

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS.....	7
LISTE DES TABLEAUX.....	8
LISTE DES FIGURES.....	10
Figure n°11 : Courbe de délai récupération.....77.....	10
AVANT PROPOS.....	13
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : DESCRIPTION GENERALE DU PROJET.....	3
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET.....	4
Section 1 : Généralités sur le girofle.....	4
1.1- Historique et buts de la culture.....	4
1.1.1 - Historique.....	4
1.1.2- Buts de la culture.....	5
1.2- Choix de la région.....	5
Section 2 : Caractéristique du projet.....	6
2.1- Environnement du projet.....	6
2.1.1- Environnement géographique.....	6
2.1.2- Environnement technologique.....	7
2.1.3- Environnement économique agricole.....	7
Figure n°1 : Agriculture de jardins.....	8
2.1.4- Environnement social.....	8
2.1.5 - Environnement politique.....	9
2.1.6 - Environnement juridique.....	9
2.2- Objectif et intérêt du projet.....	9
2.2.1- Objectifs.....	9
2.2.1.1- Objectifs généraux.....	9
2.2.1.2- Objectifs spécifiques.....	10
2.2.1.3- Objectifs opérationnels.....	10
2.2.2- Intérêt du projet.....	11
1.3- Identité de l'entreprise	12
2.3.1- Activité.....	12
2.3.2- Formes juridiques du projet.....	12
Figure n°2 :Elaboration du statut	13
Source : Auteur	13
2.3.3- Fiche signalétique.....	13
CHAPITRE II :	
ETUDE DE MARCHE ET ASPECT MARKETING DU PROJET	15
Section 1 : Etude de marché.....	15
1.1- Description de marché visé.....	15
1.1.1- Définition du marché.....	15
1.1.2- Etat du marché.....	15
1.2- Analyse de l'offre.....	16
1.2.1 - Caractéristique de l'offre.....	16

1.2.2 - Etude de l'environnement de l'offre.....	17
1.3 - Analyse de la demande.....	17
1.3.1 - Situation globale de la demande.....	17
1.3.2 - les comportements de consommateur.....	17
1.4- Analyse concurrentielle.....	19
1.4.1- Force et faiblesse des concurrents.....	19
1.4.2- Evaluation du part de marché	21
Section 2 : Aspect marketing du projet.....	22
2.1- La stratégie marketing.....	22
2.1.1 - Stratégie Push ou Pull	22
2.1.2- Stratégies de coût.....	22
2.1.3- Stratégie de diversification	23
2.1.4- La stratégie de différenciation de produit.....	23
2.2- Politique marketing	24
2.2.1- La politique de produit.....	24
2.2.1.1- Définition de produit.....	25
2.2.1.2- Présentation de produit.....	25
Figure n°3 :Giroflier.....	25
Figure n°4 :Coupe d'une fleur.....	26
2.2.1.3- Utilisations du produit.....	27
Figure n°5 :Clous de girofle.....	27
2.2.2- Politique des prix.....	29
2.2.3- Politique de distribution.....	29
Figure n°6 :Circuit de distribution.....	30
2.2.4- Politique de communication.....	30
CHAPITRE III :	
THEORIE GENERALE SUR L'EVALUATION DU PROJET.....	31
Section 1 : Les critères quantitatifs.....	31
1.1- La valeur actuelle nette (VAN).....	31
1.1.1- Définition.....	31
1.1.2- Formule	31
1.1.3- Interprétation.....	31
1.2- Indice de profitabilité (IP).....	32
1.2.1- Définition.....	32
1.2.2- Formule	32
1.2.3- Interprétation.....	32
1.3 : Le taux de rentabilité interne (TRI).....	32
1.3.1 - Définition	32
1.3.2 - Formule	33
1.3.3- Interprétation.....	33
1.4- Délais de récupération de capitaux investis (DRCI)....	33
1.4.1 - Définition.....	33
1.4.2- Interprétation.....	33
Section 2 : Les critères qualitatifs.....	34
2.1- La pertinence.....	34
2.2- L'efficacité.....	34
2.3- L'efficience.....	34
Conclusion partielle	35

DEUXIEME PARTIE :

LA FAISABILITE TECHNIQUE DU PROJET.....	36
CHAPITRE I : LA TECHNIQUE DE PRODUCTION.....	37
Section 1 : Description de l'exploitation	37
1.1- Préparation du sol.....	37
1.2- Plantation.....	37
1.3- Le suivie.....	38
1.4- La récolte.....	38
Figure n°7 : La récolte girofle et d'ylang-ylang aux Comores	39
1.5- Processus de production :.....	39
Figure n°8 : Processus de production	40
1.6- Processus de préparation.....	40
Figure n°9 :Chaîne de préparation.....	41
Section 2 : Identification de ressource.....	42
1.2- Moyen technique.....	42
2.2 - Moyen financier.....	43
2.3 - Moyen humain.....	43
2.4 - Moyen matériel.....	43
CHAPITRE II : ASPECT ORGANISATIONEL	44
Section 1 : organisation et agencement de ressource humaine.....	44
1.1- la structure de l'entreprise.....	44
1.2- L'organigramme.....	44
1.2.1- Définition de l'organigramme.....	44
1.2.2 - Présentation de l'organigramme	45
Figure n°10 :Organigramme de l'entreprise	45
1.3- La définition des tâches.....	45
1.3.1- Sommet stratégique.....	45
1.3.2- Ligne hiérarchique.....	46
1.3.3- Responsable technique.....	46
1.3.4- Responsable commercial.....	47
1.3.5- Responsable de l'unité de production.....	47
1.3.6- Responsable de plantation.....	47
1.4- Formations des ressources humaines.....	47
1.4.1- Le recrutement.....	48
1.4.2- Rémunération du personnel.....	49
1.4.3- Les charges du personnel.....	51
Section 2 : Réalisation et chronogramme du projet.....	51
2.1- Mise en fonctionnement des activités du projet.....	51
2.2- Chronogramme du projet	52
Section 3 : Prévision d'exploitation.....	53
3.1- Prévision d'exploitation pour le marché local	53
3.2- Prévision d'exploitation pour l'exportation.....	53
Conclusion partielle	55
TROISIEME PARTIE :	
ETUDE FINANCIERE DU PROJET.....	56

CHAPITRE I :	
LE COUT DES INVESTISSEMENTS ET FINANCEMENTS.....	57
Section 1 : Coût d'investissement.....	57
1.1- Matériels et équipements.....	57
1.1.1- Terrains.....	57
1.1.2- Construction.....	58
1.1.3- Outils industriels.....	58
1.1.4- Installation technique.....	59
1.2- Les matériels administratifs.....	59
1.2.1- Les matériels et immobilisation de bureau.....	59
1.2.2- Le matériel informatique	60
1.2.3- Logiciel informatique.....	61
1.3- Les matériels de transport.....	61
1.4- Le coût total des investissements.....	62
Section 2 : Les amortissements.....	62
2.1- Définition.....	62
2.2- Principe de calcul de l'annuité d'amortissement.....	63
Section 3 : Le fonds de roulement initial (FRI).....	64
3.1 - Fonds de roulement initial de deux premiers mois.....	64
3.2- Récapitulation.....	65
Section 4 : Financement du projet	65
4.1- Les détails de financement	65
4.2- Remboursement des dettes	65
CHAPITRE II :	
ETUDE DE RENTABILITE DU PROJET.....	67
Section 1 : les comptes de gestion.....	67
1.1- le compte de charge.....	67
1.1.1 - Les charges prévisionnelles	68
1.2- Le compte de produit	68
1.2.1- Les chiffres d'affaires prévisionnelles.....	68
Section 2 : Les états financières Prévisionnels.....	70
2.1 - Le compte de résultat prévisionnel	70
2.2 - Représentation de compte de résultat prévisionnel	70
2.3 : Tableau de flux de trésorerie (en FC).....	71
2.4 - Le bilan prévisionnel.....	72
2.4.1 : Bilan d'ouverture du 31/12/N (montant en FC).....	72
2.4.2: Bilan final.....	73
CHAPITRE iii : EVALUATION DE PROJET.....	74
Section 1 : Evaluation financière du projet	74
1.1- La valeur actuelle nette (VAN)	74
1.2- Le taux de rentabilité interne (TRI).....	75
1.3- Indice de profitabilité (IP).....	76
1.4- Le délai de récupération des capitaux investis (DRCI).....	77
Figure n°11 : Courbe de délai de récupération	77
.....	77
1.5– Analyse des ratios.....	78
1.5.1- Rentabilité commerciale (RC)	78
1.5.2- Capacité de remboursement.....	78

1.5.3– Rentabilité financière.....	78
1.5.4- Rentabilité général (RG)	79
Section 2 : Evaluation économique et sociale du projet.....	80
2.1- Evaluation économique.....	80
2.1.1– La création de la valeur ajoutée.....	80
2.1.2- L'amélioration et augmentation du PIB.....	80
2.1.3- L'augmentation de la recette de l'Etat	80
.....	81
2.1.4- L'augmentation de la consommation.....	81
2.2– Evaluation sociale.....	81
2.2.1- La création d'emploi.....	81
2.2.2- La réduction du taux de chômage	81
2.2.3- Le développement social de la région	81
2.2.4- L'augmentation de la consommation	81
2.3- Le cadre logique du projet.....	82
Conclusion partielle	84
CONCLUSION GENERALE.....	85
ANNEXES 57	
BIBLIOGRAPHIE.....	64
1- Cours théoriques des enseignants en classe (Pré mire année à quatrième année universitaire).	64

REMERCIEMENTS

En préambule à ce mémoire, je souhaite adresser ici tous mes remerciements aux personnes qui m'ont apporté leur aide et qui ont ainsi contribué à l'élaboration de ce mémoire.

Tout d'abord, nous voudrions remercier l'omniprésent ALLAH pour sa grâce, son aide qui nous a permis de finir nos études et de réaliser ce présent manuel.

Nous tenons également à exprimer ici nos vifs remerciements à :

- Monsieur RAJERISON Wilson, Président de l'université, Professeur Titulaire ;

- Monsieur RANOVONA ANDRIAMARO, Doyen de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie ;

- Monsieur ANDRIMASIMANANA Origène Olivier, Maître de conférence, Chef de Département Gestion ;

- Monsieur GATIA Félix Labienus, Inspecteur des impôts, Professeur à l'université d'Antananarivo, mon encadreur pédagogique qui nous autorise à présenter ce mémoire ;

- Monsieur ANDRIANTSALAMA Ramakararo Côme, Ingénieur agronome, chef du service au sein du ministère de l'environnement, des Eaux et Forêt (MINENVEF), mon encadreur Professionnel, pour l'aide et le temps qu'il a bien voulu nous consacrer dans la réalisation de cet ouvrage ;

- Tous les enseignants et tous les personnels administratifs du département gestion.

Enfin, j'adresse mes plus sincères remerciement à tous mes amis, mes proches et les membres de ma famille pour leur exceptionnel soutien moral, matériel et financier, ainsi que leur encouragement durant mes études jusqu'à la réalisation de ce présent mémoire, plus particulièrement ma Mère FAOUZA Said Harir et mon père ALI Msa.

LISTE DES TABLEAUX

1.Consommateur de girofle (en tonne/ an).....	18
2.Production mondiale en tonne.....	21
3.Liste des matériels et la quantité correspondante.....	43
4.Qualification du personnel.....	48
5.Salaire mensuel du personnel et effectif (en FC).....	50
6.Charge de personnel par an (valeur en FC).....	51
7. Représentation des tâches suivant leur durées d'exécution (en mois).....	52
8.Chronogramme.....	52
9.Prévision d'exploitation pour le marché local (en kg).....	53
10.Prévision d'exploitation pour l'exportation (en tonne).....	53
11.Récapitulation de Prévision d'exploitation (en tonnes).....	54
12.Investissement sur les matériels de construction (en FC).....	58
13.Coût d'investissement sur l'outillage industriel (en FC).....	58
14.Récapitulation des coûts des investissements sur les matériels et équipements.....	59
15.Coût d'investissement sur le matériel de bureau.....	60
16.Coût d'investissement de matériel informatique	60
17.Coût de logiciel informatique.....	61
18.Récapitulation des coûts des investissements sur les matériels administratifs	61
19.Coût d'investissement de matériel de transport.....	61
20.Coût total des investissements.....	62
21.Amortissement des immobilisations de l'année N, N+1, N+2, N+3, N+4 (Valeur en FC).....	63
22.Fonds de roulement initial de deux premières années (montant en FC).....	64
23.Récapitulation du besoin en trésorerie (montant en FC).....	65
24.Tableau de financement (montant en FC)	65
25.Tableau de remboursement des dettes.....	66
26.Charges prévisionnelles relatives au paiement pendant 5ans (en FC).....	68
27. Les chiffres d'affaires prévisionnels pour le marché local (en FC).....	69
28.Les chiffres d'affaires Prévisionnels d'exploitation pour l'exportation (en FC).....	69

29.Récapitulation des chiffres d'affaire de Prévision d'exploitation (en FC).....	69
30.Compte de résultat prévisionnel (montant en FC).....	70
31.Tableau de flux de trésorerie (en FC).....	71
32.Bilan d'ouverture.....	72
33.Bilan final 73	
34.Tableau de calcul de CFN (en FC).....	74
35.Calcul du taux de rentabilité interne avec t=80%.....	75
36.Cumul de cash-flow.....	77
37.Ratio de rentabilité commerciale.....	78
38.Ratio de rentabilité financière.....	79
Tableau n°39 : Calcul de rentabilité général.....	79
	79
Tableau n° 40 : Récapitulatifs des ratios.....	79

LISTE DES FIGURES

Figure n°1 : Agriculture de jardins.....	8
Figure n°2 :Elaboration du statut	13
Figure n°3 :Giroflier.....	25
Figure n°4 :Coupe d'une fleur.....	26
Figure n°5 :Clous de girofle.....	27
Figure n°6 :Circuit de distribution.....	30
Figure n°7 : La récolte girofle et d'ylang-ylang aux Comores	39
Figure n°8 : Processus de production	40
Figure n°9 :Chaîne de préparation.....	41
Figure n°10 :Organigramme de l'entreprise	45
Figure n°11 : Courbe de délai récupération.....	77

LIESTE DES ANNEXES

ANNEXE I :	Droit des sociétés
ANNEXE II :	Carte Géographique des Comores dans l'océan Indien
ANNEXE III :	Carte Géographique de Ngazidja
ANNEXE IV:	Taux de Change de la monnaie
ANNEXE V :	Synonymes
ANNEXE VI:	Classification
ANNEXE VII:	Quantités produites (en tonnes)

ACRONYMES

a	: Annuité
BCC	: Banque de commerce des Comores
C.V.P	: Comores vanille et plante
CA	: Chiffre d'affaire
CAF	: Capacité d'auto financement
CFN	: Cash-flow net
DRCI	: Délai de récupération de capitaux investis
EBE	: Excèdent brut d'exploitation
FC	: Franc Comorien
FF	: Rentabilité financière
FRI	: Fonds de roulement initial
GIROCOM	: Girofle de Comores
I	: Investissement initial
i	: Taux d'actualisation
IOV	: Indicateurs objectivement véritable
IP	: Indice de profitabilité
m	: Amortissement
n	: Durée
PIB	: Produit intérieur brut
RC	: Rentabilité commercial
RG	: Rentabilité général
TRI	: Taux de rentabilité interne
VA	: Valeur ajoutée
VAN	: Valeur actuelle nette
VB	: Valeur brut
VCN	: Valeur nette comptable
Vo	: Valeur d'origine

AVANT PROPOS

Ce travail de mémoire est le fruit de quatre années d'étude effectuées au sein du département gestion faculté DEGS Université d'Antananarivo Madagascar.

Cet ouvrage est destiné non seulement aux étudiants de pays en développement en général, mais aussi et surtout à ceux de la grande île (Madagascar) et des îles Comores en particulier, et en fin aux autorités Comoriennes.

Tous les pays du monde ont un seul mot d'ordre : améliorer le bien-être de la population et réduire au maximum les inégalités sociales.

Il est nécessaire de remarquer que la plupart des pays indépendant du tiers monde n'ont pas réussi à amorcer jusqu'à présent leur développement économique, malgré les importantes aides reçues de la part de la communauté internationale.

C'est cette optique qui nous a guidé et qui explique le choix de ce projet, notamment « la girofle des Comores ».

Le girofle est une des plus récentes cultures de rentes, puisque la société de Bambao commença à le planter vers 1935 à Ndzouani, et en 1973, on dénombrait 140000 arbres aux Comores, dont 100000 à Ndzouani d'où provient l'essentiel de la production.

Enfin, le clou de girofle vaut extrêmement chère, tout le monde en veut mais personne ne sait d'où elle vient, Et si quelques uns le savent, ils se gardent bien de divulguer leur secret qui faisait leur fortune.

INTRODUCTION

Les Comores sont un archipel peu étendu, constitué de quatre (4) îles d'origine volcaniques, situées au sud-ouest de l'océan indien, à l'entrée du canal de Mozambique entre la côte Est africaine et le Nord-ouest de Madagascar.

L'archipel des Comores est composée de : Ngazidja ou la grande Comore (1 025 km²), Ndzouani ou Anjouan (425 km²), Mwali ou Moheli (211 km²), et Maoré ou Mayotte (374 km²), avec une superficie total de 2 236 km².

La plus grande distance séparant deux îles ne dépasse pas 75 km². Les Trois (3) premières îles forment l'**Union des Comores** vaste de 1 660 km² (accession à l'indépendance en 1975), Mayotte est sous Administration française.

Selon les estimations actuelles, la population du pays est de 700 000 habitants (Mayotte non compris). Comme tous les pays archipélagiques en général, et les pays insulaire de l'océan indien en particulier, les Comores ont une économie tournée vers le secteur tertiaire, surtout le tourisme, et du secteur primaire comme l'agriculture, en particulier la culture des produits d'exportation.

La population urbaine est de 28 ,8% contre 71,2% pour la population rurale. Les Comores font partie des pays les moins avancés avec un PIB par tête inférieur à 500\$(Le PIB par tête est de 371\$ américain estimation de 2002). La croissance économique était 2.5% du PIB en 2002. Le pays tire 40% de son PIB et l'essentiel de ses ressources commerciales en devise de l'agriculture qui occupe plus de 70% de la population active et fournit 90% de recette d'exploitation.

Le climat de l'archipel des Comores est de types tropical humide avec :

- une saison chaude et humide de novembre –mai ;
- une saison fraîche et sèche de juin en octobre.

La température moyenne est de 25°C.

Les îles de la lune (**Juzur Al Qamar**) constituent quatre systèmes agricoles différents :

- les cultures vivrières et/ou Maraîchage en plein champ,
- l'agroforesterie traditionnelle,

- la culture sans forêts naturelles,
- la monoculture de rentes.

Tous ces facteurs réunis, plus le fait que cette agriculture axée sur l'exportation de la population active, nous permettent d'axer notre étude sur un projet de mise en valeur des matières premiers des Comores , particulièrement le girofle , dans une politique générale d'encouragement de production et de distribution.

L'archipel aux parfums est réputé par ses plantes à parfum et ses épices : Vanille, ylang-ylang, le coprah, le café cultivé en moyenne altitude.

Madagascar étant avec Zanzibar et les Comores autres pays producteurs du girofle de la planète ; après l'Indonésie, les Comores est entrain de subir les conséquences de la baisse du prix de ce produit. Elles ont été fortement handicapées par la dévaluation du franc comorien intervenue en 1994 qui fragilisent l'économie de cet archipel de la lune.

Notre travail a comme objectif principal « **projet de création d'une entreprise de production et de distribution de girofle dans la région de Hamahamet à la grande Comores** » qui pourrait rehausser les conditions de vie de la population et dans le souci d'apporter notre modeste contribution à la lutte contre la pauvreté et à un développement durable du pays.

Enfin, nous estimons qu'un projet aussi important que celui-ci ne pourrait pas réussir sans une bonne évaluation financière, un contrôle technique efficace et un suivi managérial irréprochable avec l'appui de l'Etat et certains organismes.

