

Sommaire

REMERCIEMENTS	4
LISTE DES ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES	6
METHODOLOGIE	7
INTRODUCTION.....	8
PREMIERE PARTIE :.....	10
CHAPITRE I : MONOGRAPHIE DU DISTRICT D'AMBATONDRAZAKA.....	12
Section I : La présentation générale du milieu	12
Section II : Identification du projet.....	16
Section III. Caractéristique du projet.....	17
CHAPITRE .II. DEMARCHE MARKETING DE L'ENTREPRISE.....	20
Section. I : Capacité d'absorption du marché	20
Section II : Démarche stratégique ou marketing stratégique.....	31
CHAPITRE. III. CONDUITE DU PROJET.....	36
Section I. Les prestations de service.....	36
Section II. Formation a l'internet	37
CHAPITRE. IV. LA CAPACITE D'ACCUEIL	39
Section I. Matériels informatique requis	39
Section II. La politique commerciale	43
Section III. Chiffre d'affaire prévisionnel	44
CHAPITRE. V. ORGANISATION STRUCTURELLE	48
Section I : Organigramme.....	48
Section II : Les postes de travail.....	50
DEUXIEME PARTIE	54
CHAPITRE .I. LES OUTILS ET LES CRITÈRES D'EVALUATION D'UN PROJET.....	56
Section I. Les outils d'évaluation	56
Section II. Les critères d'évaluations	60
CHAPITRE. II. LES INVESTISSEMENTS.....	61
Section I. Les infrastructures	61
Section II. Les ressources	69
Section III. Le fond de roulement initial	72

CHAPITRE. III. LES COMPTES DE GESTION.....	74
Section I : Les comptes de charges.....	74
Section II : Les comptes de produits	77
CHAPITRE. IV. ETUDE DE FAISABILITE ET DE RENTABILITE	78
Section I. Les comptes de résultat prévisionnels	78
Section II. Flux de trésorerie	81
CHAPITRE. V. EVALUATION DU PROJET.....	87
Section I : Evaluation économique et sociale	87
Section II : Evaluation financière	89
CONCLUSION GENERALE	95
BIBLIOGRAPHIE.....	97
ANNEXES	98
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES.....	101
TABLE DES MATIERES	104

REMERCIEMENTS

La confection du présent mémoire a été une œuvre de longue haleine. Nous avons rencontré des difficultés, mais grâce à la contribution de plusieurs personnes, nous sommes arrivés à terme. En effet, nous tenons à adresser nos sincères remerciements et notre vive reconnaissance à tous ceux qui, de près ou de loin, ont aidé à la réalisation de cet ouvrage, notamment :

- ❖ Monsieur LEMIARY, notre encadreur enseignant qui nous a accordé son temps, malgré ses lourdes responsabilités pour nous soutenir et nous guider dans l'élaboration de ce mémoire ;
- ❖ Monsieur FARARANOMANALIMANETSY Hervais, Consultant Agricole Formateur en informatique qui a bien voulu accepter d'être notre encadreur professionnel et a fourni des informations complémentaires permettant la réalisation de cet ouvrage ;
- ❖ A nos parents, frères et sœurs qui nous ont soutenus moralement et financièrement tout au long de nos études ;
- ❖ Sans oublier les contributions de plusieurs enseignants de la Faculté de Droit, des Sciences Economiques et de Gestion de l'Université de Toamasina rendant notre réussite ;

Enfin, nous exprimons également notre gratitude envers nos amis qui, de près ou de loin nous ont fait bénéficier de leurs suggestions et de leurs encouragements durant les différentes étapes de la préparation de cet ouvrage.

Merci à tous

ANDRIANAMBONILAZA.Tsirinisainana

LISTE DES ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES

AAI	: Agencement, Aménagement, Installation
IBS	: Impôt sur les Bénéfices des Société
MBA	: Marge Brute d'Autofinancement
MMB	: Matériel Mobilier de Bureau
PIB	: Produits Intérieurs Brute
TVA	: Taxe sur Valeur Ajoutée
RGPH	: Recensement Général de la Population et de l'Habitant
RTC	: Réseau Téléphonique Commuté
SMTP	: Simple Mail Transfert Protocole
TELMA	: Télécom Malagasy
EPP	: Ecole Primaire Public
CEG	: Collège d'Enseignement General
PRD	: Programme Régional du Développement
SARL	: Société A Responsabilité Limitée
RGPH	: Recensement Général de la Population et de l'Habitat
ONG	: Organisation Non Gouvernementale
BOA	: Banque Of Africa
TRANS EXPRESS	: Transport Express
NTIC	: Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication
MS DOS	: MicroSoft Disk Operating System
SMTP	: Simple Mail Transfert Protocole

METHODOLOGIE

Cet ouvrage a été réalisé en différentes étapes. Tout d'abord, on a effectué une enquête durant trois mois au sein du service responsable informatique de la région Alaotra Mangoro. Ensuite, nous avons collecté des données permettant d'élaborer ce mémoire. Enfin, en vue de corrélérer les informations recueillies, nous avons effectué des descentes pour connaître la situation existante afin de prendre les mesures appropriées.

INTRODUCTION

Dans les Pays en développement en générale, l'informatique constitue un environnement qui est en constante progression et qui pourrait constituer une ou des expériences en matière de pratique. C'est pourquoi, lors de l'élaboration du présent mémoire, les aspects économiques, sociale et financiers ont été pris en compte que ce soit du point de vue national qu'international.

En effet, les points suivants ont été pris en considération dans l'exécution de ces travaux de recherches :

Les raisons du choix de ce projet ont été dictées par :

- L'influence de l'outil informatique dans la vie des gens ;
- La mondialisation et la globalisation qui sont des termes utilisés pour désigner la vague

Mondiale de libération des échanges, des investissements et des flux de capitaux ;

- Les nouvelles technologies liées à la communication et à informatique ont pris une place importante dans la vie active de la population ;
- La politique économique de Madagascar consiste à la stimulation du développement du secteur privé et l'ouverture de l'économie ;
- Bon nombre de personnes à Madagascar vivent au-dessous du seuil de la pauvreté que ce soit du point de vue financier, social et voire même éducatif ;
- Madagascar met en œuvre des stratégies permettant de lutter contre la pauvreté.

Ce mémoire a donc été élaboré en tenant compte de ces aspects. Le thème choisi est : PROJET DE CREATION D'UN CYBER CAFE A AMBATONDRAZAKA DENOMME « CYBER FLASH », dans le quartier de Madiotsifafana.

L'objet du projet est la création d'une entreprise prestataire de service en matière d'accès internet.

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

Effectivement, la création de ce cyberespace contribue à l'amélioration des conditions de vie socio-économique et culturelle de la population .Elle augmente le degré de connaissance individuelle car elle contribue à l'éducation, au développement des connaissances et à l'augmentation des loisirs de la population ; il est aussi source d'emploi et permet à la région De s'ouvrir au monde.

En effet, il offre à la population une multitude de services qui leur permet de communiquer et de rechercher des données par le monde.

Ce projet consiste à créer un espace d'accès Internet .Répétition, actuellement comme la population est assoiffée d'information et de communication, la réalisation de ce projet nous semble opportune. Le cyberespace permettra donc d'améliorer le degré de connaissance et la qualité de vie des gens.

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

Afin de constituer ce document, nous avons faire une étude de faisabilité. Cette étude consiste à déterminer les stratégies à adopter pour faire face aux marchés, les procédés et les méthodes de production à utiliser et les ressources humaines et financières nécessaires pour monter le projet.

Pour avoir un aperçu théorique et technique concernant le projet, une étude documentaire a été réalisée .D'autre part, des enquêtes auprès de la clientèle et des entretiens avec les responsables d'entreprises œuvrant déjà dans le domaine du cyberespace ont été menés pour avoir une idée générale sur la réalité .Il a aussi fallu faire une analyse des informations obtenues lors des étapes citées précédemment.

Les détails de ce travail vont être donnés au développement qui suit le plan ci-après :

- Dans la première partie, nous allons parler de l'identification du projet où nous allons présenter le projet, la démarche marketing de l'entreprise, la conduite du projet en décrivant les prestations de service, ensuite la capacité d'accueil et enfin l'organisation structurelle.
- Dans la deuxième partie, nous allons réaliser l'évaluation et une étude financière du projet qui consiste à déterminer les dépenses d'investissement, les comptes de gestion et ensuite l'étude de faisabilité et de rentabilité du projet.

Les délais de ce travail vont être donnés au développement qui suit le plan ci-après :

- Dans la première partie, nous allons parler de l'identification du projet où nous allons présenter le projet, la démarche marketing de l'entreprise, la conduite du projet en décrivant les prestations de service, ensuite la capacité d'accueil et enfin l'organisation structurelle.
- Dans la deuxième partie, nous allons réaliser l'évaluation et une étude financière du projet qui consiste à déterminer les dépenses d'investissement, les comptes de gestion et ensuite l'étude de faisabilité et de rentabilité du projet.

