1,73	2,51
Endettement à LMT	1,74	0,00	0,00	0,00	0,00

Pour l'année 2 jusqu'à l'année 5, le projet est indépendamment financièrement de son créancier et peut disposer de disponibilité complémentaire de fonctionnement par emprunt car

les ratios sont toujours supérieurs à 0,560. Et nous avons remarqué que l'endettement à LMT est payé pour l'année 1. Cela veut dire que notre projet a l'autonomie financière pour ses activités.

### **1.3 – La rentabilité financière du projet :**

Avant de calculer la rentabilité du projet, nous allons donner les formules suivantes :

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

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

$$\text{Taux de rendement propre} = \frac{\text{Capacité d'autofinancement}}{\text{Capitaux permanents}}$$

Nous allons présenter dans un tableau ci-après les résultats de ces rentabilités.

DESIGNATIONS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Rentabilité commerciale	12,50%	11,40%	12,31%	12,05%	16,74%
Rendement des capitaux investis	9,60%	21,63%	20,56%	17,74%	20,80%
Taux de rendement propre	33,06%	46,09%	39,98%	33,51%	27,91%

Ce tableau nous montre que le projet est rentable car la rentabilité commerciale est toujours supérieure à 10% au cours de cinq années d'exploitation.

## Section 2 - Le plan de trésorerie du projet

Ce plan regroupe :

- les entrées et les sorties de trésorerie dues à l'exploitation
- les entrées et les sorties dues à l'opération du bilan (investissement, emprunt)

RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Solde début		6 467 000	10 285 400	19 113 760	30 763 500
Ventes encaissées	109 680 000	126 384 000	140 088 000	150 192 000	160 056 000
Apport en capital	38 470 000				
Emprunt LMT (BTM-BOA)	90 870 000				
<b>TOTAL ENCAISSEMENT</b>	<b>239 020 000</b>	<b>132 851 000</b>	<b>150 373 400</b>	<b>169 305 760</b>	<b>190 819 500</b>
Achats matières premières	7 020 000	8 235 000	10 020 000	12 180 000	13 620 000
Eau et électricité	1 200 000	1 200 000	1 210 000	1 220 000	1 330 000
Fourniture de bureau	720 000	720 000	730 000	735 000	740 000
Publicité	400 000	400 000	410 000	420 000	425 000
Petit outillage	480 000	480 000	490 000	500 000	520 000
Réparation matériels	400 000	400 000	410 000	420 000	425 000
Téléphone	840 000	840 000	840 000	840 000	840 000
Taxe	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000
Taxe foncière	125 000	125 000	125 000	125 000	125 000
Vignette	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Salaire du personnel	19 800 000	19 800 000	23 400 000	23 400 000	28 200 000
Charges patronales	432 000	432 000	468 000	468 000	576 000
Investissement	123 840 000				
Charges financières	10 904 400	8 723 520	6 542 640	4 361 760	2 180 800
Distribution	29 078 400	26 897 520	24 716 640	22 534 760	20 354 880
Charges exceptionnelles	32 586 080	47 245 860	75 205 160	83 074 190	92 390 180
Impôts	4 125 120	6 464 700	7 150 200	8 720 550	9 211 430

<b>TOTAL DECAISSEMENT</b>	<b>232 553 000</b>	<b>122 565 600</b>	<b>131 259 640</b>	<b>138 542 260</b>	<b>146 051 380</b>
<b>SOLDE FINAL</b>	<b>6 467 000</b>	<b>10 285 400</b>	<b>19 113 160</b>	<b>30 763 500</b>	<b>44 768 120</b>