La réalisation de notre projet serait une image au niveau de la région.

Ainsi, notre projet présentera trois (3) grandes parties :

- Description générale du projet ;
- Faisabilité technique de projet ;
- Etude financière du projet.

PREMIERE PARTIE :

DESCRIPTION GENERALE DU

PROJET

DESCRIPTION GENERAL DU PROJET

Pour arriver à atteindre notre objectif qui est la description générale du projet, nous allons tout d'abord présenter le projet en question. Cette image faite, nous allons provenir au deuxième chapitre qui traitera l'étude de marché et aspect marketing du projet. Et enfin, un dernier chapitre sur la théorie générale sur l'évaluation du projet achèvera cette première partie.

CHAPITRE I : PRÉSENTATION DU PROJET

Le clou de girofle constitue l'élément de fondement du projet que nous envisageons d'exposer. Nous apprécions au fur et à mesure de connaître les généralités sur le girofle à savoir son historique et buts de la culture, choix de la région et délimitation, puis nous avancerons les caractéristiques du projet ainsi que son environnement et enfin l'objectif et l'intérêt du projet.

SECTION 1 : GÉNÉRALITÉS SUR LE GIROFLE

1.1- Historique et buts de la culture

1.1.1 - Historique

L'histoire du clou de girofle, la plus populaire mais aussi la plus mystérieuse des épices, pourrait faire l'objet d'un palpitant roman d'aventure. D'où vient-elle ?

Les chinois qui l'utilisaient dès le III^{ème} siècle avant notre ère pour se parfumer l'haleine ignoraient déjà sa provenance exacte.

Ils l'achetaient en Inde orientale et savaient seulement qu'elle provenait des îles du Sud-est, à des mois de navigation. Plus tard, des marchands arabes l'achètent lors de leur pérégrination dans le golfe du Bengale et la mer de Chine pour l'approvisionnement des marchés Syriens et libanais. De là, elle parvient à Rome où elle fut très recherchée, cette épice resta longtemps très chère car il était difficile de s'en procurer. Son heure de gloire sonna au Moyen Age, dans la cuisine où elle entre dans 15,55% des recettes des viandier et 14,79% de celle du ménagier de Paris, et dans la pharmacopée où elle est la panacée dans la lutte contre de vilaines maladies comme la peste, la catarrhe et l'impuissance.

Marco Polo pensait qu'elle venait du sud du Tibet, ou Java voire des îles de Sumatra.

Vasco de Gama apprit d'un roitelet africain qu'elle était cultivée dans les îles célèbres. Mais ce fut Albuquerque qui découvrit que les Moluques étaient bien la source des girofles. Un des capitaines de la flotte d'Albuquerque, Serrao, fit naufrage et fut recueilli par des malais qui allait chercher la girofle à Amboine des Moluques dont il devint vice-roi : des îles au nom aussi poétiques que Miaou, Babar et Zzubu.

Après des multiples et cruels combats contre les anglais, les hollandais se rendent maîtres des Moluques et de la précieuse girofle. Ils font cultiver les girofles uniquement sur les îles de Ternate et d'Amboine par des indigènes sous haute surveillance et détruisent les arbres partout ailleurs.

Ce monopole ne plaisait pas à tout le monde car il faisait grimper les prix d'un produit dont on importait 9000 livres par an, en France, à la fin de l'ancien régime ; aussi la compagnie française des indes missionna-t-elle pierre poivre pour aller chercher ce fameux clou de girofle. Lors d'un premier voyage, il transporta clandestinement quelques plantes de muscadier de Timor à l'île de France, sans résultat. Nommé, par le duc de Praslini, grand Intendant des Mascareignes, il réussit à obtenir quelques plantes des épices séquestrées par les hollandais qui furent plantés dans l'île de la réunion. Il n'y eut qu'un survivant qui est l'ancêtre de tous les Muscadiers de la réunion, de Maurice, de Madagascar, de Cayenne, de saint Dominique et de la Martinique, des Comores, des Seychelles et de Zanzibar, maintenant le plus grand centre de girofle du monde.

1.1.2- Buts de la culture

Le clou de girofle purifie l'haleine, et soigne les maux des dents, car il a des pouvoirs anesthésiants, cicatrisants et désinfectants.

En cuisine, il est présent dans le pain d'épices, les biscuits en mélange avec cenelle, le pot-au-feu, les marinades, la choucroute et il est indispensable à la plupart de currys. Dans certains pays comme la Tunisie on utilise en infusion avec le thé.

Il sert de parfum d'ambiance sous forme de « pomme d'ambre » que l'on fabrique en piquant toute la surface d'une organe de clou de girofle. La 2-heptanone est une cétone de formule ($C_7H_{14}O$) qui possède une odeur de clou de girofle.

De nos jours, 95% de production mondiale de clou de girofle est utilisée pour la fabrication des **kreteks**, des cigarettes indonésiennes.

1.2- Choix de la région

La zone de cible est la région du Nord-Est de la Grande Comore, Commune pilote de Mbeni Hamahamet.

Cette région étendue terrestre présente une unité déterminée par des facteurs topographiques, climatiques, économiques, historiques, les paysans s'adonnent à l'agriculture de rente qui est l'essentiel de ses ressources commerciales de cette région, malgré les défaites qui se présentent de part et d'autre.

Notre but est d'encourager les paysans de cette région à déployer leurs efforts pour l'augmentation de la production des clous de girofle.

SECTION 2 : CARACTÉRISTIQUE DU PROJET

Ce projet est né à la suite d'encourager les paysans cultivateurs de giroflier de la région à déployer leurs efforts puis, l'analyse afin de satisfaire les besoins des pays étrangers importateurs de girofle tant sur la qualité aussi bien sur la quantité.

Il a un aspect de faire progresser l'activité agricole dans le but de réaliser une implantation de 100ha à raison 10ha plantés par an, un conditionnement de vente pérennisé dans la région du Nord-Est de Ngazidja précisément à Mbeni Hamahamet.

L'occupation de certains terrains cultivables et l'amélioration des sources des revenus sont parmi les objectifs.

Pour concrétiser l'objet de projet, on doit tenir compte aussi les facteurs multiples socio-économique qui agissent le plus directement sur l'entreprise ;

2.1- Environnement du projet

2.1.1- Environnement géographique

Situé entre 11°20' et 11°4' de latitude sud d'une part, et 43°11' et 45°19' de longitude Est d'autre part d'où un climat tropical humide avec deux principales saisons :

- saison chaude et humide (été austral) : Novembre à mars/avril. (Pluviomètre maximale de décembre à mars). Température moyenne : 24 et 27,8°C et des ventes de mousson de secteur nord à nord-ouest ;

- Saison sèche et fraîche (hiver austral) : avril/mai à octobre. Température moyenne variant entre 23,2 et 27°C, ventes alizés sud-est. Pluviomètre moyenne entre 1 500 à 5 000 mm (maximum 7 500 à 8 000 mm).

Ce qui implique l'existence favorable de la culture de girofle à la région de hamahamet (condition naturelle favorable)

2.1.2- Environnement technologique

Non seulement que le girofle existe déjà dans la zone ciblée et qu'on est capable à répondre aux besoins d'une entreprise (administrer et gérer), mais aussi en plus de techniciens de la région spécialistes en agricultures et expérimentés en filière de girofle s'intéresse à ce projet et collant pour sa réalisation, aussi nous souhaitons bien rassurés de la réussite de ce projet car une technique efficace sera bien suivie.

2.1.3- Environnement économique agricole

L'économie comorienne repose essentiellement sur l'agriculture, le gouvernement, dans le cadre des documents stratégiques pour la réduction de la pauvreté (DSRP) favorise les exportations agro-industrielles pour le développement économique de la libération du commerce extérieur. L'appui du ministère de l'agriculture permet le développement de ce secteur.

La complexité des sols et la multitude de microclimats ont eu un déterminisme très forte sur la diversité de la végétation naturelle.

Mais la région a été soumise à une des activités agricoles de plus en plus intenses au cours des dernières décennies. La quasi-totalité de forêts de plaine côtière et l'altitude a été défrichée au profit de l'agriculture.

L'agriculture de cette région peut être décrite schématiquement selon quatre systèmes agricoles différents :

- Les cultures vivrières et/ou maraîchage de plein champs : cultures annuelles avec peu ou pas d'arbres associés conduit sans jachère ni apport de matière organique et vulnérable à l'érosion ;
- L'agroforesterie traditionnelle : association de culture vivrière et d'arbres fruitiers et/ou d'arbres réalisant ainsi un système stable ;
- La culture sans forêts naturelles : bananier avec des cultures associées installées sans une forêt avec élimination progressive des arbres en fonction de la pression démographique;
- La monoculture de rente : plantation d'arbres de rente tels les cocotier, giroflier, vanille, ylang-ylang, café ...etc.

L'agriculture est essentiellement une agriculture de « jardins » associant sur la même parcelle des bananiers, des arbres fruitiers et/ou des cultures vivrières, aussi que des cultures maraîchères.

Dans la région de Hamahamet on trouve la culture bananes, maïs, manioc, patates, légumineuses, surtout **le sagou** du **sagoutier** (Ntsambu), divers produits maraîchère (tomates, pommes de terre, etc.), ainsi que des arbres fruitiers (mangues, papayes, jaques, fruits à pain), qui font l'objet tout simplement pour la consommation familiale et à la ventes sur les marchés villageois ou urbaines.

Figure n°1 : Agriculture de jardins



Source : **Livre intitulé géographie des Comores**

2.1.4- Environnement social

Le Nord-Est est une région à vocation agricole, les paysans s'adonnent à la monoculture de rente (vanille girofle, ylang-ylang, café, coprah), que représentent la quasi-totalité des ventes à l'étranger alors que les prix sont actuellement très fluctuants ; ils ont été fortement handicapés par la dévaluation du franc comorien intervenue en 1994.

A cet effet, les techniciens de l'agriculture restent sans emploi ; la crise du sud-est asiatique de ces dernières années, et en particulier les incendies qui ont touché les campagnes et les forêts indonésiennes, ainsi que les cyclones à Madagascar ayant détruit de nombreuses plantations, ont redonné un peu d'espoir aux producteurs et quelques couleurs à cette plante. Les quantités moyennes exportées se sont élevées à 1721 tonnes pour le girofle en (2000-2003) et à 2055 tonnes en (2004-2006).

Pour apporter de nouvelles technologies dans cette région, il est important de convaincre les chefs de clans.

2.1.5 - Environnement politique

Améliorer le bien-être de la population, et réduire la pauvreté ainsi que les inégalités sociales, sont un seul mot d'ordre des dirigeants actuels.

Il appartient à tout un chacun de rechercher, de pratiquer et de mettre en œuvre les ressources, les moyens possibles pour y parvenir. Il convient alors de professionnaliser et intensifier l'agriculture dans cette région.

Dans le cadre de la décentralisation, les autorités locales commencent à prendre leur responsabilité dans le développement

2.1.6 - Environnement juridique

L'heure de la mondialisation et de la globalisation ont obligé les opérateurs économiques, et l'Etat à être compétitifs sur le marché international. C'est pour que l'appel aux investisseurs et capitaux étrangers s'avère nécessaire.

2.2- Objectif et intérêt du projet

2.2.1- Objectifs

2.2.1.1- Objectifs généraux

Notre future entreprise contribuera au développement économique et social de la région par le biais de la participation des agriculteurs de la région de hamahamet à la grande Comores. C'est de réaliser une activité variante et profiter du prix de girofle pour compenser la perte due à la baisse du cours de la vanille.

Pour le développement social de la région (car la population de cette région s'attache beaucoup à l'agriculture), cette orientation que nous proposons leur créera une opportunité harmonisée, un attachement et une source de revenu.

La population imprégnée d'une nouvelle connaissance et orientation (culture de girofle, respecte des normes, gestion d'une spéculation) sera certainement apte à amener la culture de girofle et d'améliorer leur revenus dans d'autres spéculation (culture de manioc, bananes, vanille, café...etc.). En conséquence, la participation des agriculteurs à la production des girofliers ainsi que l'amélioration sur le conditionnement apporté, les exportateurs n'auront jamais plus de soucis concernant le

quota, le tonnage et la qualité à satisfaire. Par la suit, la caisse de l'Etat sera sûrement augmentée par les impôts par les agriculteurs professionnels.

2.2.1.2- Objectifs spécifiques

Comme les Comores font parti des pays producteurs des clous de girofle da la planète, notre objectif est d'augmenter la production des clous de girofle dans la région de hamahamet et puisque le marché est loin d'être saturé, améliorer la production dans cette zone sera bénéfique pour le projet que nous proposons.

Les surfaces cultivables pour cette production restent encore sous exploitée.

2.2.1.3- Objectifs opérationnels

Son objectif, est de réaliser de façon optimal le processus de production (produit et service) selon les ordres de système de pilotage.

Le promoteur de ce projet est un jeune homme sortant en quatrième année à l'Université d'Antananarivo Madagascar, il a suivi des études en gestion à la FAC-DEGS en option finances et comptabilités.

Sans vouloir être orgueilleux, nous nous assurons capable de diriger, de réaliser et de gérer cette entreprise.

*** *Gestion de la production***

La production, activité économique consistant à créer des biens et services.

La production s'analyse ainsi comme le résultat d'une création de richesses obtenue à partir d'un travail fourni par l'homme. Pourtant, tout travail ne conduit pas nécessairement à une production. Une personne cultivant son jardin potager pour sa propre consommation ne produit pas au sens économique du terme. Deux éléments permettent de définir la production en économie : il faut que les biens et services produits s'échangent sur un marché ou que ceux-ci soient le résultat d'un travail rémunéré.

L'importance d'une production est un indicateur du dynamisme et de la richesse économique d'une entreprise ou d'un pays.

Le nouveau savoir faire que nous avons acquis au sein de l'université d'Antananarivo nous permet de procéder à l'adaptation des traitements pour avoir une bonne qualité de production dans un délai le plus court possible.

*** Conception du projet**

Se référant à la culture du giroflier aux Comores, à la richesse du sol dans le Nord-Est, en coût de la main d'œuvre et aux infrastructures existant dans cette région, il nous ait permis de choisir ce projet pour le développement économique et social de Hamahamet.

*** Mis en place et suivi du projet**

La mise en place de ce projet est une application des connaissances que nous avons acquise après des années de labeurs. Sa rentabilité est assurée d'avance parce que l'utilisation optimale des ressources humaines (main d'œuvre) ainsi que les ressources naturelles (richesse du sol) est minutieusement explorée. L'effet économique et sociale attendu sera toujours positif du fait que la région est vraiment à vocation agricole.

*** Pilotage de la méthode de plantation**

La plantation sera effectivement assurée par l'ingénieur assisté par des techniciens que nous avons contactés sur terrain, et nous permettant de partager ses compétences en culture du girofle. Du coté de réalisation, des études sur terrain nous permettent déjà de spécifier la période d'abondance de main d'œuvre (main d'œuvre à moindre coût).

2.2.2- Intérêt du projet

Ce projet présente un nombre important d'avantage du point de vue social, économique ainsi qu'environnemental.

Du point de vue social : le recrutement des nombreux paysans dans la culture du girofle car notre projet nécessite des éléments humains pour sa réalisation et son développement d'où une création d'emploi conduit logiquement à la baisse du taux de chômage qui est parmi l'origine de l'accroissement de la pauvreté aux Comores.

Sur le plan économique : l'augmentation de la consommation a des impacts économiques. La consommation est l'une des grandes fonctions économiques. La création d'une société permet à la réalisation des nouveaux revenus et ces derniers fait naître la consommation. Le girofle jouera un rôle considérable en ce sens que l'on pourrait tirer de ses fruits des multiples avantages tels l'essence qui en est extraite est

très riche en eugénol, l'huile essentielle très utilisée en pharmacie, en parfumerie, savonnerie, peinture et vernis ...etc.

Sur le plan environnemental : la culture de girofle est une solution idéale pour la protection de l'environnement, des sols contre l'érosion, pour tenir l'eau, ainsi pour aider à lutter contre la désertification.

1.3- Identité de l'entreprise

2.3.1- Activité

Ce projet a pour objet de créer une petite et moyenne entreprise (PME) dans le secteur agricole, plus précisément production et distribution de girofle.

2.3.2- Formes juridiques du projet

C'est un société à responsabilité limitée (SARL), société d'une nature juridique mixte qui emprunt ses caractères tant aux société de personne qu'aux sociétés de capitaux.

Par définition la SARL est une société à laquelle les associés sont responsables des dettes sociales, d'une concurrence de leur apport, dans le droit soit représenté part de part social.

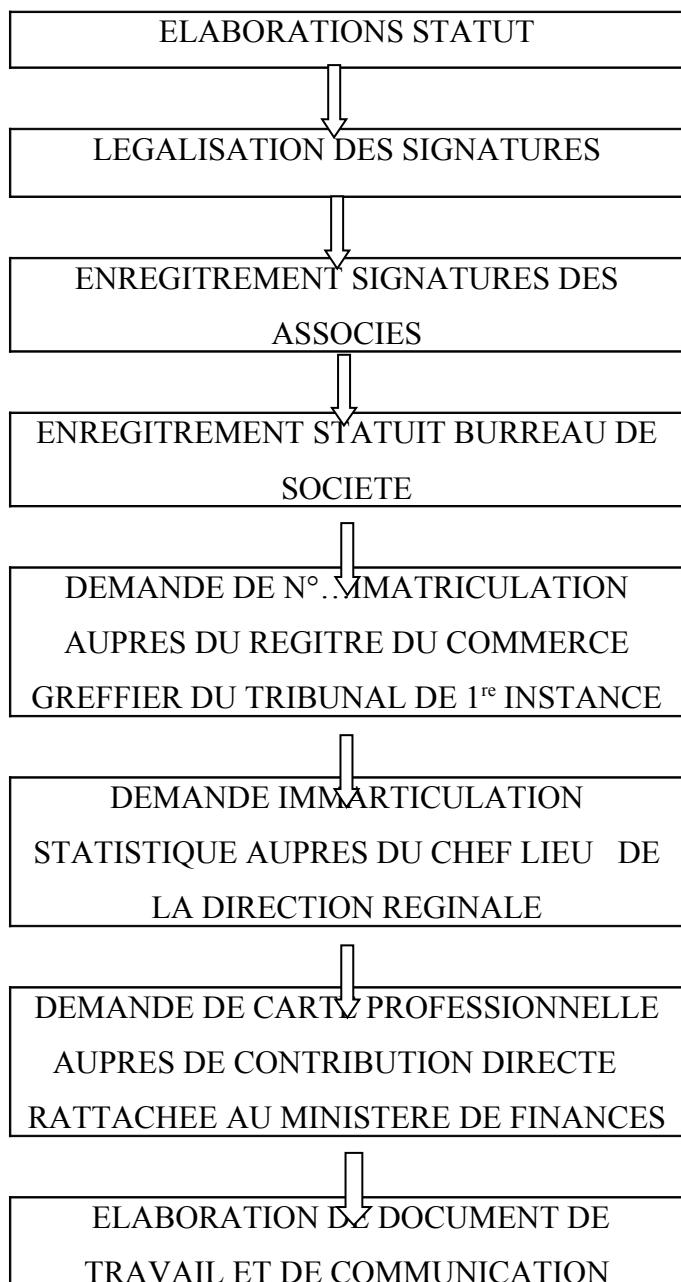
Le nombre minimum, d'associés varie entre une et cinq personnes au plus, avec un capital minimum de 750.000 FC. Il peut être constitué par une personne physique ou morale.

Il est désigné par une dénomination sociale. La SARL est géré par une personne ou plusieurs personnes physique associés ou non.

Par conséquent, l'entreprise devra être soumise aux règles en vigueur relatives à la constitution des sociétés comoriennes à savoir les conditions de fonds et de forme.

Pour créer une entreprise, plusieurs formalités doivent être remplies. Voici un schéma montrant les démarches administratives à suivre.