Première partie :

IDENTIFICATION DU PROJET

L'exploitation en informatique dépend de plusieurs paramètres : matériel, techniques, financiers. Or, dans le cadre du développement rapide et durable, surtout dans les milieux ruraux, une étude profonde des caractéristiques concernée est une condition particulière préalable. Cela nous amène à traiter la première partie intitulée « Identification du projet ». Cette partie est divisée en cinq chapitres dont le premier traite la monographie du District, le deuxième démarche markéting de l'entreprise, ensuite nous avons parlé de la conduite du projet, après la capacité d'accueil et enfin organigramme structurel de l'entreprise.

CHAPITRE I : MONOGRAPHIE DU DISTRICT D'AMBATONDRAZAKA

Section I : La présentation générale du milieu

La connaissance de la situation démographique, économique et sociale du milieu étudié revêt une importance particulière. Il en est de même de sa localisation géographique.

I.1. Localisation géographique

Le District d'Ambatondrazaka couvre une superficie de 6792 km². Il fait partie intégrante de la Région **Alaotra Mangoro**. Le chef du District se trouve dans la ville. Il est délimité par :

Au Nord par le District d'Amparafaravola ;
À l'Est : District de Vavatenina et de Brickaville ;
Au Sud le District de Moramanga ;
Et à l'Ouest : District d'Anjozorobe ;
A l'Est par la Région Antsinanana ;

Source : Monographie Alaotra Mangoro

I.2. Aspects démographiques

La population du District d'Ambatondrazaka est essentiellement rurale. Le taux d'urbanisation n'est que de 17.5%. On estime que plus de 80% de la population qui vit en zone rurale s'adonne à des activités essentiellement agricoles. L'activité rurale non-agricole n'est que très peu présente.

La population du District en 2006 est estimée à 333 813 personnes. Le taux d'accroissement naturel se chiffre à 3,5% annuel la densité de la population est de 55,58 habitants par km².

La taille moyenne des ménages est de 5,22 et est supérieure à la moyenne nationale qui est de 4.5 mais largement inférieur à la moyenne nationale en milieu rural qui est de 7,7. Tous les membres de la famille participent aux travaux agricoles.

Approximativement que 87% des chefs de ménage ont fréquenté l'école. Toutefois seulement 19% des chefs de ménage ayant fréquenté à l'école ont bénéficié de l'enseignement secondaire et ceux ayant bénéficié d'une formation supérieure se limitent à 1%. L'enseignement spécialisé est pratiquement inexistant dans la zone.

On évalue à 86,7% les chefs de ménage qui pratiquent le métier d'agriculteur ou qui sont des ouvriers agricoles. Cette statistique confirme l'importance de l'agriculture dans la région. Les autres travailleurs sont essentiellement des ouvriers non-qualifiés d'entreprise, des commerçants, petits entrepreneurs artisans, des professionnels et employés de la fonction publique.

La tendance démographique globale par tranche d'âge se résume par le tableau suivant :

Tableau I : Population par tranche d'âge

Tranche d'âge	Pourcentage d'hommes	Pourcentage de femmes	TOTAL
0-4	8,93	8,77	17,70
5-14	13,31	13,75	27,06
15-18	6,06	6,24	12,30
19-45	12,71	17,33	30,04
45-65	3,02	4,17	07,19
65 et plus	4,39	1,32	05,71
TOTAL	48,42	51,58	100,00

Source : Recensement général de la population et de l'habitant – Année 1995

La proportion de femmes est dominante 51,58% et la population est jeune. La population est composé de l'éthnie Sihanaka, de Bezanozano , de Betsimisaraka et de Merina. Viennent ensuite les Betsileo et les Antandroy.

I.3 Population et densité (RGPH 1995)

Tableau II :

Fivondronana	Population résidente	Superficie (km ²)	Densité (hbts/km ²)
Anosibe an'Ala	65 397	2660	24,59
Moramanga	167 723	8954,5	18,73
Ambatondrazaka	184 784	6492	28,46
Amparafaravola	163852	4947 ,5	33,12
Andilamena	31 655	7526	4,21
Ensemble Région	613 411	30580	20,06

¹ Source : Recensement général de la population et de l'habitant – Année 1995

¹ Monographie de la Région du moyen Est –Avril 2001 (Pages 258)

La densité de la population est proche de la densité national (20,06 contre 20,9) Les densités d'Ambatondrazaka et d'Amprafaravola, sont respectivement de 28,46 et 33,12 et sont élevées par rapport aux autres Districts de la région de l'Alaotra et s'expliquent par leurs potentialités agricoles et leurs infrastructures sociales (lycée, école, santé...)

I.4. Croissance démographique

I.4.1 Natalité

Tableau III : Natalité

District	Population total	Femme 15 à 49 ans	Naissance 12 Dernier mois	Taux de fécondité(%)	Taux de Natalité(%)
Anosibe an' Ala	65 397	14 090	2806	19,91	4,29
Moramanga	167 723	38 450	6 820	17,74	4,06
Ambatondrazaka	184 784	43 495	6668	15,33	3,61
Amprafaravola	163 852	37 853	6558	17,32	4,06
Andilamena	31 655	549	990	13,11	3,13
Ensemble région	613 411	141 437	23 842	16,86	3,89

Source : Recensement général de la population et de l'habitant – Année 1995

Le taux moyen (3,89%) est légèrement inférieur à la moyenne nationale (4,33%) selon l'enquête nationale démographique et sanitaire de 1994)

Le chiffre particulièrement faible d'Andilamena s'explique probablement par une déclaration systématique des naissances. Le taux d'Ambatondrazaka, faible également (3,61%) d'âge 10-19 ans), et à l'existence d'infrastructures de loisirs (sport, télévision...)

I.4.2 Mortalité

Tableau IV :Mortalité

District	Population totale	Décès des douze derniers mois	Taux de mortalité
Anosibe an'Ala	65397	558	0,85
Moramanga	167723	1637	0,98
Ambatondrazaka	184784	1112	0,60
Amparafaravola	163852	1090	0,67
Andilamena	31655	157	0,50
Ensemble région	613411	4554	0,74

Source : Recensement général de la population et de l'habitant – Année 1995

Les taux exprimés au tableau ci-dessous sont tout à fait irréalistes (taux moyen national en 1994 : 1,53%). Ils résultent d'une sous déclaration général des décès.

I.4.3 Taux d'accroissement naturel

Compte tenu de la légère sous-évaluation des taux de natalité et du caractère tout à fait irréaliste des taux de mortalité, les taux d'accroissement naturel à partir des données du RGPH 1995 ne doivent pas refléter toute la réalité.

I.5. Aspects socio-économiques

Les activités de la population sont par ordre d'importance : la riziculture, l'élevage, et la pêche .il faut cependant remarquer que pour subvenir aux besoins surtout pendant les périodes de soudure, la majeure partie des ménages pratique de petites commerciales.

L'industrie y pue développée et se limite au conditionnement du riz (dé cortique ries), à la production d'huile d'arachide et transformation du bois.

Le tourisme y est peu développé mais est en légère croissance. Dans l'ensemble on peut dire que l'économie régionale est essentiellement supportée par les activités agricoles : fournisseurs d'intrants, activités de production, transport, transformation et commerce des produits agricoles.

Section II : Identification du projet

II.1 Présentation globale du projet

La présentation du projet consiste à donner l'historique et la caractéristique du projet.

II.1.1 : Historique du projet

Dans cette section, nous allons parler de la définition et présenter les opportunités du projet.

II.1.2 Définition du cybercafé

Le Bibliorom Larousse version office définit un cyberespace comme étant un environnement résultant de l'utilisation de l'Internet, ce qui nous amène à définir l'Internet. L'internet est une collection de réseaux et d'ordinateurs à l'échelle de la planète capables de partager des informations ou au moins du courrier électrique, et qui dialoguent à l'aide de protocole communs.

Un cyberespace désigne donc un environnement qui offre l'accès à des réseaux capables de partager des informations. D'après ces définitions, nous pouvons déduire que le cyberespace et l'Internet sont étroitement liés et que l'exploitation d'un cyberespace nécessite un accès à l'internet. En effet, il ne peut pas y avoir de cyberespace sans qu'il y a internet, aussi, nous allons essayer de comprendre l'accès internet.

II.2. Opportunités du projet

Actuellement, l'activité d'un cyberespace qui consiste essentiellement à l'accès et à l'utilisation de l'internet a été vulgarisée. Cela non pas pour dire que cet activité est déjà saturée mais la signification du terme vulgarisation de l'internet c'est de mettre l'accès et l'utilisation de l'internet à la portée de tout le monde sans distinction de niveau social, de niveau de vie voire de niveau intellectuel.

En tant que ville capitale de région, donc à caractère agricole, industriel et commercial, la ville d'Ambatondrazaka est une des centres de transaction et de marchés, aussi bien régional que national, elle est parmi les régions les plus fréquentées.