### Section 3 : Tableau des grandeurs caractéristiques de gestion

DESIGNATIONS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Production vendue	109 680 000	12 384 000	140 088 000	150 192 000	160 056 000
Achats utilisés	7 020 000	8 235 000	10 020 000	12 180 000	13 620 000
Achats non stockés	4 472 000	2 965 800	2 547 600	3 000 000	367 010
Charges externes	-	1 506 200	950 400	543 000	-
Valeur ajoutée	98 188 000	113 677 000	126 570 000	134 469 000	146 068 990
Charges personnels	19 800 000	19 800 000	23 400 000	23 400 000	28 200 000
Impôts et taxes	727 000	727 000	727 000	727 000	727 000
Résultat brut d'exploitation	77 661 000	93 150 000	102 443 000	110 342 000	118 141 990
Dotation aux amortissements	16 295 000	16 295 000	16 295 000	16 085 000	7 560 000
Charges financières	10 904 400	8 723 520	6 542 640	4 361 760	2 180 880
Charges exceptionnelles	32 586 080	47 245 860	75 205 160	83 074 190	92 390 180
Résultat avant impôts	17 875 520	20 885 620	24 400 200	26 821 050	36 010 930
Impôt	4 125 120	6 464 700	7 150 200	8 720 550	9 211 430
Bénéfice net	13 750 400	14 420 920	17 250 000	18 100 500	26 799 500
Dotation aux amortissements	16 295 000	16 295 000	16 295 000	16 085 000	7 560 000
Cash Flow (ou capacité d'autofinancement)	30 045 400	30 715 920	33 545 000	34 185 500	34 359 500

### Section 4 - Le bilan prévisionnel

Nous allons présenter dans un tableau ci-dessous la situation de l'actif et du passif de notre projet.

## (en Francs Malagasy)

RUBRIQUES \ ANNEES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
<u>Immobilisation incorporelle :</u>					
. Frais d'établissement	630 000	630 000	630 000		
. Amortissement	210 000	420 000	630 000		
<b>VALEUR NETTE</b>	<b>420 000</b>	<b>210 000</b>	<b>0</b>		
<u>Immobilisation corporelle :</u>					
Terrain	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
Construction	58 000 000	58 000 000	58 000 000	58 000 000	58 000 000
Matériels informatiques	34 100 000	34 100 000	34 100 000	34 100 000	34 100 000
Matériels et outillages	2 550 000	2 550 000	2 550 000	2 550 000	2 550 000
Matériels de transport	750 000	750 000	750 000	750 000	750 000
Ajustement et installation	4 620 000	4 620 000	4 620 000	4 620 000	4 620 000
Amortissement	15 447 000	15 447 000	15 447 000	15 447 000	15 447 000
<b>VALEUR NETTE</b>	<b>104 573 000</b>	<b>89 126 000</b>	<b>73 679 000</b>	<b>58 232 000</b>	<b>51 310 000</b>
<u>Autres immobilisations corporelles :</u>					
. Matériel et mobilier de bureau	3 190 000	3 190 000	3 190 000	3 190 000	3 190 000
. Amortissement	638 000	1 276 000	1 914 000	2 552 000	3 190 000
<b>VALEUR NETTE</b>	<b>2 552 000</b>	<b>1 914 000</b>	<b>1 276 000</b>	<b>638 000</b>	<b>0</b>
<u>Créances :</u>					
. Clients	29 078 400		30 384 560	53 860 720	58 446 300
Disponibilités	6 467 000	10 285 400	19 113 760	30 763 500	44 768 120
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>143 090 400</b>	<b>101 535 400</b>	<b>124 453 320</b>	<b>143 494 220</b>	<b>154 524 420</b>

## (en Francs Malagasy)

## P A S S I F

ANNEES RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
<u>Capitaux propres :</u>					
. Capital	38 470 000	38 470 000	38 470 000	38 470 000	38 470 000
. Report à nouveau		13 750 400	28 171 320	45 421 320	63 521 820
. Résultat net	13 750 400	14 420 920	17 250 000	18 100 500	26 799 500
<b>TOTAL 1</b>	<b>52 220 400</b>	<b>66 641 320</b>	<b>83 891 320</b>	<b>101 991 820</b>	<b>128 791 320</b>
<u>Dettes :</u>					
. Emprunt à LMT	90 870 000		40 562 000	41 502 400	25 733 100
. Fournisseurs		34 894 080			
<b>TOTAL 2</b>	<b>90 870 000</b>	<b>34 894 080</b>	<b>40 562 000</b>	<b>41 502 400</b>	<b>25 733 100</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>143 090 400</b>	<b>101 535 400</b>	<b>124 453 320</b>	<b>143 494 220</b>	<b>154 524 420</b>