Figure n°2 :Elaboration du statut



Source : Auteur

2.3.3- Fiche signalétique

Notre entreprise qui prend la forme juridique SARL sera connue sous le nom de GIROCOM , un nom facilement identifié, un nom approprié au produit et à la localisation où l'on implante l'exploitation, littéralement : girofle des Comores.

La commune pilote de Mbeni, Région de Hamahamet a été particulièrement choisi pour abriter le siège national de la société qui dispose d'un capital social de 235 000 000FC.

Après études et analyses approfondies, nous estimons une durée de vie de 99 ans pour la société GIROCOM. Les caractéristiques ci-après aideront à mieux cerner la configuration de la société.

* Forme juridique : SARL (Société à Responsabilité Limitée)

* Raison sociale : GIROCOM

* Capital social : 235 000 000 FC

* Siège social : Commune pilote de Mbeni, région de Hamahamet

* Durée de vie : 99 ans

Comme la présentation de notre projet a été détaillé à la généralité sur le girofle en premier temps qui est l'élément d'assise de notre activité, nous allons procéder en second plan les analyses sur l'étude de marché et aspect marketing, qui est l'un des principaux facteurs dans la mise en place du projet.

CHAPITRE II :

ETUDE DE MARCHE ET ASPECT MARKETING DU PROJET

Dans ce présent chapitre, nous allons donc voir en détail deux sections mises en œuvre sur l'étude de marché et l'aspect marketing qui exposent une importance essentielle du projet.

SECTION 1 : ETUDE DE MARCHÉ

L'étude de marché est un ensemble de méthode et techniques permettant de recueillir toutes les informations adéquates et fiables concernant le marché de girofle.

1.1- Description de marché visé

1.1.1- Définition du marché

Le marché, c'est la rencontre réel ou idéal de l'offre et de la demande.

C'est l'observation systématique, le circuit de débouché du produit en la capacité de production, de trouver le meilleur endroit pour acheminer le produit, jouir des techniques d'approche correspondant à la tradition, et à la situation de chaque endroit qu'on veut influencer ou marché.(1)

1.1.2- Etat du marché

L'étude de marché implique l'utilisation d'enquêtes, de tests et d'études statistiques afin d'analyser les tendances de la consommation et de prévoir la quantité et le lieu d'un marché favorable à la vente rentable de produits et de services. Les sciences sociales sont de plus en plus utilisées dans la recherche de clients

Cependant, avant de prendre des décisions, les services commerciaux de l'entreprise ont besoin d'information fiable concernant ses clients, ses fournisseurs, ses distributeurs et ses concurrents.

Dans les marchés d'entreprises on distingue de différente sorte de consommateurs à savoir :

- les consommateurs absous ;
- les consommateurs relatifs ;

(1) : cour théorique en classe

- le marché potentiel de l'entreprise (des consommateurs relatifs, des consommateurs actuels à retirer aux Concurrents).

Le marché potentiel est difficile à saisir concrètement, On ne connaît pas les raisons d'abstention des Non consommateurs relatifs.

Dans l'analyse du marché, on doit trouver les motivations des consommateurs et les relations existantes entre les consommateurs et le produit se trouvant sur le marché.

1.2- Analyse de l'offre

L'offre est la quantité de bien ou services que souhaite vendre l'ensemble des agents économiques. Par conséquent, nous allons analyser les deux aspects principaux tels que la caractéristique de l'offre et l'étude de l'environnement de l'offre.

1.2.1 - Caractéristique de l'offre

On doit noter que le produit que nous proposons devrait répondre aux conditions ainsi qu'aux normes exigées par les marchés, ou autrement dit par les clients. Nous nous devons donc satisfaire nos clients à la fois quantitativement et qualitativement. Un effort spacieux doit fournir pour convaincre les clients vu le caractère nouveau du produit lancé et pour ce faire, les aspects suivants doivent être respectés :

- collecte de l'ordre de 553,5T de clou de girofle dans cinq ans ;

- vente des sous produits nécessaires à la production de l'huile essentielle très utilisée en pharmacie pour ses qualités toutes aussi nombreuses reconnues : à la fois stimulantes, excitantes, digestives, analgésiques, bactéricides et insecticides ; mais aussi en parfumerie, savonnerie dans la préparation de pâtes dentifrice.

En effet, il faut noter qu'actuellement, l'offre spécifiquement dans ce domaine est considérablement inférieure à la demande, ce qui nous amène donc à conclure que plusieurs clients seront intéressés une fois que les produits seront descendus.

1.2.2 - Etude de l'environnement de l'offre

Il faut préciser que compte tenu des difficultés pour l'exportation, la société se limite d'abord à la vente locale. Nous avons comme principale cible les exportateurs Comoriens qui ont déjà la connaissance du marché extérieur.

En effet notre cible est les industries pharmaceutique, cosmétique, les grossistes, les distributeurs à titre d'exemple : Comores vanille et plantes (C.V.P) : BIOCOP et la maison des épices des comores.

Notons qu'actuellement, le girofle est la plus demandé sur le marché local ainsi que sur le marché international.

De ce fait, les exportateurs Comoriens déterminent leurs instructions d'achat selon que nos produits suivent les normes internationales.

1.3 - Analyse de la demande

1.3.1 - Situation globale de la demande

La demande est la quantité de bien ou services que veut acheter l'ensemble des agents économiques.

Il s'agit d'abord de détecter le nouveau « besoin » ou une nouvelle manière de satisfaire « un besoin existant ».

Il a pour objet de savoir qui seront les consommateurs à cibler qualitativement afin de mieux les connaître, pour les séduire le plus rapidement et plus durablement.

Dans ce cas nous permettons donc d'analyser la structure de collecte par les entreprises exportatrices, distributeurs, des grossistes, ...et de connaître le niveau de modalité de collectes des clous de girofle. En effet la demande est caractérisée par les habitudes des consommateurs, les revenus, le goût et le prix du bien.

1.3.2 - les comportements de consommateur

Dans la conjoncture actuelle, différents facteurs peuvent influencer la demande :

- la croissance démographique et économique ;
- le pouvoir d'achat des consommateurs ;
- le nouveau de prix aux consommateurs ;

- la qualité de produit ;
- l'élasticité et la demande par rapport aux prix ;
- l'évolution et la transformation des habitudes alimentaires

Etant donnée que Comores tient sa place mondiale tant sur la qualité que sur la quantité du clou de girofle. Ici la société va assister à une augmentation de la consommation du girofle chez les consommateurs. Pour cela, on essaie d'améliorer la qualité de girofle en vue de satisfaire les attentes des exportateurs et des utilisateurs telles que la fraîcheur, le fait d'être un produit biologique, d'avoir une couleur, le parfum ainsi que le taux.

Actuellement, les plus grandes consommations de girofle sont :

1. Consommateur de girofle (en tonne/ an)

L'Inde avec une quantité de	30 000	48,4%
Malaisie avec	20 000	32,3%
Europe	3 000	4,8%
Afrique du nord	3 000	4,8%
Indonésie	3 000	4,8%
Etats-Unis	2 000	3,22%
Divers	1 000	1,61%
TOTAL	62 000	100%

Source : Ministère du commerce (2005)

Motivation :

En ce qui concerne la motivation, c'est la stimulation de la volonté qui donne une raison d'agir.

Elle repose sur deux catégories à savoir :

- **La motivation rationnelle** : déterminée par la qualité du produit que nous étudieront à partir des trois critères ci-dessous :

- Zéro défaut : sur le produit à traiter.
- Zéro délai : respecte des exigences des clients.
- Zéro déchet : maîtrise et respect de l'environnement.

- La motivation irrationnelle : définit pour la technique de SONCAS.

- Sécurité du produit et des producteurs.
- Orgueil toucher l'acte d'achat du client potentiel.
- Nouveauté : rechercher les meilleures qualités (couleur, parfum).
- Commodité
- Argent : motivation, prix très abordable.
- Sympathie.

La motivation des consommateurs repose généralement sur le fait que le produit soit un produit de bonne qualité qui suit des normes phytosanitaires.

Le prix a une grande importance dans leur motivation d'achat.

En outre, la production c'est-à-dire le fait d'avoir beaucoup plus de stock.

1.4- Analyse concurrentielle

Afin de résister le plus longtemps possible sur le marché, il s'avère indispensable de bien étudier la concurrence c'est-à-dire l'étude de l'existant sur le marché local concernant le produit plus précisément les forces et faiblesses des concurrents ainsi que l'évaluation du part du marché.

1.4.1- Force et faiblesse des concurrents

Par définition la concurrence, c'est une compétition entre commerçant, entreprise ou produits visant à attirer une même clientèle.

On peut enregistrer certaines entreprises qui tardent à cause du manque de technique et de matériel, malgré les entreprises en place qui n'arrivent pas à subvenir aux besoins des consommateurs.

Dorénavant, on doit se positionner : c'est défini, face aux concurrents la manière dont l'offre sera façonnée et donnée au produit une image dans l'esprit des consommateurs.

On doit attribuer une place dans l'esprit du consommateur, et correspond à un créneau vacant qui répond aux attentes du consommateur et non occupé par les rivaux

Dans le cas de notre projet, les concurrences se trouvent dans le capital de Moroni Ngazidja, car la BIOCOM- C.V.P (Comores vanille et plantes) qui se trouve sur la zone envisagée se base surtout sur la vanille.

La concurrence directe est donc effectuée par les exportatrices de l'île d'Ajouan, c'est là où elle possède la production en masse du girofle aux Comores et les pays producteurs.

Pour la concurrence indirecte, ce sont des entreprises productrices synthétiques. En effet, l'offre est encore faible et que l'on peut toujours pénétrer sur le marché.

Les points faibles des concurrents :

- La collecte du clou se fait avant sa maturité.
- La mauvaise maîtrise de technique de préparation d'inflorescence par les paysans et par préparateurs.
- La présence du lot de girofle dénaturée par les pratiques frauduleuses pour augmenter le poids du lot livré.

Leur point fort :

Malgré ces faiblesses, les concurrents connaissent encore une certaine force c'est-à-dire :

- Elles sont de la notoriété sur le marché.
- Elles sont très développées et possèdent une très grande expérience dans le domaine.
- Elles ont une très grande superficie de terre cultivée.

Opportunité du projet :

Comores gardent son image de marque (qualité et production) malgré la montée fulgurante des concurrents.

Un projet de restructuration de la filière est mis en étude par des représentants ministériels, organismes et membres du secteur privé.

Le 05 octobre 2006 à Mutsamudu (Ajouan), après un débat épique portant sur la structure des prix et le prix du girofle entre représentant ministériels, élus et membres

du secteurs privé et d'organisme d'appui, il est ressorti que dorénavant l'état fixera le prix d'achat du girofle auprès du producteur en fonction du prix stipulé dans chaque contrat d'exportation.

Menace du projet :

La dévaluation du franc comorien intervenue en 1994 aux Comores a un impact sur le prix du clou de girofle.

En ce qui concerne la concurrence internationale, elle est principalement constituée par planteurs d'autres pays tels que l'Indonésien, Madagascar, Tanzanie,

Sri Lanka...

2. Production mondiale en tonne

PRODUCTION EN TONNES. CHIFFRES 2003-2004		
Indonésie	87 909	71 %
Madagascar	15 500	12 %
Tanzanie	12 500	10 %
Sri Lanka	4 100	3 %
Comores	3 013	2 %
Autres pays	1 370	1 %
TOTAL	124 392	100 %

Source : Site Internet, Données de FAOSTAT ([FAO](#)), www.epice-comores.com

1.4.2- Evaluation du part de marché

Part du marché, proportion des ventes globales d'un produit ou d'un type de produit réalisée par une société sur un marché donné.

Au cours de ces dix derniers années, la structure par produit de commerce extérieur des Comores n'a pas subi d'importantes modifications : exportations basées uniquement sur les trois produit de rente que sont la vanille, le girofle et l'ylang-ylang, et importations essentiellement composées de produits de consommation courante.

L'origine des importations a par contre évolué, Europe perdant sa première place au profit du Moyen-Orient, plus particulièrement des Emirats Arabes Unis, compétitifs notamment en matière de coûts d'assurance, de fret et délai de livraison.

Le degré d'ouverture de l'économie est resté stable au cours de la période, à environ 30% du PIB.

Pour les produits de rente exportés, la part de marché des Comores est relativement faible par rapport à celle des principaux concurrents du pays, à l'exception de l'ylang-ylang dont les Comores demeurent le premier producteur mondial. Le pays subi de ce fait les fluctuations des prix déterminées par l'évolution des marchés internationaux.

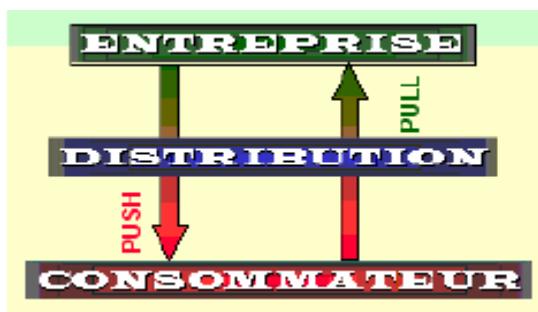
SECTION 2 : ASPECT MARKETING DU PROJET

Dans cette section, nous allons voir en détaille l'aspect marketing du projet à savoir la stratégie marketing ainsi que la politique marketing.

2.1- La stratégie marketing

La stratégie marketing est l'ensemble des mesures des décisions à caractère commercial auxquelles notre entreprise devrait admettre, dans le sens d'assurer le bon fonctionnement du marché.

2.1.1 - Stratégie Push ou Pull



Pull : Investir en publicité de façon à développer une préférence pour la marque.

Push : Utilisation de la force de vente pour promouvoir le produit.

Nous envisageons d'adopter la stratégie Push pour mieux faciliter la distribution de notre produit vers les consommateurs.

2.1.2- Stratégies de coût

Ce que l'on appelle les stratégies sont des stratégies qui orientent de façon prioritaire tous les efforts de l'entreprise vers un objectif considéré comme primordial :

la minimisation de ses coûts complets. Ceux-ci incluent, outre le coût direct de fabrication d'une unité de produit, les coûts de conception, de marketing, de distribution, les coûts liés à l'investissement, ainsi que les coûts administratifs.

Ces stratégies de coût se fondent sur le postulat suivant lequel l'entreprise la plus compétitive est celle qui a les coûts les plus bas ; en d'autres termes, c'est la capacité de l'entreprise à minimiser ses coûts qui fonde son avantage concurrentiel. Si, pour un produit donné, il existe un prix de marché qui s'impose à l'ensemble des entreprises en concurrence, l'entreprise qui a les coûts les plus bas obtient les marges les plus importantes, et peut investir pour renforcer encore sa position concurrentiel. Cette entreprise est celle qui parvient à saisir de la façon la plus efficace l'ensemble des facteurs clés de succès de son domaine d'activité.

2.1.3- Stratégie de diversification

Elle consiste à élargir les activités pour capter d'autre marché, pour repartir le risque et assurer la croissance de l'entreprise.

Il existe deux grands modes de diversification : la diversification technique, qui consiste à recourir à de nouvelles matières ou à de nouvelles techniques et la diversification commerciale, qui revient à développer de nouveaux produits ou de nouveaux marchés.

La diversification vise souvent à répartir les risques. Si l'entreprise a plusieurs activités, il est en effet peu probable qu'elles soient toutes touchées en même temps par des difficultés. Elle vise également à améliorer la rentabilité, car les nouveaux marchés sont en général générateurs de profits élevés puisque la concurrence y est plus faible.

La diversification peut s'opérer par croissance interne, quand les compétences nécessaires par la nouvelle activité sont relativement proches des compétences mises en œuvre pour l'activité déjà exercée ou par rachat d'une autre entreprise.

Certains échecs retentissants les ont toutefois amenées à plus de prudence et en particulier à rechercher une véritable compétence dans leurs nouvelles activités.

2.1.4- La stratégie de différenciation de produit

Dans cette stratégie l'entreprise cherche à proposer un produit qui soit perçu différemment pour demande, grâce ainsi à valoriser un produit unique sans substituer.

La différence que l'entreprise met en avant par rapport à ses concurrents peut être technique, qualitatif, commercial. Et celui apporte un avantage concurrentiel au moins temporairement.

La différenciation doit être significatif et visible par les clients et aussi valorisable en terme du coût et de marge par l'entreprise.

Elle peut se concrétiser de plusieurs manière : une sophistication de produit par la marque, qualité, l'accès et une spécialisation par un segment très restreint.

Cette voie offensive pousse les concurrents à réagir, ce qui suppose soit une rentabilisation rapide de l'avance obtenue, soit une différenciation difficile à contrer.

2.2- Politique marketing

Le marketing adopté c'est le marketing mix qui est l'élément central de la stratégie, étudie au niveau de (P.P.D.C) :

- Produit
- Prix
- Distribution
- Communication (publicité, promotion)

2.2.1- La politique de produit

Il y a des éléments liés au marché qui sont souvent déterminants pour la mise en œuvre d'une politique de produit.

Une attention constante portée à la demande et à l'offre, et à leurs tendances, permet ici les bonnes décisions.

Pour notre entreprise, il sera nécessairement à répondre des conditions d'exigibilité des clients de nos produits.

Ces conditions d'exigibilités comprennent des exigences techniques et de l'adaptation commerciale du produit sur le marché visé.

Nous expertisons de bien vouloir veiller aux prescriptions techniques c'est-à-dire aux normes de la production : traitement, conditionnement.

Nos produits doivent compter une valeur ajoutée pour maintenir une bonne image de girofle des Comores. Afin d'acquérir à cet objectif, l'entreprise va assurer le suivi de girofle de sa plantation jusqu'au conditionnement.

2.2.1.1- Définition de produit

Le **giroflier** ou **girofle** (*Syzygium aromaticum*) est un arbre d'origine Indonésienne à feuilles persistantes ovales et coriaces, pouvant atteindre 12 à 20mètres de hauteur. Les fleurs à 4 pétales blancs rosés sont caractérisées par leurs sépales rouges persistants. Avant l'épanouissement, les boutons floraux sont nommés « clou de girofle ». C'est à cette époque qu'on les récolte avant de les laisser sécher jusqu'à ce qu'ils prennent une teinte brun foncé.

2.2.1.2- Présentation de produit

Un produit proposé aura comme atout : la qualité, la marque, les caractéristiques, les styles, les présentations.

Figure n°3 :Giroflier



Source : site Internet. www.epces-Comores.com

Le girofle est un arbre persistant magnifique de taille moyenne se situe aux environs d'une quinzaine de mètres de haut, apprécie les ambiances de bord de mer pour

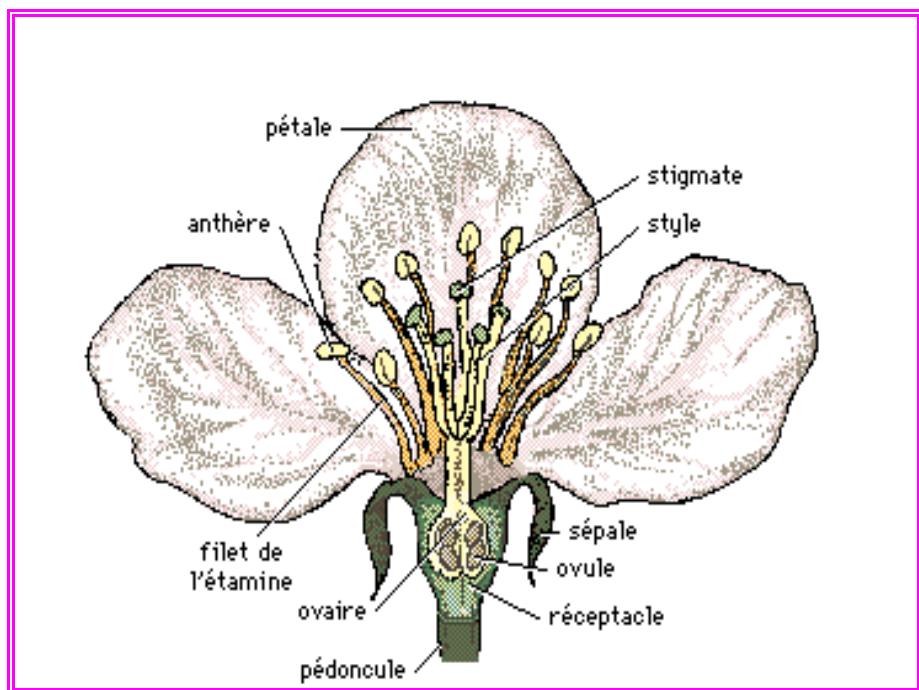
prospérer, mais aussi des pluviométries abondantes, un bon ensoleillement et de basse altitudes.