La communication est donc devenue indispensable dans la vie active de la population.

Désormais, il sera possible, par le biais de l'internet de chercher de nouveaux débouchés pour ses produits aussi bien du point de vue régional que national.

Nous pensons que le présent projet représente beaucoup d'opportunité bien du point de vue économique, social et financier. En effet, sa création dans la commune urbaine d'Ambatondrazaka contribuera non seulement au développement du quartier où il sera implanté mais aussi du point de vue socio-économique. Notre activité en tant que cyberespace

et offre de connexion à l'internet est donc une avantage pour nous d'une part, et pour la population d'autre part.

Le projet permet aussi de gérer à la fois deux activités : celle liée à l'internet et celle liée à la microédition du fait de l'existence de matériel tels que l'ordinateur et l'imprimante .Un des avantages de ce projet est donc l'existence de synergie entre ces deux activités : activité d'un cyberespace et l'activité d'une microédition, synergie que profitera bien évidemment l'entreprise.

Le dernier avantage cité mais non pas la moindre est que la ville d'Ambatondrazaka ne cesse de voir le nombre de sa population croître . Vu sous cet angle, il existe donc un nombre considérable de clients potentiels.

II.3. Description sommaire du projet

La description sommaire du projet nous permet de connaître l'identité et l'activité du projet lorsqu'il sera transformé en entreprise.

II.3.1. Identité de l'entreprise

Raison sociale : CYBER FLASH

Forme juridique : S.A.R.L.

Capital : 52 427 600 Ariary

Siege social : Ambatondrazaka

II.3.2. Activité principale

L'activité principale est l'exploitation de cyberespace. Pour se faire, l'entreprise met à la disposition du public l'accès à des réseaux télématiques internationaux ou nationaux (internet).

Toutefois, elle exploite des activités qui peuvent être associées à savoir la bureautique (traitement de texte) et l'édition.

Section III. Caractéristique du projet

Dans cette section, nous allons parler successivement de l'accès à l'internet et de la reproduction des documents.

III.1. Accès à l'internet

III.1.1. La connexion sur internet

Dans notre quête de l'internet, avant de pouvoir aspirer à la connaissance, il vous faudra remplir cinq conditions :

a) Assurez-vous d'un bon équipement : l'ordinateur

Si vous possédez déjà un micro-ordinateur qui peut être raccordé un modem, il y a fort à parier que vous parviendrez à vous connecter à l'Internet. Un antique Mac ou PC fonctionnant sous MS-DOS et un modem de 14 400 bps suffisent. Mais la configuration des logiciels risque d'être délicate pour un non spécialiste.

b) Choisir une monture rapide : le modem

C'est l'appareil qui, connecté entre l'ordinateur et la ligne téléphonique, permet le transfert des informations d'une machine à l'autre. Un modem se caractérise par sa vitesse exprimée en bps (bits par seconde). Actuellement, la norme est 56 000 bps : elle permet de transférer une disquette de 1,44 Mo en environ 4 minutes.

c) Choisir la bonne voie : la ligne téléphonique

Début 1997, le choix était simple ; la ligne téléphonique via le RTC (Réseau Téléphonique Comité) celui que vous utilisez tous les jours était le seul accès possible. Aujourd'hui, l'Internet est disponible par le câble, par le téléphone, un système de transfert utilisant des hautes fréquences et même par satellite.

d) L'abonnement à un fournisseur

Pour accéder au réseau, il faut passer par un fournisseur d'accès à Internet(FAI) ou « provider ». Vous vous connectez chez lui grâce à un modem et à la ligne téléphonique. De là, il met à votre disposition des lignes spécialisées à hauts débits pour vous relier au réseau mondial.

e) Emporter maintes provisions : les logiciels

Les premiers servent à la configuration de votre modem : numéro d'appel, mot de passe, vitesse. Les suivants sont les logiciels de navigation. Ce sont eux qui vous permettent² de consulter les pages du web ou d'échanger le courrier électronique. Les plus répandus sont Netscape Communicator (web et e-mail), interne exploré (web) et Outlook (e-mail). Tous ces logiciels sont, fournis lors de l'abonnement.

² Entreprise, Distribution, Approvisionnement, Production : Lamillutte (Daniel). La fonction logistique de l'entreprise . Paris : Dunod, 1976 – 161 Pages.

III.1.2. Reproductions des documents

Une fois le cyberespace connecté, il peut offrir à sa clientèle les services qu'offre l'Internet à savoir :

la navigation appelée également recherche documentaire. Les adresses de la forme <http://www/etc...>, font désormais partie de notre environnement quotidien. Ce qui caractérise le web, ce sont les liens hypertextes qui relient les sites entre eux, se jouant des distances et des frontières. Le simple fait de cliquer sur l'un d'eux vous propulse sur une nouvelle page, sans que vous ayez à vous soucier de son adresse. C'est le « surfer sur le net » ;

le courrier électronique encore connue sous son nom anglo-saxon « e-mail ». C'est l'application favorable de la toile. Les internautes y consacrent 60% de leur temps de connexion. Envoyer un message à l'autre bout de la planète prend généralement moins d'une minute. Votre courrier peut être accompagné de n'importe quel fichier situé sur votre ordinateur : texte, image, son, programme. Il permet donc d'échanger du courrier avec des connaissances par le biais de l'Internet ; la messagerie électronique qui est certainement la fonction la plus utilisée grâce au protocole SMTP (Simple Mail Transfert Protocole). C'est un moyen simple et économique de communication entre personnes ; le téléchargement des fichiers qui sert à transférer des fichiers d'un ordinateur à un autre. A travers l'Internet, vous pouvez accéder à des ordinateurs qui proposent avec chargement une quantité de documents : texte, images, sons, vidéos, logiciels.

Le multimédia qui permet de transmettre des fichiers qui ne sont pas constitués de pages ou des images statiques mais des fichiers multimédias qu'ils s'agissent de vidéos, de sons ou d'animation.

Les forums (news group) et la conversation interactive (chat). Dans les forums, des utilisateurs du monde entier échangent des messages sur tous les sujets. Le chat ou bavardage, permet de faire la même chose en simultanément mais aussi oralement ou en vidéo. L'internaute peut dialoguer avec le monde entier dans des formes relevant de son intérêt.

³ Nous allons maintenant aborder le second chapitre de cette première partie : démarche marketing de l'entreprise. Dans ce chapitre, nous allons faire une démarche analytique ou Marketing d'étude, une démarche stratégique ou marketing stratégique et enfin une démarche opérationnelle ou marketing opérationnel

³ ANDRIEUX OLIVIER : Internet : Guide de connexion. Paris Maxima 1993 – 413 pages

CHAPITRE .II. DEMARCHE MARKETING DE L'ENTREPRISE

A l'intérieur de ce chapitre, nous allons faire une démarche analytique ou marketing d'étude. Cette démarche met en évidence l'existence de marché non exploité donc à conquérir. Afin d'y parvenir, nous allons parler de projet et la capacité d'absorption du marché.

Historique

Au terme de nos études, nous sommes conscients de l'importance de gérer nos propres affaires. Seulement, le lancement d'une affaire nécessite une analyse préalable de notre part, car il implique l'utilisation des ressources matérielles, financières et humaines.

Un diagnostic de l'environnement était ainsi indispensable et a permis d'identifier que la technologie liée à l'informatique intéresse de près les opérateurs, les travailleurs et les étudiants de la région.

Mais cette partie de la population a du mal à se mettre à la pratique de l'internet un des outils de l'informatique car actuellement à Madagascar, il n'est pas encore très sollicité dans le domaine du travail et nombreux sont les machines qui ne peuvent être connectables à l'internet.

Néanmoins, la présence d'une seule entreprise de service informatique dans le quartier Madiotsifafana explique le besoin de la population en la matière. Non seulement à cause de son insuffisance mais aussi pour l'envie de se développer et ce par le biais de la communication.

En effet, l'utilisation de l'informatique tient une place importante dans la vie quotidienne des gens de nos jours. Certaines l'utilisent pour le plaisir seulement, d'autre pour être comme les autres et par curiosité car souvenons-nous qu'à un certain temps, on a dit que « celui qui ne sait pas manipuler l'informatique en l'an 2000 est comparé à un analphabète ».

Section. I : Capacité d'absorption du marché

La capacité d'absorption du marché nous conduit à faire une analyse de l'offre, de la demande et enfin une analyse de la concurrence.

I.1. Analyse de l'offre

Dans cette analyse, nous allons déterminer le type de produit à offrir, la clientèle cible et enfin faire une étude de prix sur le marché.

I.1.1. Type de produit à offrir

Dans la ville d'Ambatondrazaka, comme nous avons dit auparavant, le marché d'un cyberespace constitue encore un créneau car il n'y a qu'une seule entreprise ouvrant dans le domaine de l'informatique dans la ville. Ce projet présente donc beaucoup d'intérêt car le marché est encore très ouvert. Pour mieux suivre l'évolution prochaine de notre entreprise, il a fallu une analyse de l'offre.