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

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

La création de ce projet dans la région d'Ambovombe-Androy entraîne un recrutement au sein de l'établissement. Ce recrutement peut diminuer le taux de chômage dans cette région, de même de notre pays en général. L'augmentation de chiffre d'affaire au cours des cinq années d'exploitation permet de stimuler à accroître la valeur ajoutée du projet. Cette valeur ajoutée est due à l'exédent de la production de l'exercice et la consommation intermédiaire. Cette dernière est la somme des achats et des charges externes de l'entreprise. Nous avons remarqué que la valeur ajoutée est de 98 188 000 FMG pour l'année 1 et atteint de 146 068 990 FMG à la cinquième année. Cela procure à une augmentation des produits intérieurs bruts (P.I.B.). Donc, l'évolution de la production vendue et le chiffre d'affaire déclenche l'augmentation de taux de croissance économique de la région d'Ambovombe-Androy, et aussi de notre pays à l'aide de taxe et impôts à payer envers l'Etat.

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

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

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

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

avec MBA : marge brute d'autofinancement

i : taux d'intérêt égale à 12%

n : durée de récupération des capitaux investis égale à 5 ans

C<sub>o</sub> : montant d'investissement égale à 90 870 000 FMG

### Présentation de calcul VAN

ANNEES	MBA	$(1,12)^{-n}$	MBA $(1,12)^{-n}$
1	30 045 400	0,892 857 142	26 826 250
2	30 715 920	0,797 193 877	24 486 543
3	33 545 000	0,711 780 247	23 876 668
4	34 185 000	0,635 518 071	21 725 185
5	34 359 500	0,567 426 855	19 496 503
T O T A L	162 750 820	-	116 411 149

$$\begin{aligned} \text{Donc, } \text{VAN} &= 116\,411 - 149 - 90\,870\,000 \\ &= 25\,541\,149 > 0 \end{aligned}$$

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

#### 2.2 – Le taux de rentabilité interne :

C'est le taux d'actualisation qui annule le bénéfice net .

ANNEES	M B A	12%	100%
1	30 045 400	26 826 250	15 022 700
2	30 715 920	24 486 543	7 678 980
3	33 545 000	23 876 668	4 193 125
4	34 185 000	21 725 185	2 136 562
5	34 359 500	19 496 503	1 073 734
TOTAL	162 750 820	116 411 149	30 105 101

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

$$\left[ \begin{array}{ccc} 12\% & < & \text{TRI} & < & 100\% \\ 116\,411\,149 > 90\,870\,000 > 30\,105\,101 \end{array} \right]$$

$$\text{TRI} = \frac{90\,870\,000 - 116\,411\,149}{30\,105\,101 - 116\,411\,149} \times 88\%$$

$$= \frac{-25\,541\,149}{-86\,306\,048} \times 88\% = 0,2959 \times 88\%$$

$\text{TRI} = 26,04\%$

Le taux de rentabilité interne est supérieur à 12%. Donc l'entreprise dispose d'une marge de 14,01% pour l'emprunteur. Alors cette marge de sécurité permet à l'entreprise de s'endetter davantage.

### **2.3 – L'indice de profitabilité**

$$\text{I.P.} = \frac{\sum \text{MBA} (1 + i)^{-n}}{C_o}$$

$$\text{I.P.} = \frac{116\,411\,149}{90\,870\,000} = 1,28 > 1$$

$\text{I.P.} = 1,28$

Nous constatons que l'indice de profitabilité est supérieur à 1. La rentabilité est donc supérieure au taux de capitalisation. Cela veut dire que 1FMG investi rapporte 0,28 FMG environ.

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

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

RUBRIQUES	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
MBA	30 045 400	30 715 920	33 545 000	34 185 000	34 359 500
MBA CUMULEE	30 045 400	60 761 320	94 306 320	128 491 320	162 850 820
INVESTISSEMENT	-	90 870 000			

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

Soit  $n$  cette date, nous avons :

$$\left[ \begin{array}{c} 60 761 320 < 90 870 000 < 94 306 320 \\ 2 < n < 3 \end{array} \right]$$

$$n = \frac{94 306 320 - 90 870 000}{94 306 320 - 60 761 320} = \frac{3 436 320}{33 545 000} = 0,102 439$$

$$n = 0,102 439 \times 12 \text{ mois} = 1,229 \text{ (mois)}$$

et  $0,229 \text{ mois} \times 30 \text{ jours} = 6,87 7 \simeq 7 \text{ jours}$

Dans notre cas, les capitaux investis sont récupérés durant la troisième année d'exploitation ou plus exactement deux et 1 mois et 7 jours d'exploitation. Les capitaux investis seront récupérés au cours du mois de février de l'année, c'est à dire le 7 février de l'année 3.