L'écorce et les feuilles, toutes très lisses, sont extrêmement odorantes, l'essence qui en est extraite est très riche en eugénol qui sert dans la préparation de vanilline artificielle.

Les fruits du giroflier peuvent être utilisés en confiserie.

Les clous de girofle produisent une huile essentielle très utilisée en pharmacie pour ses qualités toutes aussi nombreuses que reconnues : à la fois stimulantes, excitantes, digestives, analgésiques, bactéricides et insecticides ; mais aussi en parfumerie, savonnerie dans la préparation de pâte dentifrice, pour la fabrication de certains peintures et vernis.

Figure n°4 :Coupe d'une fleur



Source : [Encarta 2006](#)

Ses fleurs ont de beaux pétales jaunes que l'on ne voit jamais puisque l'on cueille les boutons avant qu'ils ne deviennent étamines.

Une fleur est formée de quatre sortes d'éléments. Les sépales (le calice) forment une enveloppe, souvent verte, autour du bourgeon, avant son éclosion. Les pétales (la corolle) sont souvent colorés et odoriférants, ce qui attire les insectes

polliniseurs. Calice et corolle constituent le périanthe, enveloppe florale qui protège les éléments sexuels de la fleur.

Ceux-ci sont les étamines (organes mâles), groupées en un ou deux rangs circulaires, et pistil (organe femelle), composé de carpelles. Les carpelles comportent chacun stigmate, style et ovaire. Après la fécondation, les carpelles hypertrophiés forment le fruit.

2.2.1.3- Utilisations du produit

Figure n°5 :Clous de girofle



Source : [Encarta 2006](#)

Les clous de girofle utilisés entiers ou en poudre entrent dans la préparation de nombreux entremets et dans la composition de cocktails.

En cuisine, il entre dans la poudre des cinq parfums chinois et de nombreux mélanges d'épices indiens. Planté dans un oignon, il relève les bouillons du pot au feu, les marinades, les pâtes et les civets où son alliance avec l'ail fait merveille, les pains d'épices et certaines boissons : tisanes ou thés parfumés, jus de fruits et vins chauds. Il se marie particulièrement bien avec la pomme, la poire et l'orange. C'est pourquoi on utilise pour réaliser la pomme d'ambre : délicat parfum d'intérieur. Il suffit pour cela de piquer une orange de clou de girofle.

Des utilisations plus inattendues : parfumer et désinfecter une pièce en chauffant des clou de girofle, calmer une douleur dentaire en mâchant un clou, éloigne

les odeurs en piquant des clous dans les organes. Shakespeare signalait que certains Anglais portaient des clous de girofle sur eux pour atténuer les odeurs corporelles. En Indonésie, broyés ils sont utilisés mélangés au tabac. L'essence provient de la distillation d'une infusion de clous et utilise en aromate ou en parfum.

Recette Thé aux épices

Ingrédients pour 1 tasse :

- 1 pincée de thé de Ceylan
- 2 clous de girofle
- 1 bâton de cannelle
- 3 gousses de cardamome
- Sucre

Préparation :

- Faire bouillir tous les ingrédients ensemble pendant 5 minutes
- Filtrez avant de servir et sucrez selon votre goût.

Recette-Tisanne épicée et digestive

Ingrédients pour 1 tasse :

- 1 pincée de verveine, de tilleul ou de mélisse
- 2 clous de girofle
- 2 bâtons de cannelle
- 1 zeste d'orange du sucre ou du miel

Préparation

- Mettre dans une mousseline épices et zeste d'orange et nouez-la avec un fil de cuisine.
- Faites bouillir de l'eau, y mettre les feuilles de l'infusion et la mousseline.

- Laissez infuser trois minutes.
- Servir chaud et sucré selon votre convenance.

2.2.2- Politique des prix

Le degré de liberté d'action que possède une entreprise pour déterminer sa politique de prix est fonction de la place sur le marché, de la forme de cette marche, de la phase dans laquelle se trouve le produit dans son cycle d'évolution.

Les clous de girofle doivent être soumis au contrôle du conditionnement et répondre aux caractéristiques et aux qualités.

A cet effet, le prix devra être déterminé à partir :

- des variables quantitatives et qualitatives des produits ;
- des observations du prix sur le marché mondial ;
- du positionnement du cycle de vie du produit.

A propos du prix que la société a choisi, il faut noter lors de son entrée sur le marché, nous avons choisi pour une stratégie de pénétration plus précisément, produire plus mais à bas prix et aussi rentable. Ceci, pour attirer l'attention des clients.

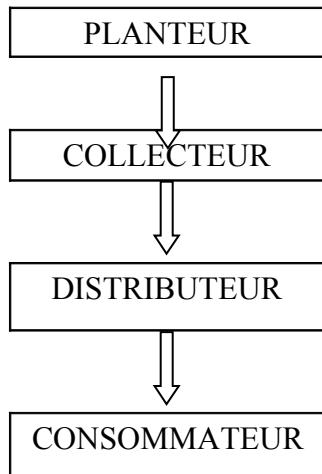
Le prix du clou sera fixé à 2000 FC le kilogramme soit 4,07 Euro le kilogramme avec un taux de marge de 20%.

2.2.3- Politique de distribution

La taille, la puissance financière, l'expérience commerciale, la politique marketing peut avoir un rôle déterminant pour la politique de distribution de l'entreprise.

La société a choisi comme circuit de distribution le circuit long, c'est-à-dire que nous allons entrer en contact direct avec le client.

Figure n°6 :Circuit de distribution



2.2.4- Politique de communication

L’entreprise engagera des actions de communication propre à l’entreprise mais compte tenu du coût, elle projettera dans une période donnée de la promotion collective qui assure la caisse de stabilisation des recettes du clou de girofle au niveau du marché international.

Comme moyens de communication, les premiers sont ceux qui comportent un contrat direct avec les clients et notre société ; cela se fera donc par le biais de notre Directeur Général et notre Directeur Commercial pour avoir une collaboration avec d’autres entreprises.

Leurs participations à des manifestations collectives auxquelles assistent les prescripteurs, les grossistes, et/ou distributeurs et clients seront également utilisées pour faire connaître le produit de la société. Et à considérer également les relations publiques qui consistent à organiser les événements pour gagner la sympathie de la presse et des clients importants de la société. Cet événement permet de les informer et qu’en retour, ils diffusent des informations sur la société au public. Les différentes formes de relation publiques à mener peuvent être : des visites d’entreprises ; des réceptions ; des cadeaux à la presse.

Nous pourrons aussi organiser des conférences et des ventes exposition et de promotion concernant la filière girofle. La création des sites web est atout pour la publication de notre future entreprise.

CHAPITRE III :

THEORIE GENERALE SUR L'EVALUATION DU PROJET

Pour évaluer notre projet d'investissement, on doit comparer le capital investi à la somme de surplus monétaire (cash-flows). Quatre critères principaux d'évaluation doivent ainsi mettre en évidence : la valeur actuelle nette, le taux de rentabilité interne, la durée de récupération capitale investie et l'indice de profitabilité.

SECTION 1 : LES CRITÈRES QUANTITATIFS

1.1- La valeur actuelle nette (VAN)

1.1.1- Définition

C'est la différence entre la somme de surplus monétaire (cash-flows) prévisionnels actualisés que l'on peut associer à un projet d'investissement et le coût initial de ce projet.

1.1.2- Formule

$$VAN = \sum_{j=1}^n CFN (1+i)^{-j} - I_0$$

Avec CFN: cash-flows nets

$(1+i)^{-j}$: coefficient d'actualisation

i : taux d'actualisation

I_0 : investissement initial

1.1.3- Interprétation

La VAN permet de faire un jugement sur la rentabilité du projet. Si elle est positive, cela signifie qu'il est intéressant d'investir à ce projet.

Un projet d'investissement est d'autant plus intéressant que sa valeur actuelle nette qui est plus grande.

La valeur actuelle nette mesure l'avantage absolu susceptible d'être retiré d'un projet d'investissement. Elle dépend donc de l'importance du capital investi dans le projet.

Enfin, elle ne permet pas de comparer des projets qui exigent des capitaux investis différents.

1.2- Indice de profitabilité (IP)

1.2.1- Définition

L'indice de profitabilité, c'est le quotient de la somme des cash-flows actualisés par le montant du capital investi.

1.2.2- Formule

$$\boxed{IP = \frac{1}{I} \sum_{j=1}^n CFN_j (1+i)^{-j}}$$

i: Taux d'actualisation

CFN: Cash-flows

j: Durée du projet

1.2.3- Interprétation

Pour qu'un projet d'investissement soit acceptable, il faut que son IP soit supérieur à 1($IP > 1$).

Un projet d'investissement est d'autant plus intéressant que son IP est plus grand.

1.3 : Le taux de rentabilité interne (TRI)

1.3.1 - Définition

Le taux de rentabilité interne est défini comme étant le taux pour lequel il existe une équivalence entre le capital investi et l'ensemble des cash-flows.

1.3.2 - Formule

$$\text{TRI} = \sum_{j=1}^n \text{CFN} (1+i)^{-j} - I_0 = 0$$

Equivalence à la date 0, le taux de rentabilité interne (TRI) et le taux d'actualisation pour lequel la VAN est nulle.

1.3.3- Interprétation

- Si $\text{VAN} \geq 0$, on choisit un taux élevé par rapport au précédent
- Si $\text{VAN} < 0$, on utilise un taux moins élevé
- Si on obtient le taux qui annule la VAN et l'autre reste positif.

Les valeurs les plus faible des ces deux taux sont celles approximatives de zéro, et à partir de là on passe à l'interpolation linéaire.

1.4- Délais de récupération de capitaux investis (DRCI)

1.4.1 - Définition

C'est le temps au bout duquel le montant cumulé des cash-flows actualisés est égal au capital investi. En d'autre terme, c'est le temps nécessaire pour récupérer le fonds investis.

1.4.2- Interprétation

Le délai de récupération est utilisé par sa simplification, il est donc une mesure de sécurité par rapport aux risques inconnus.

Plus le DR est court, plus l'investissement est réputé intéressant. On admet, en effet, que : le risque encouru par l'entreprise est d'autant plus faible que le DRCI. Pour qu'un projet d'investissement soit acceptable, il faut que le délai de récupération soit inférieur à un délai fixé par l'entreprise.

Enfin, le DR ne tient pas compte de CFN qui se situe au-delà de la récupération de l'investissement. Ainsi on peut dire que le délai de récupération est myope.

SECTION 2 : LES CRITÈRES QUALITATIFS

Divers critères devraient être mise en œuvre pour que le projet soit acceptable à savoir : la pertinence, la cohérence, l'efficacité, et de l'efficience.

2.1- La pertinence

Un critère pertinent doit, d'abord, être fortement lié aux comportements et attitudes des consommateurs à l'égard du produit auquel nous nous intéressons. D'une façon plus claire, les segments que le projet définira devront présenter des différences accusées dans leurs comportements ou leurs attitudes à l'égard de ce produit.

En effet, pour être avantageux, il faut que ce critère soit facilement mesurable ou du moins identifiable. Les critères démographiques et socioculturels répondent en général à cette condition.

2.2- L'efficacité

Si on parle de l'efficacité, deux questions fondamentales devraient être posées :

Qu'est le degré de réalisation des objectifs du projet, du point de vue de qualité, quantité, et délais d'exécution ?

Les produits contribuent-ils à la réalisation des objectifs du projet ?

En générale, l'efficacité dans la réalisation du projet s'explique donc par l'atteinte des objectifs sans considération des coûts.

2.3- L'efficience

L'efficience permet de mesurer la comparaison des coûts et de résultats. Nous pouvons considérer l'efficience comme l'efficience à moindre coût. L'économie joue donc un rôle plus qu'important en matière d'efficience. Le premier objectif c'est de pouvoir atteindre sa finalité tout en dépensant le minimum de coût possible.

CONCLUSION PARTIELLE

La première partie de cet ouvrage nous a permis d'étudier la description générale du projet enfin d'identifier les différents facteurs environnementaux dans notre entreprise envisagée. Elle met en évidence les objectifs et les intérêts du projet.

En effet, nous allons aborder en deuxième partie la faisabilité technique de projet respectivement la technique de production et l'aspect organisationnel.

DEUXIEME PARTIE :

LA FAISABILITE TECHNIQUE DU

PROJET

LA FAISABILITE TECHNIQUE

Dans cette partie, nous allons voir en détail les points importants pour mieux appréhender les tâches programmées. Il est essentiel de bien comprendre la technique de production adoptée par la société.

En effet, nous étudierons dans cette partie deux chapitres qui sont la technique de production et l'aspect organisationnel.

CHAPITRE I : LA TECHNIQUE DE PRODUCTION

Deux sections sont très importantes à étudier dans ce présent chapitre qui fait l'objet de notre étude de production connaissant respectivement : la description de l'exploitation ainsi que l'identification des ressources.

SECTION 1 : DESCRIPTION DE L'EXPLOITATION

Cette étude portera sur la technique de production de notre projet afin d'analyser tous les renseignements sur le produit ; les différentes stades à suivre pour la plantation du giroflier.

Pour cela, notre société doit suivre les normes exigées par l'exportateur pour que nos produits soient vendables sur le marché.

1.1- Préparation du sol

Le terrain est défriché sans incinération, puis désherbé. Les lignes de la plantation espacées de 8 ou 10m sont piquetées. Cette opération s'effectuera en mai et en juin.

Elimination des souches et des pierres, disposer les débris végétaux en ligne.

- piquetage
- trouai son
- plantation

1.2- Plantation

On réalise, soit un ombrage permanent, soit un ombrage provisoire pour réduire l'insolation d'un tiers ou de moitié. Dans le nord-est où le ciel est très souvent nuageux, il ne faut pas d'ombrage.

Chaque piquetage d'un rangée au centre et mise en place des petites repères tous les 1,50 m à 2,00 m selon la richesse du sol.

Dans le cas où le tuteur ne fournit pas assez d'ombrage, on construit un petit abri avec la paille pour protéger la partie supérieure de la plante contre le soleil.

Pour la fertilisation, on incorpore 10 à 20kg de fumier dans les trous avant la plantation.

En général, on doit respecter les étapes suivantes : la préparation du matériel végétal et la préparation du sol et semis des graines.

1.3- Le suivie

Des procédures et méthodes doivent mettre en évidence pour le contrôle du produit sans interruption pendant le temps donné jusqu'à la récolte.

1.4- La récolte

Les jeunes girofliers demandent beaucoup d'occupation tout au long de la croissance, plusieurs attentions sont remarquées, ce qui nous engage d'adapter le système marginal de suivi et de contrôle sur la qualité.

Sur le terrain, on devra assurer qu'aucune récolte ne sera réalisée avant la maturité des fruits, la première récolte c'est après 5 ou 6 ans, et que la production ne devient significative.

Dès que les fleures commencent à perdre la couleur verte pour prendre une couleur rouge brun et que des fines boutons apparaissent, il faut les récolter.

Récolter les boutons floraux (clous) lorsqu'ils sont de couleur rose, juste avant l'épanouissement de la fleur.

Les collectes de 25 à 30 kg/ jour sont une moyenne normale pour un bon cueilleur, chaque arbre fournit entre 6 et 25kg de clous frais par an.

Figure n°7 : La récolte girofle et d'ylang-ylang aux Comores

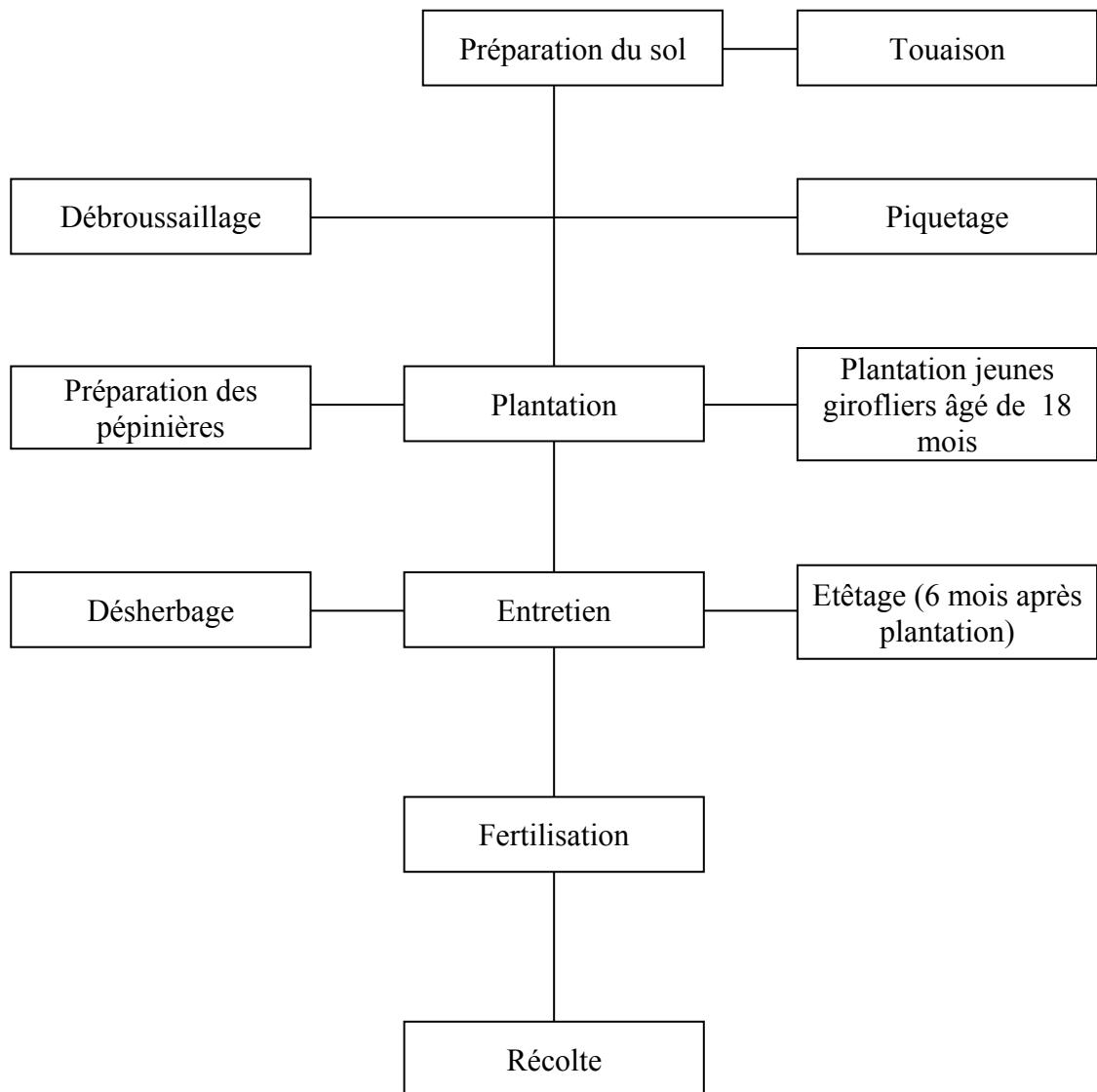


Source : Livre intitulé géographie des Comores

1.5- Processus de production :

La production a généralement lieu dans la région de Hamahamet en décembre, en janvier et février lorsque les pluies sont suffisantes. Il n'est pas recommandé de planter en mars et avril car les risques de pourrissement des pépinières sont très grands.