L'offre de l'entreprise est constituée de deux types de services .A cet effet, l'entreprise exploite deux activités différentes mais qui peuvent créer une synergie.

Premièrement, l'entreprise exploite l'activité d'un cyberespace afin d'offrir un produit d'accès internet ; ensuite celle d'une microédition du fait de l'existence de certain matériel technique adéquat comme le micro- éditeur et l'imprimante.

Le cyberespace met à la disposition des clients des micro-ordinateurs qui sont au nombre de 10 pour permettre de bénéficier de tous les avantages qu'offre l'internet : messagerie électronique, chat, navigation, téléchargement...

Nous allons miser sur la qualité de service. Pour y arriver, nous avons choisi un type d'accès internet qui permet d'avoir une vitesse de connexion qui est à la fois stable et élevée. C'est l'accès internet par linge téléphonique associé à la présentation du fournisseur d'accès SIMICRO. Nous allons offrir un accès à l'internet avec un débit de transmission de données de kbps, c'est-à-dire 128 kilo bits par seconde.

Outre l'accès à l'internet, l'offre de l'entreprise est aussi constituée par d'autres services liées directement ou indirectement à l'activité d'un cyberespace comme l'utilisation de disquette, l'envoi et/ou réception d'e-mail, l'appel téléphonique ou encore, le traitement de texte, l'impression et la reliure. Nous devons donc aussi estimer la vente annuelle liée à ces services .En détail, ce sont :

Les prestations en matière de traitement de texte et impression de divers documents en format A4. L'exploitation de toutes ces activités va rendre probablement plus facile à la pénétration du marché pour l'entreprise. Pour avoir un aperçu net de notre analyse de l'offre, nous avons dressé le tableau suivant indiquant les différentes activités de l'entreprise.

Tableau V: Type du produit à offrir

Type de produit à offrir	Détails
Connexion internet	Courrier électronique ou e-mail Envoi et réception e-mail Téléchargement Groupe de discussion ou chat Recherches documentaires
Saisie	Traitements de textes Traitements de tableaux
Impression Photocopie	Textes Images tableaux
scanning	textes images et photos tableaux
Relire	livres

Source : travail personnel ,2008

Nous avons vu dans cette sous section le type de produit à offrir. Nous allons maintenant déterminer la clientèle cible.

I.1.2. Clientèle cible

Le projet FLASH vise une clientèle de masse dans son exploitation. Cette clientèle est particulièrement composée d'étudiants, de professionnels ainsi que d'autres clients potentiels.

Étant donné l'implantation du cyberespace et du fait que celui-ci se situe en plein ville , ainsi que des centres commerciaux, son implantation s'avère stratégique car tous ces environnements entraînent une grande concentration d'individus.

Les utilisateurs relatifs sont la masse populaire qui n'achète pas actuellement nos produits mais pourrait devenir un jour utilisateurs compte tenu des pouvoirs d'achats ou de la qualité de service attendu.

Les non utilisateurs absolu sont ceux qui n'emploient jamais nos services quelque soit le prix et la qualité des services.

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

les étudiants et les jeunes. Nous avons ici un produit non consommable qui est vendu directement à la clientèle selon leur besoin.

L'évaluation de la clientèle cible a pour but de déterminer les consommateurs qui pourraient acheter le service. Ce sont les étudiants et les enseignants locaux. Ils sont pris en compte parce que si le produit n'est pas à la mode ou si le niveau d'analphabétisme est trop élevé sur le marché, ce dernier ne passera pas.

Concernant l'éducation dans la ville, le taux de scolarisation est évalué à 87%. Ce dernier varie d'une commune à l'autre (plus de 90% dans le quartier de Madiotsifafana) (source : INSTAT).

Le tableau suivant nous démontre l'effectif des étudiants par type d'enseignement et par niveau à Ambatondrazaka (Année scolaire 2007-2008)

Tableau VI : Indice de scolarité

Niveau	Public	Privée	Total
Primaire niveau I	46 899	7 880	54 779
Secondaire niveau II	9 210	4 702	13 912
Secondaire niveau III	1 814	2 136	3 950
LTP Ambatondrazaka	283	-	283
Centre technique et professionnel	-	382	382
TOTAL	58 206	15 100	73 306

Sources : INSTAT/DIRESEB , 2007

Dans la Commune Urbaine d'Ambatondrazaka, 18% de la population n'ont jamais été à l'école, 43% ont le niveau et à peine 5% sont du niveau supérieur. Le taux de scolarisation actuel représente 41,14% de la population.

Ce tableau nous a permis de déterminer exactement les étudiants à cibler. Ce sont ceux à partir du niveau secondaire.

- Les opérateurs économiques : le grand marché généralement hebdomadaire est le seul lieu de transaction directe ou indirecte entre producteurs et collaborateurs, détaillants et consommateurs. Les transactions portent sur tous les produits et les qualités sont extrêmement variables. Toutefois, une certaine spécificité apparaît pour chaque zone, hormis la principale marchandise vendue, tels les produits locaux (agriculture et élevage, pêche), les produits de premier nécessité, les produits de l'artisanat, les friperies, dont la vente mérite un suivi rapproché à cause des fraudes. Ces opérateurs communiquent avec ses clients par voie de l'internet qui est un avantage pour eux car, non seulement ils gagnent plus de temps mais aussi ils peuvent rechercher d'autres clients ou partenaires par le biais de l'internet.

- Les fonctionnaires : c'est une partie de la population œuvrant dans le domaine public, administratif et financier. Ils regroupent entre autre des gens de différentes catégories d'âge.

Cette classification ne signifie pas que la clientèle ciblée saura déjà comment manipuler un ordinateur. Nombreux sont donc ceux qui n'ont jamais acheté le service offert par le cyberespace lors des entretiens avec quelques personnes prises au hasard, entretiens à propos d'un cyberespace. Les raisons les plus évoquées pour n'avoir jamais acheté le service sont la peur d'entrer pour la première fois dans un cyberespace ou encore la méconnaissance du fonctionnement d'un cyberespace. Cette partie de la population constitue donc un client cible pour l'entreprise mais il faudrait prendre certaines précautions lors de l'ouverture de notre cyberespace. Précautions concernant surtout le mode d'accueil de la clientèle et le service offert à l'aide d'une assistance technique.

Une partie de cette population n'ont pas la possibilité d'acheter le service, ils représentent quarante pour cent de la population. Les contraintes évoquées sont généralement d'ordre financier et technique. Effectivement, ceux qui n'ont pas la possibilité d'acheter trouvent qu'ils ne peuvent pas accéder au service offert à cause du coût de connexion. Tandis que d'autre pensent ne pas posséder les qualifications et les connaissances nécessaires pour accéder au service.

Nous avons vu auparavant que la création d'un cyberespace est une activité encore très ouvert sur le marché donc il est difficile de déterminer le prix à imposer par l'entreprise. Par conséquent, nous avons opté pour la comparaison entre le prix actuel dans la ville, plus précisément celui du concurrent, et notre proposition de prix.

Au 1^{er} janvier 2007, nous avons enregistré au total 52 043 établissements formels exerçant une ou plusieurs activités à caractère industriel, culturel, social ou économique dans la Commune Urbaine d'Ambatondrazaka. Après avoir mené à terme cette analyse d'offre, nous allons dresser le tableau suivant pour avoir un aperçu net de la situation :

Tableau VII : Tableau de comparaison de prix (unités en ariary)

Désignation	Prix concurrent	Proposition de prix à Toamasina
Connexion internet	Entre 15-40/mn	25 par minute
Envoi et réception e-mail	500/envoi	400 par message
Saisie	500 par page	400 par page
Scanning	400 par page	300 par page
Impression	Entre 400/600 par page	400 par page
reliure	1500 par livre	1200 par livre
Photocopie	50 rectos	40 rectos

Source. Cyber Epsilon Ambatondrazaka , 2007

On applique ici une différence de prix d'Ar 100 pour tous les services pour ne pas imposer trop d'écart et pour attirer la clientèle. Il s'agit d'une promotion d'ouverture dans le but de faire connaitre notre produit et de fidéliser la clientèle.

I.1.3. Etude de prix

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

En générale, le prix d'une minute de connexion a diminué de presque à la moitié depuis l'année 2004. En quatre ans environ, il est passé d'Ar 30 à 20 Ar. Ce dernier prix demeure stable jusqu'à présent et ce depuis 6 mois. Du coté du concurrent n'est descendu au-dessous d'Ar 20 la minute. Mais pour accéder à ce prix, les internautes doivent s'acquitter d'une somme d'argent calculée sur une base d'une année ; c'est le cas par exemple du Cyber Epsilon (Ambatondrazaka).

Toutefois, il propose Ar 60 la minute en tenant compte des promotions et remises accordées aux internautes.