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

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

## CONCLUSION GENERALE

-----

La recherche que nous avons effectuée dans la région d'Ambovombe-Androy, surtout dans la ville de Fort-Dauphin s'est déroulé d'une manière fructueuse et dans un climat de bonne entente avec la population dans ces régions, et les clients potentiels cibles.

Donc, le besoin d'investissement procède tout calcul économique de rentabilité, c'est la nécessité d'investir qui impose les calculs qui serviront la base aux choix définitifs du projet envisagé. Cette nécessité dépend de l'évolution de la demande dans la région d'implantation du projet, c'est à dire qu'elle provient de la constatation de la capacité de production qui ne suffit plus à alimenter la demande actuelle dans la région d'Ambovombe-Androy et aux autres sous-préfecture comme BELOHA, BEKILY...

Malgré les difficultés tel que l'éloignement de l'établissement par rapport au centre ville de TOLIARA entraîne la difficulté du système de l'approvisionnement de ses services informatiques surtout pour les matières premières ou les produits finis comme Toner, encre car l'approvisionnement est assuré par la société dans la capitale. Donc, il est nécessaire de chercher d'autres moyens pour faciliter le système. Et aussi, nous cherchons des besoins réels des consommateurs par les genres de produits qu'ils intéressent et par des prix conformes à leurs pouvoirs d'achat. On peut dire donc que la qualité et les prix des produits valent le déplacement et nombreux sont les gens qui viennent et qui sont satisfaits.

**THEME : « Projet de création de télé centre dans la région d'Ambovombe- Androy »**

**TABLE DE MATIERES**

<b><u>INTRODUCTION</u></b> .....	1
<b>PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET</b>	
<b><u>CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET</u></b> : .....	5
Section 1 : Historique du projet .....	5
1. 1- Généralité sur la situation géographique .....	5
1. 2- Problème politique socio-économique .....	6
1. 3-Les principales activités .....	7
1. 4-Forces et faiblesses .....	9
Section 2 : Caractéristique du projet .....	10
2. 1- Nature du projet .....	10
2. 2- But et objet du projet envisagé .....	10
3. 3 – Intérêts de ce projet .....	11
<b><u>CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE VISE</u></b> : .....	12
Section 1 : Description du marché .....	12
1-1- Implantation du projet .....	12
1-2- Les types des services envisagés .....	12
Section 2 : Analyse de l'offre .....	13
2-1- Les concurrents	13
2. 1- 1- Les concurrents dans la région d'Ambovombe-Androy .....	13
2. 1- 2- Les concurrents en dehors de cette région dans le sud ...	14
2. 2- Estimation de l'offre dans la région .....	15
2. 3- Forces et faiblesses des concurrents dans la région .....	15
Section 3 : Analyse de la demande :	16
3-1-Les débouchées locales .....	16
3-2- Prévision de la demande .....	16
3-3- Besoins des clients .....	16
Section 4 : Politique marketing envisagé .....	17
4-1- Politique du produit .....	17
4-2- Politique de prix .....	18
4-3- Politique de distribution .....	19
4-4- Politique de communication et de promotion .....	20
<b><u>CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES CRITERES D'EVALUATION</u></b>	
Section 1 : La valeur actualisée nette(VAN) .....	22
1-1- Définition .....	22
1-2- Formule .....	22
1-3- Interprétation .....	22
Section 2 : Le taux de rentabilité Interne (TRI).....	23
23	23
23	23