Figure n°8 : Processus de production



Source : **Auteur**

1.6- Processus de préparation

Elle consiste à favoriser la formation des parfums et la couleur, pour donner un bon aspect, ainsi qu'à éviter la formation de déhiscence.

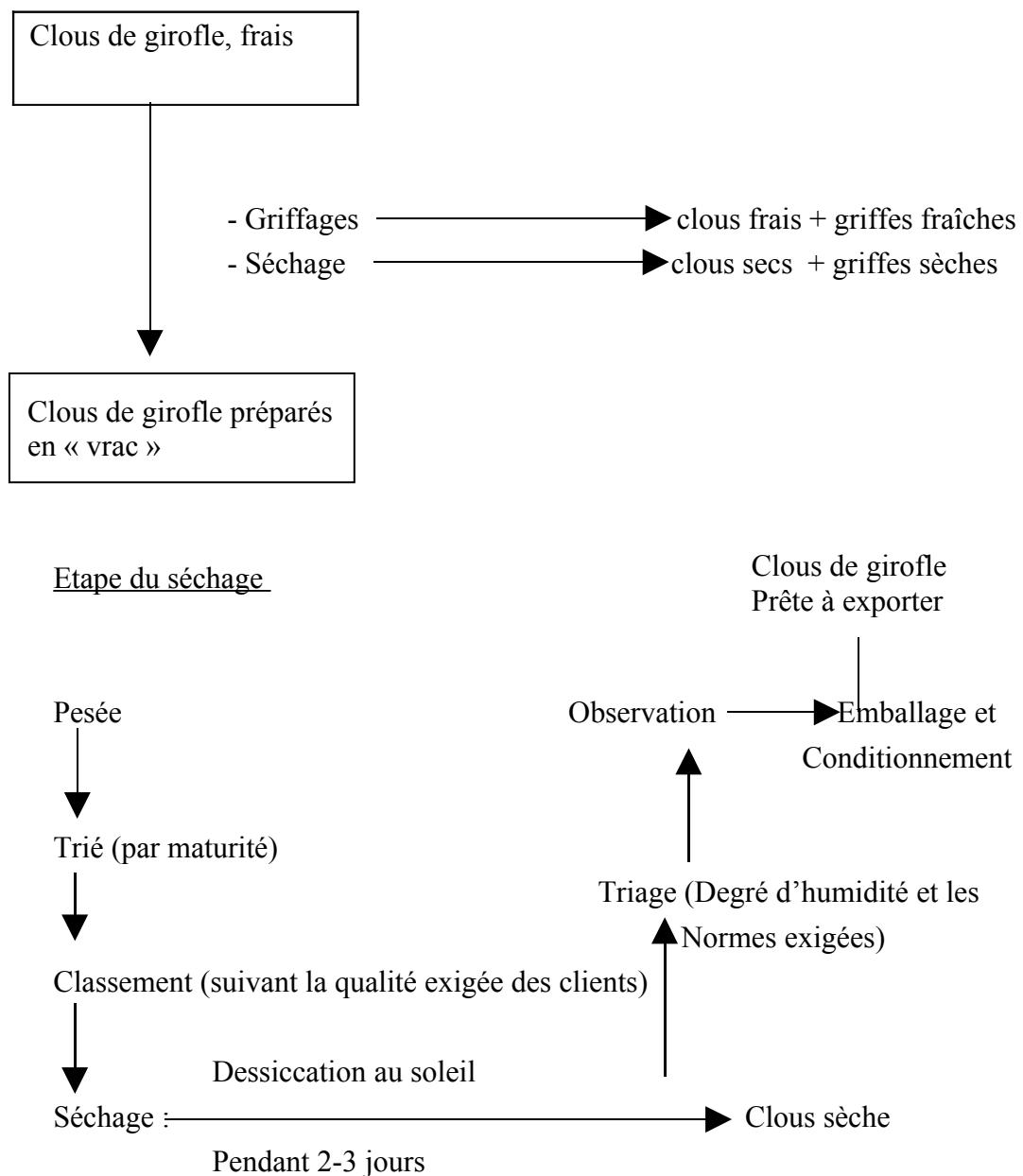
A l'usine :

A partir du girofle, on peut préparer deux produits principaux : les clous et l'essence du girofle.

Figure n°9 :Chaîne de préparation

A l'usine :

A l'usine du girofle, on peut préparer deux produit principaux : les clous et l'essence du girofle.



Pesée :

On pèse les clous le jour même de la récolte.

Triage :

On trie les clous selon leur aspect externes et couleur.

Séchage au soleil :

Les clous sont étalés en plein air.

Triage :

Pour détecter les degrés d'humidité et les normes exigés.

Observation :

On observe les clous pendant 3 à 4 semaines pour détecter s'il y a détérioration des clous.

Emballage et conditionnement :

On place les clous du girofle dans un sac, ce qui fait un poids de 50kg.

SECTION 2 : IDENTIFICATION DE RESSOURCE

Dans cette partie, nous verrons les différentes sortes des moyens de production à savoir :

- Moyen technique ;
- Moyen humaine ;
- Moyen matériel ;
- Moyen financière.

1.2- Moyen technique

Le moyen technique comprend les techniques utilisées pour avoir des clous et les Inflorescences du girofle jusqu'à la préparation.

• Le milieu naturel

Les girofliers seront cultivés dans des conditions naturelles qui sont les suivantes.

• Ecologie

Le giroflier se développe dans les pays tropicaux. Le climat de la région est idéal à l'exploitation ; la température moyenne variant entre 24 et 27,8°C, pluviométrie moyenne entre 1500 à 5000mm (maximum 7500 à 8000mm), l'altitude de dépasse pas 700m. La position géographique du Nord-Est de la grande Comore est favorable au

développement des girofliers, elle est annuellement touchée par les rayons de soleil, une sécheresse d'environ trois n'influence pas l'épanouissement du plant.

2.2 - Moyen financier

Pour réaliser ce projet, nous avons besoin des moyens financiers importants. D'après la décision du promoteur de l'entreprise sollicitera d'une part, un investissement propre du promoteur évalué à 75,5% et le reste un crédit bancaire de 24,5% d'investissement en hypothèque.

2.3 - Moyen humain

C'est l'élément le plus important pour la mise en œuvre du projet, la recherche de financement, la manipulation des matériels et la recherche de la clientèle.

Pour le faire, des postes seront créés au début de l'exploitation des critères particuliers seront sollicités pour chacun des postes.

2.4 - Moyen matériel

Après avoir eu des financements, on procède à l'achat et à la recherche des matériels.

3. Liste des matériels et la quantité correspondante

Gros équipements	Nombre	Petit matériels	Nombre
Mini bus	1	Echelle	8
Voiture 4x4	1	Fourche	10
Camionnette	1	Bâche	50
Bâtiment	1	Coupe-coupe	10
Hangar	1	Hachette	2
Logement	1	Tamis	5
Balance	3	Pelles	15
Tables	4	Marteaux	4
Armoires	3	Brouettes	7
Chaises	12	Scies	6
Photocopieuse	1	Bidons	4
Ordinateurs	4	Nattes	6
Imprimante	1	Cuvettes	3
Scanner	1	Sacs plastiques	70

CHAPITRE II : ASPECT ORGANISATIONNEL

Dans ce chapitre, nous allons voir l'étude de l'organisation de l'entreprise qui met en œuvre les ressources humaines et les différents postes en fonction.

Les tâches ont été réparties suivant la taille de notre firme le volume du travail par chaque poste et suivant l'objectif et les moyens mis en œuvre.

En effet, il est utile de mettre en place une organisation pour obtenir une meilleure efficacité des moyens matériels (outils) et des ressources humaines (personnel).

SECTION 1 : ORGANISATION ET AGENCEMENT DE RESSOURCE HUMAINE

1.1- la structure de l'entreprise

L'organisation est une fonction managériale qui consiste à coordonner ou à regrouper les ressources humaines, financière et physiques de l'entreprise afin qu'elles puissent concourir à la réalisation des objectifs spécifiés dans la phase planification.

Un type d'organisation est donc avant tout le résultat d'un équilibre dynamique entre :

- le choix de division de travail (spécialisation) ;
- et le mécanisme de coordination qui pousse au contraire à son intégration.

L'organisation est symbolisée par un organigramme sur laquelle repose la répartition des objectifs entre les services et les liaisons qui permettent d'assurer la coordination de l'ensemble.

1.2- L'organigramme

1.2.1- Définition de l'organigramme

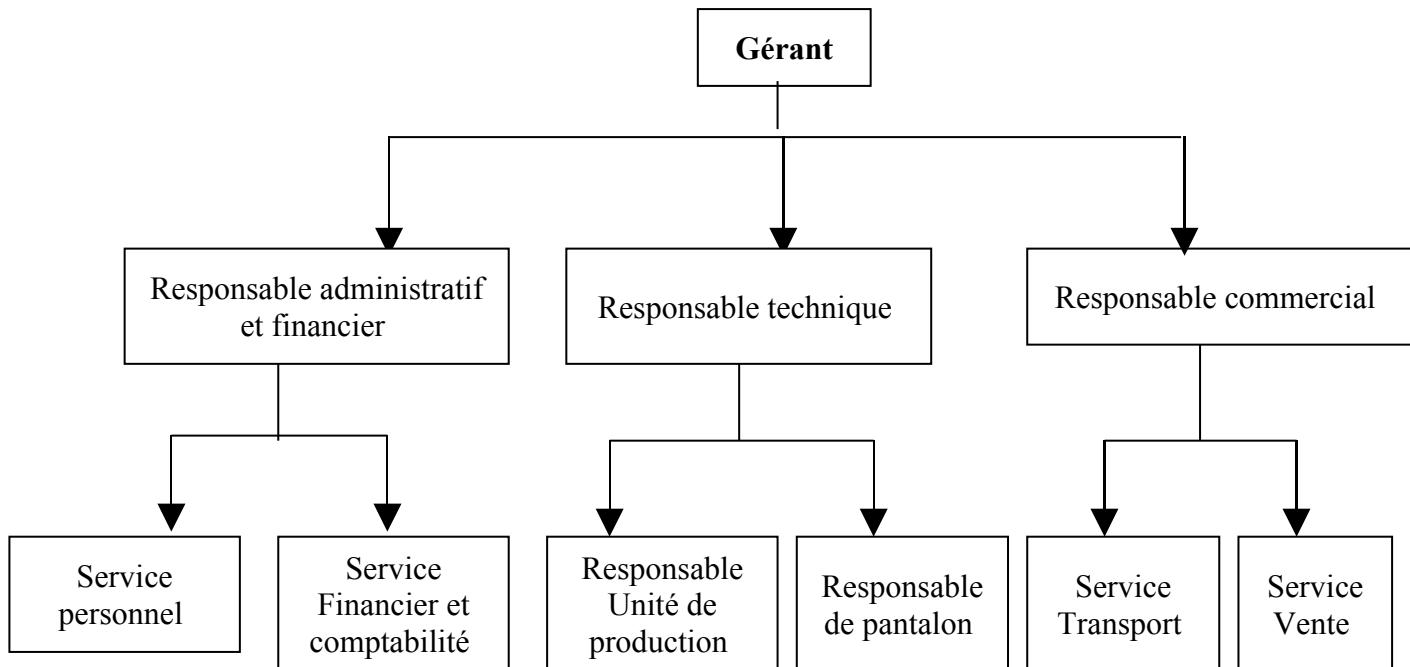
L'organigramme est un schéma représentant la structure hiérarchisée d'un groupe organisé, qui indique à la fois le rôle des divers éléments du groupe et leurs relations mutuelles.

Elle permet aussi la connaissance exacte de l'entreprise, de constater les anomalies existantes et d'éviter les conflits d'autorités.

1.2.2 - Présentation de l'organigramme

Nous allons voir schématiquement l'organigramme de notre entreprise qui est répartie comme suit :

Figure n°10 :Organigramme de l'entreprise



1.3- La définition des tâches

Selon l'ordre des experts comptables, « l'entreprise est un groupement organisé et hiérarchisé qui met en œuvre des moyens intellectuels, physique, matériel et financier pour extraire, transporter, transformer, commercialiser des biens et des services ».

Ceci dit l'établissement, dans sa réalisation, doit mettre en place une direction, des l'exploitation au minimum pour une meilleure qualité.

Ainsi, notre équipe sera constituée par les différents postes et responsabilités suivants :

1.3.1- Sommet stratégique

Il est représenté les activités de la société par le chef de projet qui est chargé de :

- veiller au fonctionnement de l'entreprise ;
- assurer la bonne gestion de l'ensemble de la société ;

- développer les activités de la société ;
- représenter l'entreprise dans toutes les conventions.

Il a des grandes responsabilités dans ce projet, depuis la conception jusqu'à son aboutissement.

Il doit également être une personne ayant la capacité de négociation, la connaissance technique pour une entreprise commerciale, une expérience réussie dans le domaine de la gestion d'entreprise. Il est le seul capable de prendre une décision d'ordre stratégique les relations externes avec les fournisseurs et les clients. Il est aussi de son rôle de superviser les fonctions et responsabilités de ses subordonnées.

1.3.2- Ligne hiérarchique

Le responsable administratif et financier a pour fonction de :

- assurer la gestion administrative et financière ;
- traduire les activités de la société par des états financiers et comptabilités fiables transparents, périodiques et en temps réel ;
- assurer le suivi des fonds utilisés pour les travaux ;
- contrôler les flux de trésorerie et valoriser les stocks.

Service personnel connaissant les différentes personnes bien formées pour une bonne gestion des directives de leur supérieur. L'entreprise doit tenir compte d'une bonne distinction dans les attributions du personne à savoir, les chauffeurs et mécaniciens, les gardiens, et ou encore la femme de ménage.

1.3.3- Responsable technique

Le responsable technique est chargé de s'occuper :

- de la gérance de l'utilisation des matériels ;
- de la procuration et l'établissement des documents nécessaires à la réception des matériels, fournitures et consommables ;
- de la vérification de la conformité qualitative entre bons de commande et bons de livraisons ;
- du déclenchement de la commande à partir des échantillons ;
- du suivi et contrôle des fiches de stocks ;

- des achats des produits nécessaires ;
- de la supervision de leurs subordonnés.

1.3.4- Responsable commercial

Il assure l'exécution de la politique commerciale et les stratégies définies au niveau supérieur. Il planifie, organise, gère et contrôle les activités de son département. Il est aussi chargé de faire :

- la proposition des clients ;
- le recouvrement des créances ;
- l'approvisionnement de matière premières et matière consommable ;
- l'étude des devis et des prix appliqués ;
- connaître l'existence de la société et de service qu'elle offre.

1.3.5- Responsable de l'unité de production

Pour faciliter les tâches des ouvriers, on doit d'abord les former. Et pour qu'il y ait un développement rural, il est nécessaire de donner des formations et d'encadrement aux paysans. Au sein de son département, il repartit le plan de charge, coordonne les activités des différentes unités, évalue les écarts et effectue les opérations nécessaires.

1.3.6- Responsable de plantation

Il a pour responsabilité de tous les travaux de plantation, autrement dit, il doit superviser tous les ouvriers qu'ils soient temporaires ou journaliers. Sa responsabilité est aussi de surveiller toutes les autres tâches relatives à la plantation jusqu'en point de stockage de récolte de clou de girofle.

1.4- Formations des ressources humaines

L'étude des relations humaines consiste à examiner les rapports qui existent entre les individus d'une part, et les groupes que les individus constituent d'autre part.

La politique et la stratégie des relations humaines conduisent à créer des conditions les plus favorables pour que l'entreprise arrive à atteindre ses objectifs.

Elle a aussi pour mission essentielle de créer un climat favorable à la vue de toute les membres qu'il soit cadre ou subordonné, elle a aussi pour but de pouvoir au besoin en personnel de l'entreprise, d'assurer des bonne conditions de travail.

1.4.1- Le recrutement

La demande de recrutement est essentielle car c'est à partir du recrutement qu'on influence l'état de potentiel humain d'une entreprise.

C'est à travers le recrutement que la population de l'entreprise aura par exemple rajeuni ou au contraire que le niveau de compétence sera ajusté.

Au fil du temps, notre stratégie de recrutement consiste à atteindre un objectif bien précis, c'est-à-dire « donner le maximum de soi ». Cette stratégie doit être accompagnée d'une politique agressive et stimulante qui vise à protéger le travailleur plus que dans les autres firmes équivalentes, pour que chaque employé soit la plus performant possible dans son domaine.

Cependant, les salaires des employés ne doivent pas être négligés, ils devront toujours mis en valeurs selon un travail effectué par chacun et l'assiduité, la compétence, le dynamisme, etc....

En effet, pour qu'il ait une bonne image dans l'entreprise en matière de recrutement, nous allons suivre les étapes suivantes.

4. Qualification du personnel

Poste de travail	Profil	Critère	Nombre
Gérant	Titulaire au moins bac+4 ou équivalent de 3 ans d'expérience en agronomie âgé entre 25 et 45 ans, maîtrise parfaite de l'outil informatique. Langue : anglais, français, arabe, Comorien.	Sens de responsabilité : créatif, dynamique, sérieux, perfectionniste. Possibilité de déplacement.	1
Responsable commerciale	Titulaire d'une maîtrise où équivalent, option marketing 2ans d'expérience dans un poste similaire, maîtrise parfaite de l'outil informatique Langue : anglais, français, arabe, Comorien.	Dynamique, ordonné, professionnel, sens de la communication.	1
Responsable technique	Titulaire de Bac+3 en agriculture.	Sens de l'organisation professionnelle responsable.	1
Responsable administratif et financier.	Titulaire d'une maîtrise en option finance, parfaite de l'outil informatique.Langue : anglais, français, arabe, Comorien	Dynamique et capable de tenir des documents comptables, financier ainsi que la gestion de trésorerie.	1

Poste de travail	Profil	Critère	Nombre
Service de vente	Titulaire Bac+2, maîtrise parfaite de l'outil informatique Langue : anglais, français, arabe, Comorien	Dynamique, vigoureux (se).	3
Responsable d'unité de production	Titulaire Bac+3, maîtrise parfaite de l'outil informatique Langue : anglais, français, arabe, Comorien	Tous les processus de travail.	1
Chef de service financier et comptabilités	Titulaire Bac+2 en gestion, maîtrise parfaite de l'outil informatique Langue : anglais, français, arabe, Comorien	Connaissance sur la saisie des dossiers de compte : tableau de bord, bilan, état financier et maintenance des cahiers de charge.	1
Responsable de plantation	Titulaire Bac+2, Expérimentés en production et plantation	Sociable et disponible pour travailler en bourse	1
Service de transport	Titulaire d'un permis complet maîtrise de la mécanique auto, 3ans d'expérience	Sociable et disponible pour travailler en bourse.	2
Service personnel	Bac+2 en gestion	Capable de travailler en équipe.	3

1.4.2- Rémunération du personnel

Le salaire est défini comme la contre partie du travail d'un individu lié à son employeur par contrat de travail.

La rémunération du personnel sera en fonction des tâches remplie par l'employé en tenant compte de son niveau professionnel. En général, on doit tenir compte de la caisse national des impôts 15% ainsi que la sécurité de la santé également 5%.

5. Salaire mensuel du personnel et effectif (en FC)

Désignation des postes	Salaire mensuel	Effectif
Gérant de la société	150 000	1
Responsable Administratif et Financier	100 000	1
Responsable technique	100 000	1
Responsable commercial	100 000	1
Service personnel	(75 000*3) 225 000	3
Service comptabilité	60 000	1
Responsable unité de production	60 000	1
Responsable de plantation	60 000	1
Service vente	(50 000*3) 150 000	3
Service transport	(40 000*2) 80 000	2
TOTAL	1 085 000	15

Ce tableau indique les salaires mensuels de l'entreprise qui **s'élève à une somme total de un million quatre vingt cinq mille franc comorien (1 085 000 FC)** avec un effectif de quinze salariés permanent.