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

Tableau VIII : Evolution des prix de connexion

Désignation	Unité	Année 2004 et 2005	Année 2006 et 2007
Connexion sur internet	Ar/mn	Entre 60 et 30	Entre 30 et 20

Source : Cyber Epsilon Ambatondrazaka , 2007

Le prix sur le marché est arrivé à ce stade, Ar 20 la minute non pas parce que la clientèle ne répond pas à l'offre mais parce que les prix des intrants ont diminués considérablement à savoir le prix de matériel informatique suite à la détaxation appliquée par l'Etat et le prix appliqué par les fournisseurs d'accès. Or ces prix entrent dans le calcul de cout de revient.

Cette deuxième section nous a permis de donner le type de produit à offrir, d'évaluer les clients cibles et faire une étude de prix. Nous allons maintenant entrer dans la sous-section qui consiste à analyser la demande.

I.2. Analyse de la demande

L'analyse de la demande traite les caractéristiques de la demande et nous permet de faire une estimation ou volume de la demande.

I.2.1 Caractéristiques de la demande

La demande en cybercafé est constituée par un nombre restreint de la population qui est essentiellement des jeunes entre seize à trente cinq ans. L'étude menée au moyen d'une enquête nous montre que la moyenne des machines à utiliser est de sept tandis que l'heure moyenne d'ouverture dure dix heures. Par contre, de source auprès de Data Télécom Service (DTS) nous affirme que l'heure moyenne d'occupation d'une machine dans un cybercafé est de sept heures par jour. Nous avons décidé de garder notre horaire à dix heures de temps d'ouverture du cybercafé.

Le tableau suivant nous indique la répartition horaire dans la semaine :

Tableau IX : Répartition horaire de la semaine

Désignation	Horaires	
Lundi au Samedi	Ouverture	Fermeture
	07 heures	12 heures
	14 heures	19 heures
	Total : 10 heures de connexion	
Matin		
Après-midi		

Source : Cyber Epsilon Ambatondrazaka , 2007

La demande maximum journalière d'un cybercafé est donc de six mille minutes (6000 minutes) soit 10 heures x 60 minutes x 10 machines. Il est à signaler que le temps minimum de connexion est fixé à dix minutes.

La clientèle qui constitue la demande d'un cybercafé est en moyenne de trente cinq personnes par jour et le temps moyen de connexion est de trente minutes par personne (source : questionnaire auprès de cent personnes pris au hasard)

I.2.2. Estimation ou volume de la demande

Actuellement, Ambatondrazaka bénéficie pleinement des services liés à la communication à savoir le réseau Orange, Zain Madagascar et Telma. La connexion à l'internet n'est donc pas à méditer. Il suffit d'avoir une option stricte et précise entre la connexion par réseau téléphonique et par satellite.

Une estimation ou volume de la demande nécessite donc beaucoup de réflexion de notre part, car face à l'évolution et l'accroissement de l'effectif de la population, ces derniers restent les principaux et la seule clientèle cible de notre projet.

Notons qu'Ambatondrazaka compte plus de 186.247 habitants. Ce pourcentage regroupe les différentes catégories d'individus, comme les étudiants, les agriculteurs, les entrepreneurs et opérateurs économiques, des fonctionnaires et enfin des simples civils. Si on prend le nombre des étudiants cibles dans la ville d'Ambatondrazaka, le taux de scolarisation est de 84% qui se répartissent dans les différentes écoles de la ville. Parmi ces étudiants, on a pu dénombrer une certaine catégorie d'âge capable de manipuler un ordinateur et d'autres intéressés par l'informatique.

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

La présence d'un centre de formation en informatique dans les lieux favorise notre implantation et facilite notre tâche. En effet, une enquête menée auprès de ce centre nous a permis de déterminer qu'environ les 10% des étudiants âgés entre 15 à 35 ans sont déjà capable de manipuler un ordinateur et 35% désirent l'apprendre. Malheureusement, les moyens matériels ne suffisent pas pour satisfaire leurs besoins, néanmoins, les clients qui viennent dans notre cybercafé bénéficieront de l'assistance gratuite d'un technicien.

Il est difficile de faire une évaluation chiffrée de la demande mais par contre nous avons pris l'initiative de mener une enquête par sondage que nous allons déduire dans le tableau suivant.

**Tableau X : Tableau d'estimation de la demande pour les 5 derniers années à venir
(unités en ariary)**

Désignation	2009	2010	2011	2012	2013
photocopie	95 200	104 720	104 720	114 240	114 240
Saisie	14 688	16 157	16 157	17 626	17 626
Impression	52 128	57 341	57 341	62 554	62 554
Scanning	30 400	33 440	33 440	36 480	36 480
Reluire	35 440	38 984	38 984	42 528	42 528
Envoi&réception email	23 200	25 520	25 520	27 840	27 840
Internet	210 400	231 440	231 440	252 480	252 480
TOTAL	461 456	507 602	507 602	553 747	553 747

Source : Questionnaire (annexe 2), 2008

I.3. Analyse de la concurrence

L'analyse de la concurrence consiste à analyser les concurrents directs et les concurrents formel ou informel.

I.3.1. Concurrent direct

Ambatondrazaka est une ville qui occupe une surface assez importante par rapport aux autres Capitales Régionales. Comme concurrent direct, la ville n'en représente qu'un seul. Par conséquent il était facile pour nous de recueillir tant d'information avant la réalisation de notre objet. Pour le moment, l'entreprise n'a qu'un concurrent dénommée « Cyber Epsilon » située à 1 200 mètres du lieu de notre emplacement.

Son activité est à peu près le même au notre c'est à dire au traitement de texte, connexion internet, envoi et réception e-mail, scanning, impression, reliure et enfin la photocopie. Mais l'éloignement de cette entreprise par rapport au lieu d'implantation de notre future entreprise ne doit pas être négligée car plus tard elle constitue une menace. Cette absence revient à notre profit car nous serons notre propre maître sur le marché, mais le prix à imposé reste proportionnel au pouvoir d'achat des gens et ne diffère pas tellement du prix imposé à Ambatondrazaka. Cela dépendre donc des frais et de charge décaissées lors de l'ouverture.

Pour remédier à cette menace, nous avons pris une certaine précaution comme la fixation du prix de connexion à ariary 25 la minute et en donnant le maximum de satisfaction à la clientèle en matière de service (assistance gratuite, bon accueil, espace aérée, intimité

pour chaque poste ordinateur, utilisation de supports de données telle que la disquette, le CD rom ou flash disc gratuite).

Le tableau ci-dessous nous montre les tarifs du produit du concurrent.

Tableau XI : Tableau de tarif des produits du concurrent (unité en ariary)

Produit	Prix unitaire
Internet	Entre 15-40 la minute
Traitement de texte	500 par page
Impression	Entre 400-600 par page
Scanning	400 par page
Reliure	1500 par livre
Photocopie	50 par page

Source : Enquête auprès de la gérante en 2007

I.3.2. Concurrent formel et informel

Au 1^{ère} janvier 2007, on avait enregistré au total 52 043 établissements formels exerçant une ou plusieurs activités à caractère industriel, commercial, culturel, social ou économique dans la Commune Urbaine d'Ambatondrazaka . Il existe 2 249 établissements industriels formels (y compris les petites et moyennes entreprises) ,1 454 B.T.P. répertoriés au registre de la Direction Interrégionale de l'Institution de la Statistique.

Ambatondrazaka est une grande ville où le secteur informel a le taux la plus faible : 40,2% des actifs occupés exercent dans le secteur informel alors que la proportion équivalente est de 55,9% pour l'ensemble des GCU de Madagascar. Il est toutefois à noter que 43,6% des actifs occupés et 61,1% de ceux qui exercent dans le secteur informel gagnent par heure de travail moins que le revenu minimum horaire fixé par la législation en vigueur. Le secteur primaire ne représente que 0,6% ; le secteur industriel figure avec 11,6% ; le secteur tertiaire domine avec 78,9%. Il convient toutefois de mentionner que 27% des établissements du secteur primaire ont été enregistrés au cours des cinq dernières années. De même ,32% des établissements du secteur secondaire et 42% du secteur tertiaire ont été créées au cours des cinq dernières années. Le tableau ci-après représente les renseignements cités auparavant, les entreprises formelles en activité par branche et par région au 1^{ère} janvier 2007.

Tableau XII : Tableau des établissements formels et informels au 1^{ère} janvier 2007

BRANCHE D'ACTIVITE	REGION ATSINANANA	REGION ANALANJOFORO	REGION ALAOTRA MANGORO	ENSEMBLE DE LA PROVINCE
Secteur primaire	235	93	190	518
Industrie alimentaire	357	208	244	809
Textiles et cuir	136	7	42	185
Industrie du bois	177	30	36	243
Travail de fer et métaux	439	46	183	668
Autres industries	238	46	60	344
Bâtiment et T.P.	1007	191	256	1 454
Commerce de gros	5 173	1155	947	7275
Commerce de détail	16 010	8254	10 091	34355
Transport&Télécommunication	2 241	138	182	2561
Hôtel, restaurant, et gargote	1 507	389	617	2513
Autres services	730	59	329	1118
TOTAL	28 250	10 616	13 177	52043

Source : DIR INSTAT-Répertoire des établissements en 2007

Cette section nous a permis de faire une démarche analytique ou marketing analytique ou marketing d'étude.