2- 1- Définition .....	24
2-2- Formule .....	24
2-3- Interprétation .....	24
 Section 3 : L'Indice de profitabilité(IP) .....	
3-1- Définition .....	24
3-2- Formule .....	24
3-3- Interprétation .....	24
 Section 4 : Le Délai récupération des Capitaux Investis (DRCI) .....	25
4-1- Définition .....	25
4- 2- Formule .....	25
4-3- Interprétation .....	25
 <b>DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET</b>	
 <b>CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION :</b> .....	27
Section : 1. Les ressources à mettre en œuvre du projet .....	
1-1- Les ressources humaines .....	27
1- 1- 1-Déscription des projets du personnel .....	27
1- 1- 2- Description des fonctions du personnel .....	28
1-2- Les ressources matérielles .....	29
	30
Section 2 : Les caractéristiques de l'approvisionnement .....	
2-1- Mode d'achat à adopter .....	31
2-2- Le critère d'évaluation de stock à choisir .....	31
	32
 <b>CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE :</b> .....	33
Section 1 : Les dépenses en matière premières .....	
1. 1- Les dépenses sur chaque unité de production .....	33
2. 2- Prévision d'achat .....	33
1. 2- 1- Achat prévisionnel sur l'année 1 .....	34
1. 2- 2- Achat prévisionnel sur 5 ans .....	34
	35
Section 2 : Prévision des ventes .....	
2. 1- Quantité de vente produite envisagée .....	44
2. 1- 1- Prévision de vente sur l'année 1 .....	44
3. 1- 2- Prévision de vente sur l'année 5 ans .....	44
	45
4. 2- Chiffre d'affaire prévisionnelle .....	
3 - 2- 1- Chiffre d'affaire prévisionnelle pour l'année 1 .....	47
2- 2- 2- Chiffre d'affaire prévisionnelle sur 5 ans .....	47
	48
 <b>CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE :</b> .....	50
Section 1 : Structure organisationnelle .....	
	51
	51
	51
	52
	52
	52

1.	1- Rôle .....	
1.	2- Organigramme envisagé .....	
Section 2 :	Description des principales tâches des personnels .....	
2.	1- Administration et financement du projet .....	
2.	2- Service d'exploitation et approvisionnement .....	

## **TROISIEME PARTIE : ETUDE FINACIERE DU PROJET**

<b>CHAPITRE I : <u>LE MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET LE COMPTE DE GESTION</u></b> .....	54
Section 1 : Les coûts des investissements nécessaires .....	54
1-1- Immobilisation .....	54
1-1-1-Infrastructure .....	55
1-1-2- Matériels et mobiliers de bureau .....	56
1-1-3- Matériels et outillages .....	57
1-1-4- Matériels de transport .....	57
1- 1-5- Récapitulation des immobilisations.....	58
1-2- Les autres charges.....	58
1-2-1- Répartition des charges sur les salaires du personnel pour l'année 1....	58
1- 2-2- Répartition des charges sur les salaires du personnel pendant 5 ans ..	59
1-2- 3- Les autres charges d'exploitation .....	63
Section 2 : Le tableau d'amortissement .....	65
Section 3 : Le plan de financement .....	66
Section 4 : Le tableau de remboursement des dettes .....	68
Section 5 : Les comptes de gestion .....	69
<b>CHAPITRE II : <u>ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE</u></b>	
Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel .....	69
1-1- Compte de trésorerie mensuelle prévisionnelle .....	69
1-2- Les ratios .....	71
1-3 – La rentabilité financière du projet .....	72
Section 2 : Le plan de trésorerie du projet .....	72
Section3 : Le tableau des grandeurs caractéristiques de gestion .....	74
Section 4 : Le bilan prévisionnel .....	75
<b>CHAPITRE III : <u>EVALUATION DU PROJET</u> :</b> .....	77
Section 1 : Evaluation économique .....	77
Section2 : Evaluation financière .....	77
2-1 : La valeur actualisée nette .....	78
2-2 : Le taux de rentabilité interne .....	78
2-3 : L'indice de profitabilité .....	79
2-4 : Le délai de récupération des capitaux investis .....	80
	81
	81
	82

Section 3 : Evaluation sociale .....
3-1 : Création d'emploi pour les jeunes dans la région d'Ambovombe-Androy .....
3-2 : Augmentation des masses salariales .....
CONCLUSION GENERALE .....
ANNEXES .....
BIBLIOGRAPHIES .....