1.4.3- Les charges du personnel

6. Charge de personnel par an (valeur en FC)

Poste	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Gérant	1 800 000	1 836 000	1 836 000	1 890 000	1 890 000
RAF	1 200 000	1 224 000	1 224 000	1 260 000	1 260 000
Responsable technique	1 200 000	1 224 000	1 224 000	1 260 000	1 260 000
Responsable commercial	1 200 000	1 224 000	1 224 000	1 260 000	1 260 000
Service personnel	2 700 000	2 754 000	2 754 000	2 835 000	2 835 000
Service comptabilité	720 000	734 400	734 400	756 000	756 000
Responsable production	720 000	734 400	734 400	756 000	756 000
Responsable plantation	720 000	734 400	734 400	756 000	756 000
Service vente	1 800 000	1 836 000	1 836 000	1 890 000	1 890 000
Service transport	960 000	979 200	979 200	1 008 000	1 008 000
TOTAL	13 020 000	13 280 400	13 280 400	13 671 000	13 671 000
Caisse nationale des Impôts 15%	1 953 000	1 992 060	1 992 060	2 050 650	2 050 650
Sécurité sociale 5%	651 000	664 020	664 020	683 550	683 550
TOTAL DES CHARGES	15 624 000	15 936 480	15 936 480	16 405 200	16 405 200

Nous allons prévoir un accroissement de 2% pour l'année N+1 et N+2, et de 5% pour l'année N+3 et N+4 ainsi qu'un accroissement considérable par an à partir de la 6^{eme} année en fonction de la possibilité de l'entreprise.

Nous devons tenir compte à envisager cinq employeurs temporaires pour les travaux immédiats que notre entreprise aura besoin au fur et à mesure.

SECTION 2 : RÉALISATION ET CHRONOGRAMME DU PROJET

2.1- Mise en fonctionnement des activités du projet

Pour accomplir les différentes tâches relatives à la mise en fonctionnement de notre projet, il est nécessaire d'avoir du temps suffisant pour réaliser toutes activités que notre entreprise aura besoin.

Ce tableau nous montre les différentes tâches à effectuer en suivant les délais d'exécution pour rendre le projet opérationnel.

7. Représentation des tâches suivant leur durées d'exécution (en mois)

Tâches à effectuer	Durée d'exécution
Constitution de la société	1
Préparation du terrain	1
Commande des matériels et équipements	1
Commande de jeune plante	1
Agencement-Aménagement-Installation	2
Recrutement et plantation	1
Construction des bâtiments	4
Installation des équipements	1/4
Recrutement des personnels	2
Lancement de première activité	1

2.2- Chronogramme du projet

8. Chronogramme

Tâches	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Constitution de la société												
Préparation du terrain												
Commande des matériels et équipements												
Construction des bâtiments												
Installation technique												
Installation des équipements												
Commande de jeune plante												
Recrutement des personnels												
Lancement de première activité												

Ce présent tableau, nous montre que le démarrage des activités s'effectue au cours du mois de janvier, mais le lancement ne commence qu'après le mois de décembre.

SECTION 3 : PRÉVISION D'EXPLOITATION

Etant donné, que notre projet est une création d'entreprise de production et de distribution de girofle aux Comores, et comme nous le sachions bien qu'après l'implantation du giroflier, la production ne devient significative qu'à partir de la 5^{eme}année, d'où notre projet présente d'intérêt double. En attendant la récolte que nous envisageons de produire, notre firme va collecter des clous de girofle auprès des paysans pour l'exploitation du marché local ainsi que pour l'exportation au cours du cinq premières années.

3.1- Prévision d'exploitation pour le marché local

Pour faciliter, et aider aux collecteurs du girofle à la grande Comore, nous allons acheter le girofle au près du paysans pour distribuer à notre cible à savoir les industries pharmaceutique, cosmétique, les grossistes à titre d'exemple Comores vanille et plante.

9. Prévision d'exploitation pour le marché local (en kg)

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4	TOTAL
Quantité en (kg)	450	550	750	850	900	3500

Ce tableau représente la prévision d'exploitation pour le marché local au cours des cinq premières années avec une quantité estimé à 3 500 kg soit 3,5 tonnes.

3.2- Prévision d'exploitation pour l'exportation

C'est la quantité des cloues de girofle qu'on prévoit à exporter vers l'étranger pour répondre aux besoins des consommateurs de ce produit giroflier.

10. Prévision d'exploitation pour l'exportation (en tonne)

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4	TOTAL
Quantité en (T)	110	115	120	125	130	600

Ce tableau représente la prévision d'exploitation pour l'exportation au cours du cinq premières années avec une quantité estimé à 550 tonnes.

11. Récapitulation de Prévision d'exploitation (en tonnes)

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4	TOTAL
Prévision d'exploitation pour le marché local	0,450	0,550	0,750	0,850	0,900	3,500
Prévision d'exploitation pour l'exportation	110	115	120	125	130	600
TOTAL	110,45	115,55	120,75	125,85	130,90	603,5

Ce tableau représente les quantités prévisionnelles pendant cinq ans en franc comorien.

Nous prévoyons au total une distribution 603,5 tonnes des clous de girofle pour l'exportation ainsi que pour le marché local.

CONCLUSION PARTIELLE

La deuxième partie de cet ouvrage nous a démontré l'expérience, les techniques ainsi que les différents moyens et méthodes pour la mise en œuvre de l'évolution de notre projet.

C'est ainsi que nous allons voir en troisième et dernière partie les différentes investissements de notre entreprise à savoir l'étude financière du projet.

TROISIEME PARTIE :

ETUDE FINANCIERE DU PROJET

ETUDE FINANCIERE DU PROJET

L'étude financière est le facteur déterminant d'une appréciation sur le plan financier d'un projet. Elle veut de déterminer la rentabilité de l'entreprise, de l'opportunité de la mise en place. Elle dégage aussi sur le choix de la décision d'investir financièrement, illumine l'investisseur sur le choix de la décision d'investir pour la concrétisation du projet ou de procéder à un emprunt bancaire. Cette partie va donc comporter trois chapitres que nous allons analyser un à un : le coût des investissements et financement du projet, l'étude de rentabilité du projet et l'évaluation du projet.

Notre évaluation financière sera établie en valeur monétaire Franc comorien (FC).

CHAPITRE I :

LE COUT DES INVESTISSEMENTS ET FINANCEMENTS

Pour produire, les entreprises doivent acquérir des biens qui seront utilisés pour transformer des matières premières et des biens intermédiaires en produits finis.

En comptabilité, on définira un investissement comme étant « tout bien meuble ou immeuble, corporel ou incorporel, acquis ou créé par l'entreprise, destiné à rester durablement sous la même forme dans l'entreprise ».

Dans ce présent chapitre, nous allons voir successivement quatre sections à savoir :

- Le coût des investissements et financement ;
- Les amortissements
- Fond de roulement initial ;
- Financement de projet.

SECTION 1 : COÛT D'INVESTISSEMENT

L'investissement matériel comprend l'acquisition de l'ensemble des biens durables réalisées par l'entreprise et indispensable à son fonctionnement et qui constitue ses immobilisations corporelles. La décision d'investir relève habituellement d'un plan d'investissement qui porte sur plusieurs années.

Pour cela, dans le cadre d'une gestion budgétaire, la construction d'un budget d'investissement se bornera donc à budgétiser la tranche du programme que l'entreprise a prévue de mettre en œuvre par l'année avenir.

1.1- Matériels et équipements

Ces matériels sont en principe, terrain, construction, outillages industriels, installation technique, matériel et immobilier de bureau, matériel informatique.

1.1.1- Terrains

Nous possédons déjà d'une superficie de 150 m² pour la construction des infrastructures.

Le prix du mètre carré est estimé à 50 000 FC. Ce qui nous donne environ un coût total de 7 500 000 FC.

1.1.2- Construction

Nous souhaitons d'établir des bâtiments administratifs, des logements du personnel, un hangar pour le stockage.

12. Investissement sur les matériels de construction (en FC)

Désignation	Montant
Bâtiments administratifs	5 500 000
Logements du personnel	5 000 000
Hangar	4 800 000
TOTAL	15 300 000

Le coût global des matériels de construction atteint la somme de **quinze millions trois cent mille franc comorien (15 300 000FC)**.

1.1.3- Outils industriels

Les matériels outillages industriels nécessitent au bon fonctionnement à l'exploitation des travaux de notre projet.

13. Coût d'investissement sur l'outillage industriel (en FC)

Désignation	Quantité	Prix Unitaire	Montant
Echelle	8	10 000	80 000
Bâches	50	2 500	125 000
Sacs plastic 50kg	70	250	17 500
Tamis	5	3 500	17 500
Balances	3	25 000	75 000
Fourches	10	2 000	20 000
Brouettes	7	7 500	52 500
Bidons	4	5 000	20 000
Coupe-coupe	10	2 500	25 000
Scies	6	3 000	18 000
Pelles	15	3 500	52 500
Marteaux	4	2 000	8 000
Cuvettes	3	1 500	4 500
Hachettes	2	2 500	5 000
Nattes	6	2 000	12 000
TOTAL			532 500

Le montant total des outillages industriels s'élève à **cinq cent trente deux mille cinq cent Franc comorien (532 500 FC)**.

1.1.4- Installation technique

Dans la lutte contre la pauvreté et la politique de réduction du taux de chômage aux Comores particulièrement la région de Hamahamet notre zone qu'on a ciblé d'implanter le projet à savoir la commune pilote de cette région possède de terrain public qui donne gratuitement avec une durée déterminée à ceux qui veulent contribuer au développement de cette région en matière d'implantation. Nous aurons le droit à bénéficier tout le kilométrage suffisant à notre besoin.

Lors du démarrage de l'activité de notre projet, nous envisageons 100 000 pieds de giroflier sur un terrain de 100 hectares. Le prix d'un pied est de cinquante franc comorien (70 FC), ce qui nous donne effectivement un coût total d'installation de sept millions franc comorien soit 7 000 000 FC.

14. Récapitulation des coûts des investissements sur les matériels et équipements

Désignation	Montant
Construction	10 300 000
Outilage industriel	532 500
Installation technique	5 000 000
TOTAL	15 832 500

Le montant du coût total des investissements sur les matériels et équipement s'élève à la somme de **quinze millions huit cent trente deux mille cinq cent franc comorien (15 832 500 FC)**.

1.2- Les matériels administratifs

L'investissement des matériels administratifs nécessite le bon fonctionnement de notre entreprise, il s'agit généralement des matériels et immobilisation de bureau ainsi que les matériels d'informatique.

1.2.1- Les matériels et immobilisation de bureau

Pour démarrer notre projet on a besoin des matériels de bureau pour la première année d'installation.

15. Coût d'investissement sur le matériel de bureau

Désignation	Quantité	Prix Unitaire	Montant
Tables de bureaux	3	25 000	75 000
Chaises	16	3 000	48 000
Armoires	3	30 000	90 000
Salon	1	200 000	200 000
TOTAL			413 000

La somme du coût total de matériel de bureau s'élève à **quatre cent treize mille franc comorien (413 000 FC)**.

1.2.2- Le matériel informatique

On utilise le matériel informatique pour faciliter les tâches à effectuer au sein de l'entreprise.

Il s'agit du traitement de base des données, de traitement de textes et des états financiers.

16. Coût d'investissement de matériel informatique

Désignation	Quantité	Prix Unitaire	Montant
Ordinateur	3	125 000	375 000
Imprimante	2	45 000	90 000
Scanner	1	50 000	50 000
Photocopieur	1	110 000	110 000
TOTAL			625 000

Le coût d'investissement de matériel informatique s'élève à **six cent vingt cinq mille francs comoriens (625 000 FC)**.

1.2.3- Logiciel informatique

Il nous permet de traiter facilement et rapidement les états financiers de notre entreprise.

17. Coût de logiciel informatique

Désignation	Montant
Logiciels informatiques	100 000
TOTAL	100 000

La somme du coût total de logiciel informatique s'élève à **cent mille franc comorien (100 000 FC)**.

18. Récapitulation des coûts des investissements sur les matériels administratifs

Désignation	Montant
Les matériels et immobilisation de bureau et informatique	1 038 000
Logiciels informatiques	100 000
TOTAL	1 138 000

Le coût total d'investissement sur le matériel administratif s'élève à **un million cent trente huit mille franc comorien (1 138 000 FC)**.

1.3- Les matériels de transport

Les matériels des transports nécessitent pour les moyens de déplacement et le transport de tout des marchandises nécessaires pour l'entreprise.

19. Coût d'investissement de matériel de transport

Désignation	Quantité	Prix Unitaire	Montant
Mini bus	1	3 500 000	3 500 000
Camionnette	1	8 000 000	8 000 000
Voiture 4x4	1	10 000 000	10 000 000
TOTAL			21 500 000

Le coût d'investissement des matériels de transport s'élève à **vingt et un millions cinq cent mille franc comorien (21 500 000 FC)**.

1.4- Le coût total des investissements

Le coût total des investissements représente la somme des investissements sur les matériels et équipement, le coût d'investissement administratif, ainsi que le coût de matériels de transport.

20. Coût total des investissements

Désignation	Montant (en FC)
Immobilisations incorporelles	
Logiciels informatiques	100 000
Immobilisation corporelle	
Terrain	7 500 000
Constructions	15 300 000
Outilages industriels	532 500
Les matériels et immobilisation de bureau et informatique	1 138 000
Les matériels de transport	21 500 000
Installation technique	7 000 000
TOTAL	53 070 000

Le coût total des immobilisations se limite à la somme **cinquante trois million soixante dix mille (53 070 000 FC)**.

SECTION 2 : LES AMORTISSEMENTS

La comptabilité a pour fonction de présenter une image fidèle de la situation patrimoniale d'une entreprise. De ce point de vue, la comptabilité est amenée à prendre en considération les dépréciations que peuvent subir certains éléments de l'actif de l'entreprise, et ce, afin de respecter de sincérité des comptes.

La prise en compte de ces dépréciations en comptabilité revient alors pour l'entreprise à constaté l'existence de charges supplémentaires qui ne seront pas la contrepartie d'un flux réel ou monétaire constatée, mais qui seront calculées par l'entreprise elle-même.

2.1- Définition

Le plan comptable général définit l'amortissement pour dépréciation comme étant « La constatation comptable d'un amoindrissement de la valeur d'un élément d'actif résultant de l'usage, du temps, de changement de technique et toute autre cause, dont les effets sont irréversibles ».

On distingue quatre types d'amortissement à savoir : l'amortissement linéaire, l'amortissement dégressif, l'amortissement fonctionnel et l'amortissement fiscal.

Dans notre projet, nous allons tenir compte de l'amortissement linéaire.

2.2- Principe de calcul de l'annuité d'amortissement

On fixe en préalable la durée d'utilisation de l'immobilisation amortissable et on calcule l'annuité fixe d'amortissement annuel en faisant le rapport entre la valeur d'acquisition de l'immobilisation et le durée d'utilisation du bien (évaluée en n années).

Soit :

Annuité d'amortissement = valeur d'origine du bien / nombre d'années d'utilisation ;

Le taux d'amortissement linéaire est donc égal à 100 % / n années.

Avec a = annuité d'amortissement

Vo = valeur d'origine du bien

n= nombre d'années d'utilisation

21. Amortissement des immobilisations de l'année N, N+1, N+2, N+3, N+4 (Valeur en FC).

Immobilisation	<i>Vo</i>	<i>Taux</i>	AMORTISSEMENTS ANNUELS				
			<i>N</i>	<i>N+1</i>	<i>N+2</i>	<i>N+3</i>	<i>N+4</i>
Logiciels informatiques	100 000	25%	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Terrains	7 500 000	0					
Constructions	15 300 000	4%	612 000	612 000	612 000	612 000	612 000
Outilage industriel	532 000	20%	106 400	106 400	106 400	106 400	106 400
Les matériels de bureau et informatique	1 138 000	20%	227 600	227 600	227 600	227 600	227 600
Matériels de transport	21 500 000	20%	4 271 000	4 271 000	4 271 000	4 271 000	4 271 000
Dotations annuelles	46 070 000		5 271 000	5 271 000	5 271 000	5 271 000	5 271 000

Le coût total de l'amortissement des immobilisations s'élève à **cinq million deux cent soixante onze mille franc comorien (5 271 000 FC).**

SECTION 3 : LE FONDS DE ROULEMENT INITIAL (FRI)

L’analyse financière permet d’évaluer la capacité d’une entreprise à faire face à ses besoins financiers. Pour se faire, elle dispose des ressources propres qui lui procurent une certaine marge de manœuvre notamment pour satisfaire ces besoins financiers à long terme, mais aussi pour satisfaire ses besoins à court terme.

La première étape dans l’analyse de la situation financière d’une entreprise passe par la détermination du fond de roulement initial de l’entreprise.

Par conséquent, le FRI représente les besoins en fonds que l’entreprise doit disposer pour faire face à ses charges pendant les trois premiers mois du début de son activité.

3.1 - Fonds de roulement initial de deux premiers mois

22. Fonds de roulement initial de deux premières années (montant en FC)

Désignation	1^{er} mois	2^{ème} mois	Montant
Achat de produit consommé	12 575 000	12 575 000	251 150 000
Carburant, gaz et lubrifiant	150 000	150 000	300 000
Eau et électricité	100 000	110 000	210 000
Charge de personnel	1 395 000	1 395 000	2 790 000
Entretien et préparation	50 000	55 000	105 000
Prime d’assurance	45 000		45 000
Frais postaux et télécommunication	20 000		20 000
Impôts et taxe	100 000		100 000
Location	500 000	500 000	1 000 000
Autres charges	600 000	500 000	1 100 000
TOTAL	15 535 000	15 285 000	258 800 000

Le fond de roulement initial s’élève à **deux cent cinquante huit millions quatre vingt mille francs comoriens (258 80 000 FC).**

3.2- Récapitulation

23. Récapitulation du besoin en trésorerie (montant en FC)

Désignation	Montant
Immobilisation	53 070 000
Fonds de roulement initial (FRI)	258 080 000
TOTAL	311 150 000

Ce tableau représente le coût du besoin en trésorerie pour le démarrage de l'activité de l'entreprise, le montant total s'élève à **trois cent onze million cent cinquante mille franc comorien (311 150 00 FC).**

SECTION 4 : FINANCEMENT DU PROJET

4.1- Les détails de financement

Pour qu'une entreprise démarre les activités envisagées, doit avoir des investissements nécessaires au cours de son évolution.

Le montant total des investissements de notre projet s'élève à **53 070 000 FC.**

En particulier, notre projet nécessite belle et bien un emprunt auprès d'une banque pour financer la totalité du montant de l'investissement.

Le montant de cet emprunt est de **76 150 000 FC.**

24. Tableau de financement (montant en FC)

Emplois	Montant	Ressource	Montant
Immobilisation	53 070 000	Capital	235 000 000
FRI	258 080 000	Emprunt	76 150 000
TOTAL	311 150 000	TOTAL	311 150 000

Ce tableau nous présente le plan de financement de notre projet, ce qui montre que **75,5%** sera apporté par les associés et le **24,5%** du reste sera financé par la banque.