Nous allons maintenant passer à la section suivante où nous allons parler de la démarche stratégique ou marketing stratégique.

Section II : Démarche stratégique ou marketing stratégique

Durant les cinq premières années, l'objectif de l'entreprise sera d'accroître son chiffre d'affaire et de satisfaire son clientèle. L'entreprise cherchera d'abord à créer une clientèle et à accroître sa réputation sur le marché.

Pour aboutir à ces fins, il est nécessaire de déterminer le marché cible

II.1. Marché cible

Comme nous l'avons évoqué auparavant, le marché d'un cybercafé est encore très ouvert mais la réussite dépend surtout du choix de la stratégie à adopter et du lieu d'implantation de l'entreprise. Le projet « FLASH » vise alors tous les marchés possibles dans les environnements tels que les étudiants, les enseignants, les entrepreneurs, les fonctionnaires et les autres opérateurs économiques.

Les grands marchés généralement journaliers et pratiquement un par Commune, sont les lieux de transaction directes ou indirectes entre producteur et collaborateur, détaillants et consommateurs, les entrepreneurs et les différents opérateurs économiques. Les transactions portent surtout les produits et les qualités sont extrêmement variables.

II.2 .Démarche opérationnelle ou markéting opérationnelle

Cette démarche nous permet de choisir une stratégie marketing qui pourrait bien s'adapter au marché ciblé.

Nous avons choisi la stratégie « marketing mix » pour mieux rejoindre le marché cible.

II.2.1. Le marketing mix

Le marketing mix est composé de quatre variables :

- politique de produit ;
- politique de prix ;
- politique de distribution ;
- politique de promotion et de communication

C'est ce qu'on appelle les 4P du marketing mix que nous allons développer dans la sous section suivante.

II.2.2. Les 4P du marketing mix

Ayant été dit, les 4P du marketing mix sont :

II.3. La politique de produit (le service offert suscitera-t-il l'intérêt du client et répond-t-il à son exigence ?)

Objectivement, le produit est le service que l'entreprise vend à ses clients. Subjectivement, le produit ou le service représente pour l'acheteur un ensemble de satisfaction physique ou psychologique.

On peut alors identifier le produit par ses caractéristiques techniques, les services rendus lorsqu'il est utilisé, son contenu symbolique grâce aux expériences de notre personnel dans le domaine et dans le fait de la spécialisation, l'entreprise a une parfaite maîtrise de l'activité. Cette politique entraîne une autre qui est celle des prix si l'entreprise veut forcer sur le marché tout en restant rentable.

5

II.3.1. La politique de prix

La fonction du prix est déterminée selon le concept marketing qui considère le prix comme étant une différenciation par rapport à ceux des concurrents, et son établissement doit être intégré dans les décisions des initiateurs.

Dans la pratique, les procédures de fixation des prix sont multiples. On doit tenir compte les trois paramètres indispensables suivants ; pour déterminer le prix :

Les coûts : les firmes appliquent fréquemment un taux de marge à leur coût de revient afin d'obtenir une rentabilité des capitaux investis jugés satisfaisant.

La concurrence : une entreprise soumise à la concurrence ne peut que pratiquer le prix du marché. Lorsque la concurrence est imparfaite, l'entreprise dispose d'une liberté partielle pour la fixation du prix.

La demande : les prix fixés par les entreprises doivent tenir compte de l'élasticité de la demande par rapport au prix. Le prix d'un même produit peut varier selon l'intensité de la demande. Ainsi, pour projet « FLASH », trois de ces facteurs ont tenu notre attention pour la fixation de prix.

⁵ DAMON R.Y LAROCHE M. PETROF : Le marketing : Fondements et applications. Paris-Mac Craw Hill-1985- 621 pages

II.3.1.1. La détermination du prix attendu par le consommateur

Il fallut mener une enquête auprès de la population cible par la méthode de l'échantillonnage pour connaitre le prix attendu par le consommateur. Un échantillon de 100 personnes nous donne le résultat suivant présenté dans le tableau ci-dessous.

Tableau XIII : prix attendu par les consommateurs (unités en ariary)

Produit	Prix unitaire
Internet	25 par minute
Photocopie	40 rectos
Impression noir et blanc	400 par page
Scanning	500 par page
Saisie	500 par page
Reliure	1.200 par feuille

Source : Enquête auprès de la gérante en 2007

II.3.1.2. Le tarif actuel

Le tarif actuel peut être déterminé à partir de celui des concurrents et aussi de l'environnement où sera implanté le cybercafé. Comme nous avons vu auparavant, ce prix est le variant selon l'besoin des utilisateurs, cela explique l'existence d'un intervalle de prix pour les concurrents en matière de connexion à l'internet et de l'impression.

Le tableau suivant représente le prix actuel d'une entreprise dénommée cyber EPSILON.

Tableau XIV : Tarif actuel du concurrent (unité en ariary)

Internet	Entre 15-40 la minute
Photocopie	50 rectos
Impression	Entre 400-600 par
Saisie	500 par page
Reliure	Entre 1200 et 1500
Scanning	400 par page
Envoi et réception e-mail	500 par page

Source : Enquête auprès de la gérante en 2007

II.3.2. Politique de distribution

La politique de distribution adoptée par l'entreprise doit être essentiellement liée à la qualité du service. Ici, il s'agit du circuit de distribution. Le cybercafé sera installé dans une salle spécialement aménagée à une allure attrayante.

Les machines seront disposées côté à côté et seront séparées les unes des autres d'une cloison à la hauteur d'une machine.

Un bureau sera installé près de l'entrée, où sera installée la personne chargée d'accueillir la clientèle. Une autre personne assurera spécialement l'assistance des internautes dans leurs prestations.

La politique de distribution de l'entreprise est essentiellement liée à la qualité de service.

II.3.3. Politique de promotion et de communication

Les communications téléphoniques à l'intérieur de la région sont assurées par les principaux types de réseau ci-après.

- a. Les réseaux Faisceau Hertzien Numériques qui sont des liaisons par micro-ondes.
- b. La couverture téléphonique par les opérateurs en télécommunications tels que l'Orange, le Zain Madagascar et la Telma ;
- c. Le réseau BLU, qui couvre actuellement la quasi-totalité des communes de la région.

La télévision, la radio national et la radio FM

Il faut noter aussi l'existence des publipones dans presque chaque quartier de la ville.

Face à cette situation, nous savons que la promotion et la communication joue un rôle très important dans la vie de l'entreprise, chez le public la communication est l'art de faire le besoin d'acheter ou de consommer.

Parmi les actions visant à faire connaître l'entreprise et ses services au public, on peut distinguer aussi :

- La communication médiatique ou publicité ;
- La communication hors média.

L'entreprise « FLASH » adoptera une communication médiatique, la publicité favorise et accélère l'expansion de l'entreprise, elle permet également un contact avec la population et c'est en effet un art de convaincre le public de visiter en premier lieu et de consommer ensuite.

Les annonces publicitaires se feront dans les médias et stations télévisions existants dans la ville de selon leur prestige et leur prix de publicité.

Le tableau suivant nous montre le tarif mensuel de publication par voie auditive dans ces deux stations radios.

Tableau XV : Frais de publicité mensuelle (unités en ariary)

Station radio	Prix de la publicité
RELAX	7 000
AMOMIX	7 500

Source : Travail personnel, 2008

Mais « FLASH » fera également des communications hors média ou marketing direct permettant un contact direct et personnalisé. Ainsi, des prospectus seront distribués au centre ville, des banderoles et des affiches que l'on peut trouver dans certains quartiers. Puisqu'il s'agit de l'ouverture d'une nouvelle entreprise, une autre banderole avec son nom sera accrochée juste sur sa devanture et des affiches collées aux alentours du quartier de Madiotsifafana.

CHAPITRE. III. CONDUITE DU PROJET

Section I. Les prestations de service

I.1. C'est qu'une entreprise de service

Cette section nous permettra de clarifier les caractéristiques d'un service et de classer ces services.

I.2. Caractéristique d'un service

Le service est caractérisé par une prestation de service liée :

- A l'accès à l'internet, envoi et réception d'e-mail ;
- A l'activité de multimédia : traitement de texte, impression, photocopie, scanning et éventuellement des gravages et reliures.

I.3. Classification des services

Même si les services sont assurés par des personnes compétentes, une formation est prévue pour chaque agent technico-commercial en année 2007.

Les matériels utilisés sont du dernier model et sont entièrement à la disposition de la clientèle. Nous utilisons une connexion à haut débit d'une vitesse de 128 kbps pour satisfaire le besoin de la clientèle et pour avoir une bonne image envers les utilisateurs.