ANNEXE 1



INTERNET : Vous pouvez découvrir le monde en une seule vision

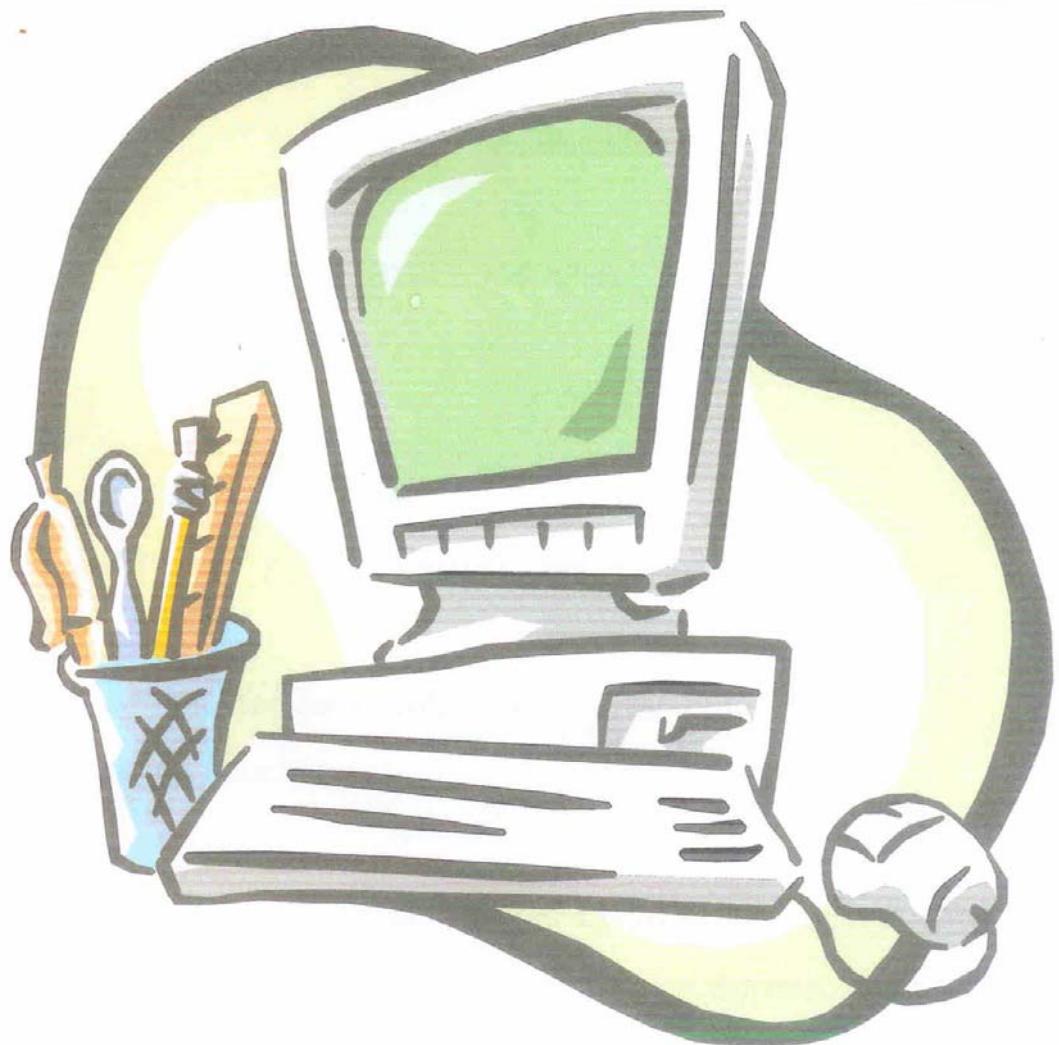
Moyen de communication rapide et efficace

**ANNEXE 2**



**LE TELEPHONE : - ACCES INSTANTANE  
- MOYEN DE COMMUNICATION RAPIDE**

ANNEXE 3



**AVEC L'ORDINATEUR : VOUS GAGNEZ DU TEMPS**

## **BIBLIOGRAPHIE**

- 1/ Gestion de projet, Edition Foucher 1997 (220 pages).
- 2/ Notion fondamentale de la gestion d'entreprise, Edition Foucher .
- 3/ Christian Alphonse RAZAFIMBAHINY « Les Dix Commandements du management », Edition CECOM, 01 octobre 1992 (150 pages) .