4.2- Remboursement des dettes

Le remboursement des emprunts désigne la situation du capital et des intérêts de la somme empruntée auprès d'une institution financière. Il s'agit de paiement des dettes que l'entreprise aura faites devant une institution financière ou dans une organisation

Le taux d'intérêt appliqué par la banque s'élève à l'ordre de **20%**, La durée de remboursement s'effectue durant 5ans d'où la formule du calcul de l'annuité constante se présente comme suite :

Soit :

- « Do » la somme emprunté

- « a » l'annuité constante, qui se décompose par : un montant « m » dit amortissement, partie de la somme emprunté et l'intérêt « I », rémunération de la somme emprunté calculé au taux « i » = t / 100

L'annuité « a » est obtenu par la formule :

$$a = V_0 \frac{i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

Les conditions de la banque sont :

- Remboursement en fin de période

taux : 20 (i = 20 / 100 = 0.20)

Durée : 5 ans. D'où le montant de l'annuité

$$\frac{76\,150\,000 \times 0.20}{1 - (1.20)^{-5}} = 76150000 \times 0,334380$$

Soit a = 25 463 037

Finalement, le tableau de remboursement des dettes est le suivant

25. Tableau de remboursement des dettes

Période	Cap début de Période	Annuité a	Intérêt I	Amortissement m	Cap fin de période
1	76 150 000	25 463 037	15 230 000	10 233 037	65 916 963
2	65 916 963	25 463 037	13 183 392,6	12 279 644,4	53 637 318,6
3	53 637 318,6	25 463 037	10 727 463,72	14 735 573,28	38 901 745,32
4	38 901 745,32	25 463 037	7 780 349,064	17 682 687,36	21 219 057,96
5	21 219 057,96	25 463 037	4 243 811,59	21 219 057,96	0

CHAPITRE II :

ETUDE DE RENTABILITE DU PROJET

L’analyse du compte de résultat permet en outre de mesurer la rentabilité d’une entreprise, c'est-à-dire permet de mesurer, dans quelle mesure, une entreprise, du fait de son activité de production, dégage un bénéfice ou au contraire une perte.

L’estimation de la rentabilité d’une entreprise est donc un bon indicateur pour mesurer l’efficacité de l’entreprise dans le cadre de sa fonction de production. C’est pourquoi, le calcul de la rentabilité d’une entreprise doit s’accompagner d’une comparaison de son niveau de rentabilité avec celui de ses principaux concurrents.

En effet, une entreprise peut très bien rentable, mais révéler un niveau de rentabilité inférieur à celui de son secteur d’activité, ce qui tendrait à démontrer son manque de compétitivité par rapport à ses concurrents directs.

SECTION 1 : LES COMPTES DE GESTION

1.1- le compte de charge

Les comptes de charge regroupent les charges dans l’ensemble les activités opérationnelles qu’on prévoit pendant les cinq premières années de l’entreprise connaissant :

L’achat des fournitures qu’on prévoit une augmentation de 5% pour l’année N+1 et N+2, et de 10% pour l’année N+3 et N+4 ; Carburant, gaz et lubrifiant ; Achat de matériels, équipement et travaux en considérant une diminution de 10% par an ; Entretien et réparation en augmentant 5% tout les deux ans ; les charges personnels ; Frais postaux et télécommunication ; impôts et taxes ; Prime d’assurance ; Dotations aux amortissements ; Charge financière, élément extraordinaire ainsi que les autres charges.

1.1.1 - Les charges prévisionnelles

26. Charges prévisionnelles relatives au paiement pendant 5ans (en FC)

Rubrique	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Achat de produit consommable	150 900 000	158 445 000	158 445 000	165 990 000	165 990 000
Carburant, gaz et lubrifiant	1 800 000	1 890 000	1 890 000	1 980 000	1 980 000
Eau et électricité	1 320 000	1 386 000	1 386 000	1 452 000	1 452 000
Entretien et réparation	660 000	693 000	693 000	727 650	727 650
Charge du personnel	15 144 000	15 144 000	15 144 000	15 144 000	15 144 000
Frais postaux et télécommunication	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000
impôts et taxes	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Prime d'assurance	540 000	567 000	567 000	594 000	594 000
Dotations aux amortissements	5 271 000	5 271 000	5 271 000	5 271 000	5 271 000
Location	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Charge financière	15 230 000	13 183 392,6	10 727 463,72	7 780 349,0 6	4 243 811,59
Eléments extraordinaire	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000
Autres charges	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
TOTAL	199 775 000	208 989 381,6	206 532 439,5	211 348 959	196 005 352,7

1.2- Le compte de produit

En revanche, le compte de produit représente les ventes de produits finis en particulier le girofle réalisé par l'entreprise pendant la période de cinq ans.

1.2.1- Les chiffres d'affaires prévisionnelles

La croissance des chiffres d'affaire s'explique donc par la connaissance et la maîtrise de la marche ainsi que par l'acquisition de l'image, le volume total de biens et services vendus par l'entreprise au cours d'une période.

27. Les chiffres d'affaires prévisionnels pour le marché local (en FC)

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Prix Unitaire	1750	1750	1800	1800	2000
Quantité	450	550	750	850	900
Montant	787 500	962 000	1 350 000	1 530 000	1 800 000

Ce tableau représente le montant total de la prévision d'exploitation pour le marché local au cours du cinq premières années en unité monétaire.

28. Les chiffres d'affaires Prévisionnels d'exploitation pour l'exportation (en FC)

Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Prix Unitaire	2 000 000	2 000 000	2 100 000	2 100 000	2 205 000
Quantité	110	115	120	125	130
Montant	220 000 000	230 000 000	252 000 000	262 500 000	286 650 000

Le prix du girofle actuel pour l'exportation varie de 2000 à 3000FC le kilogramme, soit une valeur de 4,804 à 7,205US Dollars.

29. Récapitulation des chiffres d'affaire de Prévision d'exploitation (en FC)

Rubrique \ Année	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Prévision d'exploitation pour le marché local	787 500	962 000	1 350 000	1 530 000	1 800 000
Prévision d'exploitation pour l'exportation	220 000 000	230 000 000	252 000 000	262 500 000	286 650 000
Ventes (en milliers de FC)	220 787 500	230 962 000	253 350 000	264 030 000	288 450 000

Ce tableau représente le montant total des chiffres d'affaires prévisionnels pour l'exportation et pour le marché locale pendant cinq ans, valeur en franc comorien.

SECTION 2 : LES ÉTATS FINANCIÈRES PRÉVISIONNELS

2.1 - Le compte de résultat prévisionnel

Dans une entreprise, le compte de résultat de l'exercice détermine le bénéfice (ou perte) par la confrontation des produits et des charges. Il fournit des données qui peuvent être analysées pour obtenir des indicateurs utiles pour la gestion.

Dans cette optique, le plan comptable général propose des tracés qui permettent des analyses directement à partir des postes du compte de résultat.

Le compte de résultat prévisionnel, nous permet de suivre l'évolution interne de notre entreprise pour plusieurs années d'exercices.

2.2 - Représentation de compte de résultat prévisionnel

30. Compte de résultat prévisionnel (montant en FC)

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Chiffre d'affaires	220 787 500	230 962 000	253 350 000	264 030 000	288 450 000
I-PRODUCTION DE L'EXERCICE	220 787 500	230 962 000	253 350 000	264 030 000	288 450 000
II-CONSOMMATION DE L'EXERCICE	150 900 000	158 445 000	158 445 000	165 990 000	165 990 000
III-VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION (I-II)	69 887 500	72 517 000	94 905 000	98 040 000	122 460 000
Charges de personnel	15 144 000	15 144 000	15 144 000	15 144 000	15 144 000
Impôt, taxe et versements assimilés	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Autres charges	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
IV-EXEDENT BRUT D'EXPLOITATION	48 643 500	51 273 000	73 661 000	76 796 000	101 216 000
Dotations aux amortissements, aux prévisions et pertes de valeurs	5 271 000	5 271 000	5 271 000	5 271 000	5 271 000
Charges financières	15 230 000	13 183 392,6	10 727 463,72	7 780 349,06	4 243 811,59
V- R A I	28 142 500	32 818 607,4	57 662 536,28	63 744 650,94	91 701 188,41
IBS (30%)	8 442 750	9 845 582,22	17 286 760,88	19 123 395,28	27 510 356,52
Résultat Net	19 699 750	22 973 025,18	40 375 775,4	44 621 255,66	64 190 831,89
Eléments extraordinaire	70 000	70 000	70 000	70 000	70 000
Résultat net de l'exercice	19 599 750	22 903 025,18	40 305 775,4	44 551 256,66	64 120 831,89

2.3 : Tableau de flux de trésorerie (en FC)

Le tableau de flux qui explique l'évolution, au cours de l'exercice, des ressources de l'entreprise, des emplois, et plus particulièrement de la trésorerie.

Le tableau de flux de trésorerie plus orienté vers une analyse de la variation de la trésorerie, il analyse les flux de trésorerie par fonctions (activités, investissement, financement) et mesure ainsi la contribution de chaque formation à la trésorerie de l'exercice.

31. Tableau de flux de trésorerie (en FC)

Désignation	N	N+1	N+2	N+3	N+4
A – Recette					
Vente	220 787 500	230 962 000	253 350 000	264 030 000	288 450 000
Apport personnel	35 000 000	0	0	0	0
Emprunt	76 150 000	0	0	0	0
TAOTAL (A)	331 937 500	230 962 000	253 350 000	264 030 000	288 450 000
B- Dépense Suivi					
Investissement	53 070 000				
Consommation de l'exercice	150 900 000	158 445 000	158 445 000	165 990 000	165 990 000
Salaire du personnel	15 144 000	15 144 000	15 144 000	15 144 000	15 144 000
Impôts et taxes	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Remboursement d'emprunt	10 233 037	12 279 644,4	14 735 573,28	17 682 687,36	21 219 057,96
Charge financière	15 230 000	13 183 392,6	10 727 463,72	7 780 349,06	4 243 811,59
IBS 30%	8 442 750	9 845 582,22	17 286 760,88	19 123 395,28	27 510 356,52
TOTAL (B)	253 119 787	208 997 619,2	216 438 797,9	22 582 0431,7	234 207 226,1
SOLDE (A-B)	78 817 713	21 964 380,7	36 911 202,12	38 209 568,3	54 242 773,39
CUMUL	78 817 713	100 782 093,7	137 693 295,8	175 902 864,1	230 145 637,5

2.4 - Le bilan prévisionnel

Le bilan d'une entreprise se présente sous la forme d'un tableau récapitulatif en deux parties décrivant la situation patrimoniale d'une entreprise à un moment donné. Il donne un tableau des moyens de l'entreprise sous deux aspects :

- leur origine juridique ou ressource au passif,
- leur destination économique ou emploi à l'actif.

Le PCG a, en outre, introduit une conception fonctionnelle du bilan qui conduit à considérer l'entreprise en fonctionnement, donc à se placer non pas dans une hypothèse d'évaluation, voire de liquidation, mais dans une hypothèse de continuité de l'activité qui suppose le renouvellement normal des éléments du bilan.

2.4.1 : Bilan d'ouverture du 31/12/N (montant en FC)

32. Bilan d'ouverture

ACTIF	V B	m	VNC	PASSIF	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS				CAPITAUX PRORPRE	
<u>Immobilisation incorporelle</u>				Capital	253 000 000
Logiciels informatiques	100 000	0	100 000	Résultat net	
				Report à nouveau	
<u>Immobilisations corporelles</u>				Total capitaux propres	253 000 000
Terrain	7 500 000	0	7 500 000		
Constructions	15 300 000	0	15 300 000		
Outils industriels	532 500	0	532 500	PASSIFS NON COURANTS	
Les matériels et immobilisation de bureau et informatique	1 138 000	0	1 138 000	Emprunt	76 150 000
Les matériels de transport	21 500 000	0	21 500 000	Total passifs non courants	76 150 000
Installation technique	7 000 000	0	7 000 000		
Total actifs non courants	53 070 000	0	53 070 000		
ACTIFS COURANTS					
Trésorerie	258 080 000		258 080 000		
Total actifs courants	258 080 000	0	258 080 000		
TOTAL DES ACTIFS	311 150 000	0	311 150 000	TOTAL DES PASSIFS	311 150 000

D'après ce tableau la somme du bilan d'ouverture s'élève à **trois cent onze millions cent cinquante mille franc comorien (311 150 000 FC).**

2.4.2: Bilan final

33. Bilan final

ACTIF	V B	M	VNC	PASSIF	MONTANT
ACTIFS NON COURANTS				CAPITAUX PROPRES	
<u>Immobilisation incorporelle</u>			0	RORPRE	
Logiciels informatiques	100 000	100 000		Capital	253 000 000
				Résultat net	64 190 832
				Report à nouveau	127 669 805
<u>Immobilisations corporelles</u>					
Terrain	7 500 000	0	7 500 000		
Constructions	15 300 000	3 060 000	12 240 000		
Outils industriels	532 500	106 400	416 100		
Les matériels et immobilisation de bureau et informatique	1 138 000	1 138 000	0	Total capitaux propres	444 860 638
Les matériels de transport	21 500 000	21 500 000	17 229 00		
Installation technique	7 000 000	7 000 000	0	PASSIFS NON COURANT	
			0	Emprunt	0
			0	Total passifs non courants	0
Total actifs non Courants	53 070 000	15 675 400	37 395 100		
ACTIFS COURANT					
Trésorerie	407 465 538	0	407 465 538		
Total actifs courants		0			
TOTAL DES ACTIFS	460 535 538	15 675 400	444 860 638	TOTAL DES PASSIFS	444 860 638

Le montant total du bilan final s'élève à **quatre cent quarante quatre millions huit cent soixante mille six cent trente huit Franc Comorien (444 860 638 FC).**

CHAPITRE III : EVALUATION DE PROJET

Dans ce présent chapitre nous allons voir l'analyse de la rentabilité du projet qui se fait à partir des instruments indicateurs de mesure de rentabilité à savoir la rentabilité économique et la rentabilité financière.

SECTION 1 : EVALUATION FINANCIÈRE DU PROJET

La valeur Actuelle nette (VAN), le Taux de Rentabilité Interne (TRI) et la Durée de Récupération des Capitaux Investis (DRCI) font l'objet de l'évaluation financière de notre projet.

1.1- La valeur actuelle nette (VAN)

La VAN est la somme algébrique de FCN actualisé soustrait du montant de l'investissement initial.

Pour calculer la VAN on a la formule suivante :

$$VAN = \sum_{j=1}^n CFN (1+i)^{-j} - I_0$$

Avec CFN: cash-flows nets

$(1+i)^{-j}$: coefficient d'actualisation

i : taux d'actualisation 20%

I : investissement initial

j : durée 5ans

34. Tableau de calcul de CFN (en FC)

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Cash flow net de la période	19 599 750	22 903 025,18	40 305 775,4	44 551 256,66	64 120 831,89
$(1+0,20)^{-j}$	0,883 333	0,694 444	0,578 704	0,482259	0,401878
Cash flow net actualisé	17 313 105,97	15 904 868,42	23 325 113,45	21 485 244,49	25 768 751,68
Cumul de CFN actualisé	17 313 105,97	33 217 974,39	56 543 087,84	78 028 332,33	103 797 084

Ce tableau nous permet de calculer la VAN à partir de la CFN, actualisée au taux de 20% et de l'investissement initial.

D'où la formule : **VAN = CFN actualisée cumulée - I₀**

Soit : CFN actualisée = **103 797 084 FC** avec **I₀= 53 070 000 FC**

Donc **VAN = 103 797 084-53 070 000**

D'où **VAN = 50 727 084,01>0**

Interprétation

On peut conclure qu'à partir des calculs effectués, dans le cadre de notre projet, le VAN est positive, cela explique donc que l'investissement de ce projet est intéressant, il montre que notre entreprise est rentable et elle a une bonne santé économique.

1.2- Le taux de rentabilité interne (TRI)

Le taux de rentabilité interne est défini comme étant le taux maximal d'insert que peut supporter un projet, il est le taux d'actualisation qui annule le CFN, c'est-à-dire que

$$\sum \text{CFN} / (1+t)^j = I_0$$

- Si la VAN > 0, on choisit un taux élevé par rapport au précédent
- Si \square VAN < \square 0 on utilise un taux moins élevé
- Si on obtient le taux qui annule la VAN et l'autre reste positif.

Les valeurs les plus faibles des deux sont celles approximatives de zéro, et à partir de là on passe à l'interpolation linéaire.

35. Calcul du taux de rentabilité interne avec t=80%

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Cash flow net de la période	19 599 750	22 903 025,18	40 305 775,4	44 551 256,66	64 120 831,89
$(1+0,80)^{-j}$	0,555555	0,308642	0,171468	0,095260	0,052922
Cash flow net actualisé	10 888 739,11	7 068 835,498	6 911 150,696	4 243 952,709	3 393 402,665
Cumul de CFN actualisé	10 888 739,11	17 957 574,61	24 868 725,31	29 112 678,01	32 506 080,68

D'après ce tableau, le montant de CFN actualisée au taux de 80% est égal à **32 506 080,68FC**

$$\text{VAN} = 32 506 080,68 - 53 070 000 = -20 563 919,32$$

$$\text{Si } t = 20\%, \text{ VAN} = 50 727 084,01$$

Si $t = 80\%$, $VAN = -20\ 563\ 919,32$

Alors $20\% < TRI < 80\%$ ce qui montre $-20\ 563\ 919,32 < 0 < 50\ 727\ 084,01$

$$(TRI-20) / (80-20) = (0-50\ 727\ 084,01) / (-20\ 563\ 919,32-50\ 727\ 084,01)$$

Soit **TRI = 62,70%**

Interprétation

D'après ces calculs, nous constatons que le taux de rentabilité interne est supérieur au taux de financement, C'est-à-dire $62,70\% > 20\%$.

Par conséquent, nous pouvons en déduire que notre projet est en mesure d'honorer ses engagements pour le paiement des emprunts à l'institution financière qu'elle aurait financier.

1.3- Indice de profitabilité (IP)

On obtient l'indice de profitabilité à partir du quotient de la somme des cash-flows actualisés par le montant du capital investi.

$$IP = \frac{1}{I_0} \sum_{j=1}^n CFN (1+i)^{-j}$$

i: Taux d'actualisation

CFN: Cash-flows

j: Durée du projet

I₀: investissement initial

La somme de CFN est de **103 797 084 FC** avec un investissement initial de

I_{0= 53 070 000 FC.}

Alors $IP = 103\ 797\ 084 / 53\ 070\ 000$

D'où IP = 1,95

Interprétation :

On a obtenu un indice de profitabilité supérieur à zéro soit $IP=1,95>0$ ce qui montre que l'investissement est rentable. Cela nous permet de dégager la rentabilité par unité de production.

1.4- Le délai de récupération des capitaux investis (DRCI)

Le délai de récupération est la période par laquelle l'entreprise reconstituera ses fonds d'investissement initial.

L'entreprise commence à ce stade à déterminer son capital investi à des résultats enregistrés par son activité.

36. Cumul de cash-flow

ANNEE	1	2	3	4	5
CFN	17 339 605,96	15 904 868,42	23 325 113,45	21 485 244,49	25 796 883,14
CUMUL CFN	17 313 105,97	33 217 974,39	56 543 087,84	78 028 332,33	103 797 084

On a comme investissement initial de notre projet s'élève à $I_0 = 53 070 000 \text{ FC}$

Ce que montre alors : $2 < \text{DRCI} < 3$

Soit $33 217 974,39 < 53 070 000 < 56 543 080$

La méthode par interpolation nous donne

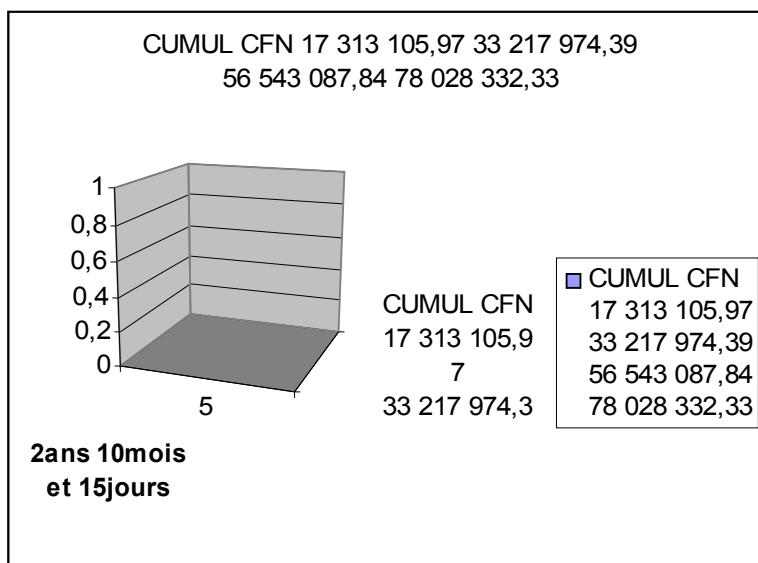
$$(\text{DRCI}-2) / (3-2) = (53 070 000 - 33 217 974,39) / (56 543 080 - 33 217 974,39)$$

$$\text{Soit DRCI} = 2 + 0,85$$

DRCI = 2ans 10mois15jours

Le délai de récupération des capitaux investis est de **2ans, 10mois et 15jours**.