Cette section nous a permis de mieux connaitre une entreprise de service. La section suivante sera consacrée à l'initiation d'ordinateur.

I.4. Initiation a l'ordinateur

I.4.1. Aperçue sur le fonctionnement de l'ordinateur

L'ordinateur est un appareil conçu par les hommes pour satisfaire ses besoins et surtout pour faciliter leur travail. Néanmoins, son utilisation nécessite un certain niveau de connaissance, par exemple pour le traitement de texte, il faut au moins utiliser le logiciel Microsoft Word.

Utilisation d'un ordinateur sous-entend l'intervention du facteur humain. Ces deux facteurs sont indépendants les uns des autres.

Généralement, tous les ordinateurs se ressemblent c'est-à-dire que les éléments constitutifs et le mode de fonctionnement sont les mêmes. On distingue deux types d'ordinateurs :

l'ordinateur de bureau que nous allons utiliser dans notre entreprise, et l'ordinateur portable. Pour mieux comprendre l'utilisation de l'ordinateur, nous allons présenter la périphérie de l'ordinateur.

I.4.2. La périphérie de l'ordinateur

Un ordinateur est composé essentiellement de deux périphéries telles que la périphérie d'entrée et sortie. Le périphérique d'entrée est constitué par l'unité centrale, clavier, la souris, le scanner et les autres périphériques de transfert de données tels que le flash disc, la disquette et le CD Rom. Les périphériques de sortie sont : l'imprimante, l'écran ou moniteur, les haut parleurs.

Tous ces périphériques sont presque utiles de nos jours et notre entreprise en dispose pour assurer le bon fonctionnement de son activité.

Cette section nous a permis de parler de l'initiation à l'ordinateur, nous allons maintenant aborder la section suivante qui consiste à la formation à l'internet.

Section II. Formation a l'internet

II.1. Recherches d'information sur les sites web

Actuellement, la technologie liée à l'informatique a pris un rythme très important en matière de progrès technique. L'utilisation de l'internet est l'une des preuves de cette évolution, en effet, il est possible de chercher des informations sur les sites web à partir d'un ordinateur connecté à l'internet. Par exemple, si un étudiant veut connaître les bourses d'études offertes par les pays étranger ou tout simplement, désire savoir tous les informations ou la rentrée universitaire dans un pays donné ; il suffit de taper la question ou le nom de l'université et faire une recherche approfondie sur le net.

Les sites web sont généralement de la forme www ou word wild web et l'adresse se présente comme suit : **http://www.etc.**

Il n'est pas difficile de rechercher des informations sur les sites web, il suffit de connaître ce que l'on veut et si possible se munir de l'adresse.

II.2. Terminologie de l'internet

L'internet est un vaste réseau international d'ordinateur. C'est même un réseau de réseau comme le signale son nom : abréviation de l'anglais Inter Network (inter réseau).

(Source : Clinic : la revue de l'omnipraticien. Avril 2001 Volume 22 n°4 ; page 271)

Par ce moyen, des millions de machines, de plus en plus gros calculateur d'entreprise ou d'université au plus petit ordinateur individuel, peuvent échanger des informations.

⁶ II.3. Le courrier électrique (e-mail)

La connexion et l'utilisation de l'internet nous permettent de faire et de bénéficier des services offerts par le net. Un de ces services est le courrier électrique, le plus utilisé de notre ère. En effet, c'est l'application favorite de la toile. Les internautes y consacrent 60% de leur temps de connexion. Envoyer un message à l'autre bout de la planète prend généralement moins d'une minute. Votre courrier peut être accompagné de n'importe quel fichier situé sur votre ordinateur : texte, image, son, programme.

Mais pour pouvoir bénéficier de tous ces avantages de l'utilisation du courrier électrique, il faut avoir un compte ou une adresse e-mail de la forme. Cette adresse, par convention se présente comme suit : **utilisateur@domaine.pays**

Par exemple : **tsiry@yahoo.fr**

Une fois que vous avez accès à votre adresse, il vous est indiqué de tous les évènements dans votre compte ou adresse, c'est-a-dire que si vous avez reçu un nouveau message, ceci est indiqué sur votre boite e-mail.

Le texte ou message reçu peut être imprimé ou copié dans un CD ou disquette selon le besoin de la clientèle.

Dans ce premier chapitre, nous avons pu voir les prestations de services. Cela nous a permis d'apprécier ce qu'est une entreprise de service, d'initier à l'ordinateur et enfin à la formation à l'internet.

Ce chapitre nous a permis de mieux connaître le matériel mis en œuvre et ainsi que les services qui y sont liés et suivant qui s'intitule la capacité d'accueil.

⁶ Clinic : la revue de l'omnipraticien. Avril 2001 Volume 22 n°4 ; page 271

CHAPITRE. IV. LA CAPACITE D'ACCUEIL

La détermination du politique commerciale et le chiffre d'affaire prévisionnel des cinq années à venir nécessitent les capacités d'accueil ci-dessous qui régissent le fonctionnement de l'entreprise.

Section I. Matériels informatiques requis

Cette section nous permet de déterminer les matériels nécessaires pour le déroulement de notre entreprise. Ce sont :

I.1. Les Ordinateurs

L'entreprise dispose de dix détermateurs, neuf d'entre eux servent à l'exploitation de l'activité principale, rappelons-le qui est l'accès à l'internet. Le dixième micro-ordinateur assure la gestion et la surveillance des neufs autres machines, c'est le serveur, et peut aussi être utilisé dans les travaux de traitements de texte, toutefois s'il existe des machines qui ne sont pas occupées par les clients parmi les neufs, elles peuvent aussi servir à cette fin.

L'un des ordinateurs utilisés sera des pentiums IV pour avoir la rapidité dans l'exécution des opérations, le reste des pentiums III. Tous ces ordinateurs seront équipés bien évidemment d'un modem et seront connectés à l'internet.

Pour avoir un aperçu net de cette situation, nous avons dressé le tableau suivant incluant le type de chaque machine.

Tableau XVI : Présentation du prix des ordinateurs (unité en ariary)

Désignation	Nombre	Type	Prix unitaire	Montant
Serveur	1	Pentium IV	1 100 000	1 100 000
Clientèle	10	Pentium III	750 000	7 500 000

Source : Enquête auprès de la Gérant, 2008

I.2. Imprimante

L'imprimante est un périphérique de sortie permettant de faire sortir un texte ou une image sur un papier. Une imprimante et une machine à reliure viennent à compléter les matériels de production de l'entreprise. Une imprimante qui sera mise à la disposition de la clientèle pour que cette dernière puisse imprimer les données sur le net et elle servira également à impression des documents issus du traitement de texte. Ce sera une imprimante marque HP 2120 en couleur (Hewlett Packard 2120). Alors que la machine à reliure, quant à elle, servira à transformer les documents imprimés en des livres.

Comme nous avons vu auparavant, l'entreprise ouvre ses postes de 07 heures à 19 heures. Cet horaire est valable du lundi au samedi.

L'utilisateur peut soit imprimer à partir du poste ordinateur qu'il occupe tous les documents dont il a besoin et l'imprimée sortira directement de l'imprimante. Ainsi, il ne peut y avoir d'impression sans que l'agent d'accueil ignore. Cela nous permet de compter et d'assurer la qualité de notre service en même temps.

Le prix de l'impression d'une page a été déjà cité auparavant, toutefois, le tableau suivant résume l'état de l'impression en une journée. Puisque nous avons neuf machines à la disposition de la clientèle, nous avons estimé une impression de 30 pages par jour et de 18 pages pour le traitement de texte.

Le tableau suivant montre l'état de l'impression et de la saisie durant les 5 années à venir.

Tableau XVII : Etat de l'impression et de la saisie durant les 5 années à venir (unité en ariary)

Eléments	2009	2010	2011	2012	2013
saisie	5184	5702	6273	6900	7590
Impression	8640	9504	10454	11500	12650

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Le nombre d'impression en une année est donc : 30 pages x 6 jours x4 semaines x12 mois = 8 640 pages

Et ensuite le nombre de saisie de l'année : 9 pages x 6 jours x 4 semaines x12 mois soit 5 184 pages l'année.

I.3. Onduleurs

Un onduleur sert à protéger les matériels contre tout risque de coupure électrique ou de surtension électrique. Il est utilisé comme un stabilisateur et se présente donc comme une garantie contre les risques. Ainsi, chaque poste ordinateur sera équipé d'un onduleur de 650 VA (unité de mesure) de même marque. L'option de cette marque n'a pas d'importance mais seule son efficacité compte dans notre activité. Le nombre d'onduleur à utiliser est donc de onze pour un prix unitaire de Ar 90 000.

Le tableau suivant nous montre le détail de ce prix

Tableau XVIII : Détail du prix de l'onduleur

Désignation	Prix unitaire	quantité	Montant
Onduleur	90 000	11	990 000

Source : Travail personnel, 2008

I.4. Matériel de photocopie

Pour ce genre de matériel, nous serons équipés d'une seule machine photocopieuse moyenne capable de photocopier environ 200 pages par heure soit 3 pages par minute. Le montant de cette machine est évalué à Ar 3 000 000.