Figure n°11 : Courbe de délai de récupération



1.5– Analyse des ratios

L’analyse des ratios nous permet d’identifier et d’analyser la situation d’une entreprise à un moment tendu. Ils permettent au responsable financier d’une entreprise d’apprécier les chiffres portés au bilan, et d’identifier les tâches concernées.

Pour cela, nous nous particulisons de la rentabilité commerciale (RC), la capacité de remboursement (CR), de rentabilité financière (RF), et de la rentabilité générale.

1.5.1- Rentabilité commerciale (RC)

La rentabilité commerciale permet de mesurer la marge nette après déduction de toutes les charges.

Elle est déterminée à partir du chiffre et de l’excèdent brute d’exploitation (EBE) alors **RC = EBE / CA**

37. Ratio de rentabilité commerciale

Rubrique	N	N+1	N+2	N+3	N+4
EBE	48 643 500	51 273 000	73 661 000	76 796 000	101 216 000
CA	220 787 500	230 962 000	253 350 000	264 030 000	288 450 000
RC	0,2203	0,2220	0,2907	0,2909	0,3509
Pourcentages	22%	22%	29%	29%	35%

1.5.2- Capacité de remboursement

La capacité de remboursement permet de situer l’aptitude de l’entreprise de remboursement de toutes les dettes.

Elle est donc déterminée par la formule suivante :

$$\mathbf{CR = Emprunt / CAF}$$

$$CR = 76 150 000 / 103 851 715,5 = 0,7332$$

Soit **CR = 73,32%**

1.5.3– Rentabilité financière

On détermine la rentabilité financière à partir de la formule suivante :

$$\mathbf{RF = Résultat net / CAF}$$

38. Ratio de rentabilité financière

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Résultat net	19 699 750	22 973 025,18	40 375 775,4	44 621 255,66	64 190 831,89
CAF	19 599 750	22 903 025,18	40 305 775,4	44 551 256,66	64 120 831,89
RF	1,0051	1,0030	1,0017	1,0016	1,0012
Pourcentages	100,51%	100,3%	100,17%	100,16%	100,12%

Ces rapports dégagent toujours des résultats largement supérieurs à 80% que la majorité de la CAF est constitué par des résultats net, cela nous montre un bon indicateur de rentabilité.

1.5.4- Rentabilité général (RG)

La rentabilité générale ressort la part des résultats net de l'entreprise par rapport au chiffre d'affaire.

On a comme formule :

$$\text{RG} = \text{Résultat net} / \text{CA}$$

Tableau n°39 : Calcul de rentabilité général

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Résultat net	19 699 750	22 973 025,18	40 375 775,4	44 621 255,66	64 190 831,89
CA	220 787 500	230 962 000	253 350 000	264 030 000	288 450 000
RG	0,08922	0,09946	0,1593	0,1690	0,2225
Pourcentage	9%	10%	16%	17%	22%

Tableau n° 40 : Récapitulatifs des ratios

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Rentabilité commerciale	22%	22%	29%	29%	35%
Capacité de remboursement	73,32%				
Rentabilité financière	100,51%	100,3%	100,17%	100,16%	100,12%
Rentabilité générale	9%	10%	16%	17%	22%

SECTION 2 : EVALUATION ÉCONOMIQUE ET SOCIALE DU PROJET

Pour évaluer notre projet, nous allons procéder successivement l'évaluation économique ainsi que l'évaluation sociale du projet.

2.1- Evaluation économique

L'évaluation économique projette quatre lignes à savoir :

- la création de la valeur ajoutée (VA) ;
- l'amélioration et augmentation du produit intérieur brut (PIB) ;
- l'augmentation de la recette de l'Etat et de la consommation.

2.1.1– La création de la valeur ajoutée

La création d'une unité de production permet de tirer la VA, ainsi la création d'une unité ne mesure pas réellement la valeur véritablement produite par celle-ci car cette valeur comprend une consommation intermédiaire nécessaire à l'élaboration des biens et services utilisés dans le processus de la fabrication. Cette différence est appelée « valeur ajoutée ».

2.1.2- L'amélioration et augmentation du PIB

C'est à partir de la VA qui aurait l'augmentation et l'amélioration du produit intérieur brut.

Le PIB c'est la somme de valeurs ajoutées produites par l'ensemble des branches d'activité d'un pays.

Cependant, le PIB mesure la richesse globale créée par la nation, nous pouvons parler également de l'augmentation du produit national brut qui présente la production réalisée par les nationaux.

2.1.3- L'augmentation de la recette de l'Etat

La recette de l'Etat dépend en grand partie des impôts et taxes payées par les contribuables, pour cela la création d'une entreprise permet d'améliorer cette recette à partir du paiement de l'impôt sur le bénéfice de la société (IBS) imite aux taux de 30% et autre impôt comme la taxe professionnelle...

2.1.4- L'augmentation de la consommation

L'augmentation de la consommation a des impacts économiques et sociaux.

La consommation est l'une des grandes fonctions économiques. En effet, nous avons vécu la détaxation qui avait pour but d'inciter la population à la consommation pour promouvoir notre économie. La création d'une société permet à la réalisation des nouveaux revenus et ces derniers faire naître la consommation.

2.2– Evaluation sociale

Dans ce type d'évaluation, nous allons voir la création d'emploi, la réduction du taux de chômage, le développement sociale de la région où nous allons planter notre firme et l'augmentation de la consommation.

2.2.1- La création d'emploi

Les Comores possèdent un potentiel humain, mais le problème réside sur l'insuffisance du marché de travail. Pour cela, notre projet nécessite des éléments humains pour sa réalisation et son développement, d'où une création d'emploi.

2.2.2- La réduction du taux de chômage

Cette réduction a un caractère socio-économique. La création d'emploi conduit logiquement à la baisse du taux de chômage et cette dernière permet d'éviter et de diminuer les infrastructures et les violences.

2.2.3- Le développement social de la région

La commune pilote de Mbeni permet d'augmenter la recette de l'Etat par le biais des impôts payés par la société ; et à partir de cette recette, la commune pourrait contribuer au bien de développement du pays.

2.2.4- L'augmentation de la consommation

La contrepartie du travail est la rémunération. Plus on travail, on gagne beaucoup de revenus destiné à l'achat des besoins nécessaire à la satisfaction des besoins individuels et familiaux.

En effet, lorsque le revenu augmente, la consommation augmente et les besoins seront satisfaits ; ce qui améliore la situation sociale d'une famille et d'une population.

2.3- Le cadre logique du projet

Le cadre logique est avant tout une vue synthétique du projet. Sa représentation schématique sous forme de matrice est un document dynamique qui s'enrichit à chaque étape de la vie du projet et reflète l'évolution du projet.

Le cadre logique a pour objet la conception et la gestion de projet. Le principe de cette méthode est d'expliciter une relation causale théorique entre :

- Les ressources, les activités entreprises et finalités du projet ;
- Les indicateurs mesurant la réalisation des activités et l'atteinte des objectifs ;
- Les ressources de ces indicateurs (et plus généralement les éléments du dispositif de suivi d'où ils proviendront) ;
- Les risques critiques et extérieurs au projet (un risque est dit critique si sa réalisation met en danger le projet dans son ensemble).

La méthode du cadre logique aboutit à la constitution d'une matrice ou tableau. Retenons à ce stade les concepts que décrivent chaque ligne et chaque colonne de cette matrice.

Tableau n° 41 : Présentation de cadre logique

Description sommaire	Logique d'intervention	IOV	Source de vérification	Hypothèse
OBJECTIFS GLOBAUX	-Contribuer au développement social de la région - augmenter la consommation	- 5% de taux de croissance de l'économie nationale -10t/ha de rendement	-Evolution du pouvoir d'achat selon des enquêtes menées -Rapport du ministère de l'agriculture concernant la production de girofle	- exportation du girofle à un moment donné
OBJECTIFS SPECIFIQUE	- Réduire la pauvreté dans ce pays jusqu'à 50% -Accroître la quantité du girofle disponible sur le marché	- 25% de réduction de la pauvreté - Augmentation de la quantité de girofle	-Augmentation du prix de girofle d'après des enquêtes réalisées par le ministre de commerce	-problème d'approvisionnement En matière de girofle Résolu.
RESULTATS	-Réduction du taux de chômage -Nombre de sous alimentaire diminué	-satisfaction des paysans cultivateurs de girofle.	-Rapport du ministre de commerce concernant l'exportation du produit	-Inflation maîtrisée -stabilité économique
ACTIVITES	-sensibilisation -construction de barrage	-travaux de construction en cours - équipements installés	-Assiduité des paysans en appliquant de cette nouvelle technique de l'agriculture giroflier	-Octroi de bailleur de fonds
INTRANTS	-Terrain -engrain -formateurs	-100ha de terrain aménagé -100000 pieds de giroflier implanté	-Bon de livraison de l'entreprise gagnante de marché lors de dépouillement de l'offre	-La commune pilote De Mbeni offert de Terrain gratuitement -Subvention de l'Etat.

Condition favorable

Un gouvernement démocratique

Reste en place.

CONCLUSION PARTIELLE

Cette troisième et dernière partie de cet ouvrage nous a permis d'identifier en général l'étude financière de notre entreprise sachant le coût des investissements et financements, l'étude de rentabilité de projet ainsi que l'évaluation du projet.

Avec tout les différents calculs qu'on a élaboré dans cette dernière partie à savoir les plans d'amortissement des immobilisations, le compte de résultat prévisionnel, le bilan prévisionnel, le flux de trésorerie ainsi que l'évaluation financière du projet nous ont donnés des résultats rentable pour la création de l'entreprise. Cela nous montre que notre projet est viable.

CONCLUSION GENERALE

Voici arrivé le terme à cet ouvrage, annoncé, notre projet a été divisée en trois (3) grandes parties qui forment l'objectif de notre entreprise : La description générale du projet qu'on a puis identifié les différents facteurs environnementaux dans notre entreprise, elle met en évidence les objectifs et les intérêts du projet comme première partie.

Ainsi, la deuxième partie de cet ouvrage sachant la faisabilité technique du projet, on a démontré l'expérience, les techniques de production, les différentes méthodes pour la mise en œuvre de l'évolution de l'entreprise.

Et comme troisième et dernière partie on a vu en détail l'évaluation financière, économique ainsi que sociale de ce projet, la partie constituant la pièce maîtresse de l'entreprise GIROCOM.

En revanche, les calculs effectués dans cette dernière parties connaissant la valeur actuelle nette, le taux de rentabilité interne, l'indice de profitabilité, le délai de récupération des capitaux investis et l'analyse des différents ratios nous montrent que l'entreprise est parfaitement rentable et présente une bonne situation économique.

Notre projet s'avère donc réaliste car d'après les critères que nous venons de citer, la rentabilité et la faisabilité sont du domaine du réaliste.

Pour parachever, la concrétisation de ce projet contribuera à la réhabilitation de l'économie du pays en augmentant le PIB.

Enfin, la mise en place de notre activité va également créer des emplois qui permettront d'augmenter le niveau de vie personnel de la future entreprise et constitue une preuve de détermination pour notre contribution à la diminution du taux de chômage.

ANNEXES

ANNEXE I : Droit des sociétés

Site Officiel



DROIT DES SOCIETES

• Les Comores étant membre de l'organisation pour l'harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA) sont soumises aux dispositions de l'Acte Uniforme de l'OHADA relatif au Droit des Sociétés Commerciales et du groupement d'intérêt économique.

• L'immatriculation au registre du commerce et du crédit mobilier est soumise au paiement d'un droit d'enregistrement de 7.500 FC, soit environ 15 Euro. Pour l'exportation d'un Fonds de Commerce, les droits d'enregistrements sont calculés respectivement, selon le mode de calcul suivant : 10% du prix d'acquisition et 3% du prix du loyer.

• Les sociétés Commerciales peuvent se créer sous les formes suivantes : Société commerciale dénommée "associé unique", les sociétés en non collectif, les société en commandite simple, les sociétés à responsabilités limitée et les sociétés anonymes.

• Toute personne physique ou morale peut être associée dans une société commerciale lorsqu'elle ne fait l'objet d'aucune interdiction, incapacité ou incompatibilité avec le droit commerciale général.

• Le capital social minimum est de 750 000 FC, soit environ 1 524 Euros pour la SARL et 7 500 000 FC pour la S.A.

• Le nombre minimum, d'associés est fixé à une personne pour la SARL et la S.A.

• Aux Comores il existe deux types de SARL :

► La SARL classique, (5 personnes au plus) ► et la SARL à Associé Unique.

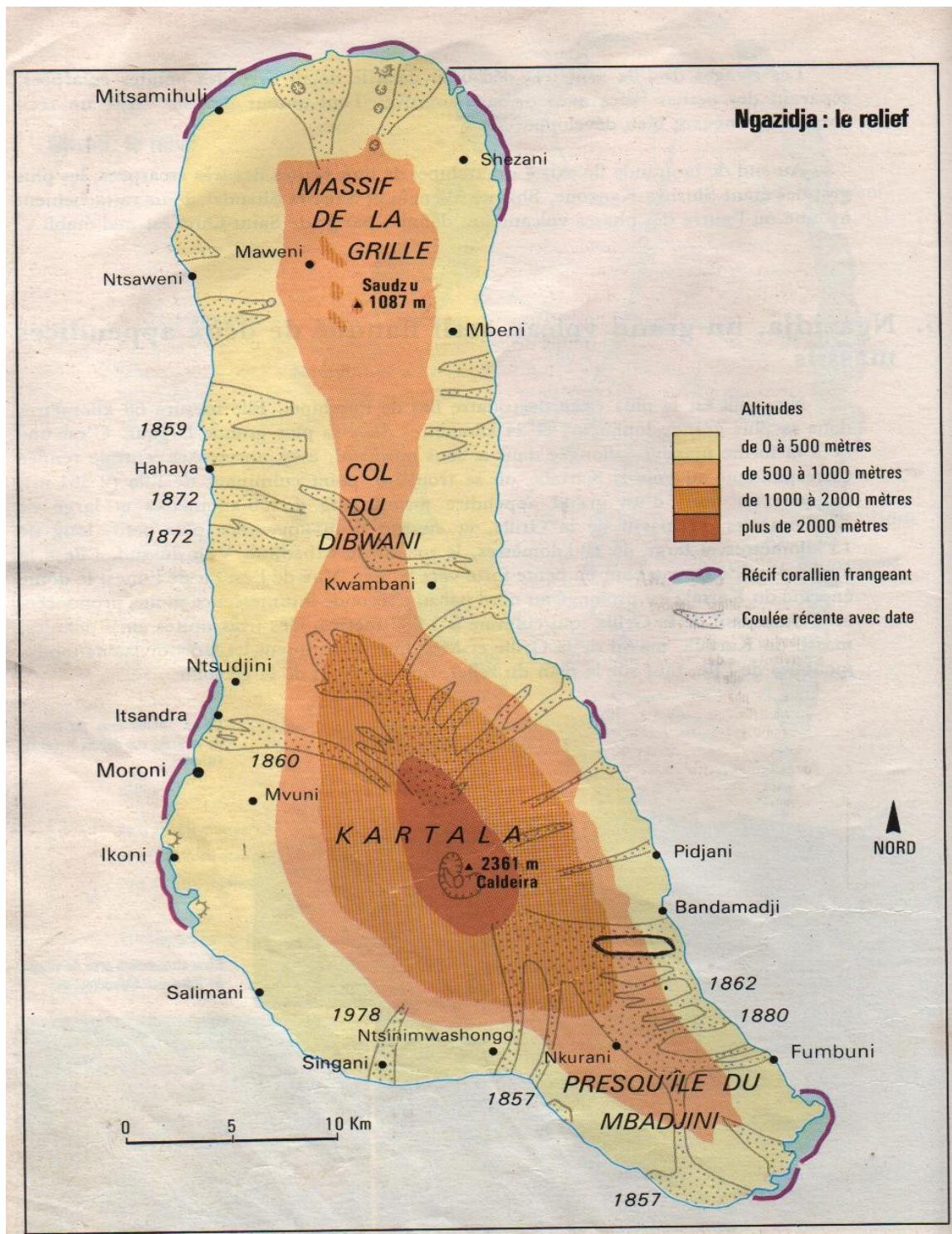
Source : site officiel des Comores. www.comores-droit.com

ANNEXE II : Carte Géographique des Comores dans l'océan Indien



Source : livre Nathan, Géographie des Comores

ANNEXE III : Carte Géographique de Ngazidja



Source : livre Fernande Nathan, Géographie des Comores

ANNEXE IV: Taux de Change de la monnaie

1 euro	1, 3 US Dollars
1 euro	6,559570 FF
1 euro	491, 96775 FC
1 US Dollars	416,361 FC
1 euro	2730 Ariary
1 euro	13 000 FMG
1 FC	27 FMG

Source: BCC / BCRM

ANNEXE V : Synonymes

- *Caryophyllus aromaticus* L.
- *Eugenia aromaticata* (L.) Bail
- *Eugenia Caryophyllata* Thunb.
- *Eugenia Caryophyllus* (Spreng.) Bullock & S.G.Harrison

LIENS EXTERNES

- Référence ITIS: Syzygium aromaticum (L.) Merr. et Perry (fr.) (+version (en))
- Référence NCBI Taxonomy : Syzygium aromaticum (en)
- Référence GRIN : espèce Syzygium aromaticum (L.) Merr. & L.M.Perry (en)
- (fr) Toil'd'epices – clou de girofle

ANNEXE VI: Classification

Classification phylogénétique

<u>Clade</u>	<u>Angiospermes</u>
<u>Clade</u>	<u>Dicotylédones vraies</u>
<u>Clade</u>	<u>Rosidées</u>
<u>Ordre</u>	<u>Myrales</u>
<u>Famille</u>	<u>Myrtaceae</u>

Classification classique

<u>Règne</u>	<u>Plantae</u>
<u>Sous règne</u>	<u>Tracheobionta</u>
<u>Division</u>	<u>Magnoliophyta</u>
<u>Classe</u>	<u>Magnolipsida</u>
<u>Sous-classe</u>	<u>Rosidae</u>
<u>Ordre</u>	<u>Myrales</u>
<u>Famille</u>	<u>Myrtaceae</u>
<u>Genre</u>	<u>Syzygium</u>

Nom binomial

Syzygium aromaticum

ANNEXE VII: Quantités produites (en tonnes)

Rubriques	2002	2003	2004	2005	2006
Vanille	140	110	60	65	51
Girofle	2869	3013	3200	1500	3500
Ylang-ylang	48	40	35	50	45

Source : BCC / Administrations comoriennes

BIBLIOGRAPHIE

1- Cours théoriques des enseignants en classe (Pré mire année à quatrième année universitaire).

2- Jean-Pierre Détrice, STRATEGOR : Stratégie, structure, Décision, identité, Politique général de l'entreprise, Inter Edition, 1988,

Nombre de page : 509

3- J.-Y. EGLEM.A.PHILIPPS.C et C PAULET : Analyse comptable et financière, DUNOD, 2000(8^e édition),

Nombre de page : 408

4- M.GERONIMI : Comptabilité et Analyse financière, Gaston Berger,
Nombre de page : 204

5- RENE BATTISTINI et PIERRE VERIN : Géographie des Comores,
Editions Fernand Nathan, 1984,

Nombre de page : 142

6- YVAN VALSENCCHI : Marketing et communication,
Nombre de page : 141

Site Internet

- Site officiel des Comores : www.comores-droit.com
- La maison des épices des Comores :
<http://www.epces-Comores.com/pdfmassala/massala3.pdf>.
- Logiciel : Microsoft Encarta