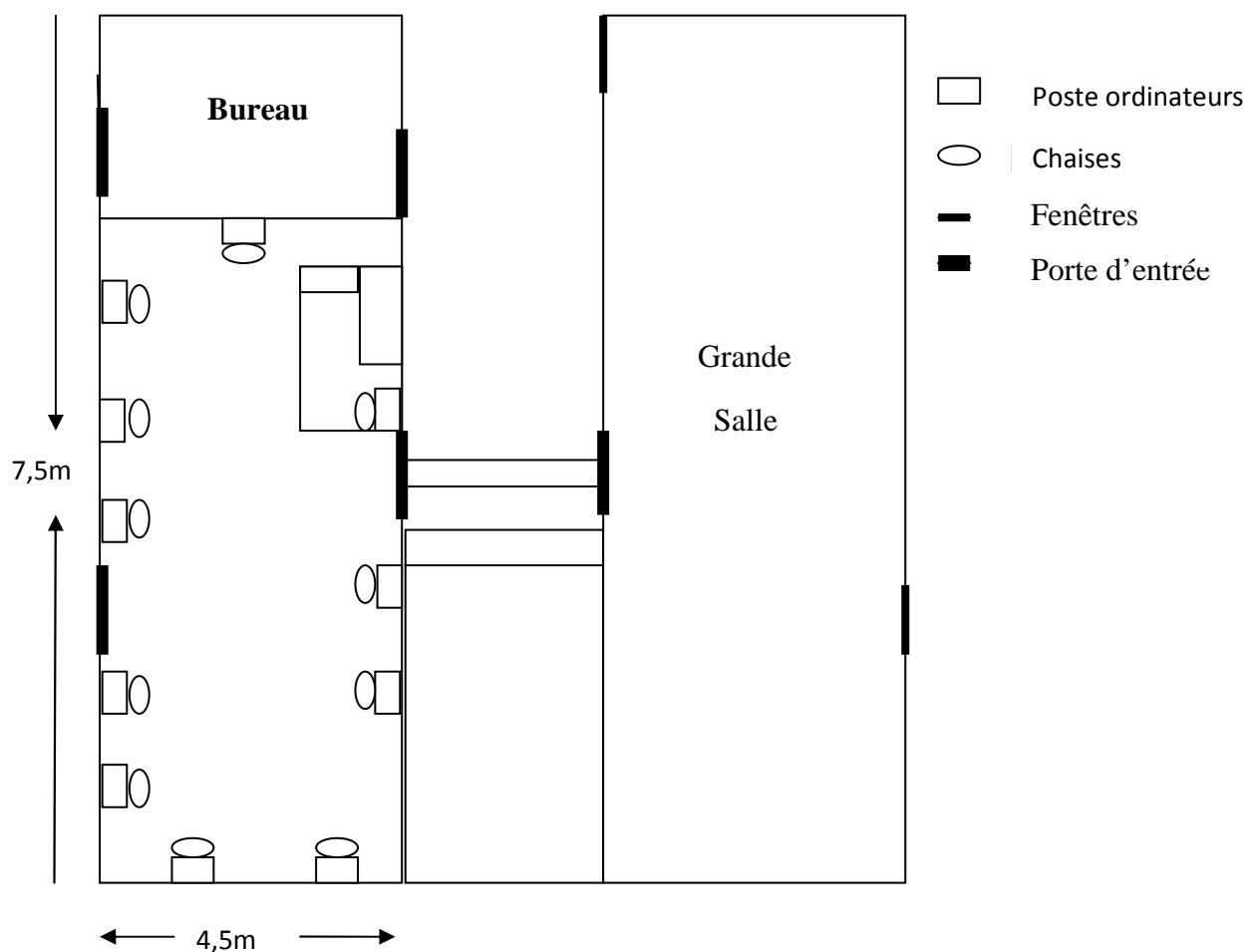
Donc le matériel de photocopie nous fera gagner Ar 5 760 000 pour la première année, Ar 6 336 000 pour la deuxième et troisième année et enfin Ar 7 603 200 pour les deux dernières années.

I.5. Local

Le local est situé à Madiotsifafana Ambatondrazaka. Son emplacement au bord de la route circulaire présente pour nous un avantage c'est l'un des lieux le plus fréquenté de la ville. Le local qui a une superficie de 7,5 m par 4,5 m, c'est une maison à l'étage et le cybercafé sera installé juste dans la première salle en face de l'entrée.

Le schéma suivant représente le plan de ce local

Schéma 1 : schéma du local



Il peut accueillir jusqu'à 20 personnes si on fixe à deux le maximum de personne par machine.

L'entretien et réparation sont estimées à Ar 500 000 pour la deuxième année, on prévoit une augmentation de l'ordre de 10% chaque année. Le loyer mensuel est de Ar 100 000 par mois. Le terrain est estimé à Ar 12 000 000 et la construction à Ar 2 000 000.

Le tableau ci-dessous montre le détail concernant la capacité d'accueil

Tableau XIX : Tableau indiquant la capacité d'accueil relative au cybercafé

Eléments	nombre
Micro-ordinateur mis à ma disposition de clientèle	10 machines
Imprimante	1 seule imprimante
Onduleurs	11 onduleurs
Photocopie	1 seule photocopieuse
Local	1 salle de 7,5m x 4,5m
Durée de travail journalier	10 heures de connexion internet
Nombre de jour ouvrable en une semaine	6 jours
Nombre de semaine en un mois	4 semaines
Nombre de mois en une année	12 mois

Source : Enquête auprès de cyber Epsilon ,2008

Avec ces 10 micro-ordinateurs, l'entreprise pourra offrir au maximum en une année près de 1 382 400 minutes de temps de connexion.

Le temps de connexion maximum = $10 \times 8 \times 6 \times 4 \times 12 \times 60 = 1 382 400$

En une année, l'entreprise travail pendant 288 jours soit 6 jours x 4 semaines x 12 mois ; cette durée constitue la capacité d'accueil de l'entreprise en matière de connexion.

Ce chapitre nous a permis de déterminer la capacité d'accueil d'un cyberspace, nous avons pu parler des matériels informatiques requis, nous allons maintenant entamer avec la politique commerciale.

Section II. La politique commerciale

II.1. La concurrence latente

La concurrence bien qu'actuellement presque absente dans les environs du lieu de l'implantation de notre entreprise ; doit être prise en considération car plus tard elle constitue une menace.

Pour y faire face, nous offrons le maximum de la qualité à un minimum de prix pour fidéliser la clientèle. Ainsi, l'utilisation de support de données est entièrement gratuite comme la disquette, le CD Room et le flash disc.

II.2. Tarif flexible

Le tableau ci-dessous montre le tarif flexible de l'entreprise pour chaque type de service durant les cinq années à venir ;

Tableau XX : Tableau du tarif flexible

Liste des produits	Unité	2009	2010	2011	2012	2013
Connexion internet	Minute	77 760	86 400	86 400	95 040	95 040
Envoie et réception e-mail	Minute	23 200	27 840	27 840	33 408	33 408
Scanning	Page	4 320	4 752	5 227	5 750	6 325
Traitement de texte	Page	5 200	6 280	7 522	8 950	10 593
Impression	Page	8 800	10420	12283	14425	16889
Reliure	Livre	120	146	175	209	247
Photocopie	Page	115 200	126 720	139 392	153 331	168 664

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Nous estimons que l'entreprise arrivera à vendre en moyenne 4,5 heures de connexion par jour, on a : 4,5 heures x 60 mn x6 jours x 4 semaines x12 mois = 77 760 durant l'année 2009.

Cette connexion passera à 86 400 minutes en année 2010 et 2011, soit une moyenne de 5 heures par jour alors qu'en année 2012 et 2013 la moyenne sera de 5,5 heures de connexion par jours ce qui nous amène à 95 040 minutes inscrites respectivement dans les colonnes de 2012 et 2013.

Comme il a été dit auparavant, l'offre de l'entreprise est aussi constituée d'autres services liées directement ou indirectement à l'activité d'un cyberespace comme l'envoie et/ou réception d'e-mail, téléphonique ou encore, le traitement de texte, l'impression et la reliure. Nous devons donc estimer la vente annuelle liée à ses services.

Nous estimons une augmentation de 10% chaque année pour la photocopie. Ce qui explique l'accroissement de ce chiffre d'affaire de l'année 2009 qui est de 115 200 pages jusqu'en année 2013 qui est de 168664 pages.

Nous estimons à 23 200 le nombre d'envoie et/ou réception d'e-mail pour la première année d'activité (en 2009) un nombre qui progressera de 20% tous les 2 ans. Nous aurons donc pour chacune des années 2009 et 2010, 27 840 nombres d'envois et/ou de réception d'e-mail, tandis que les deux dernières années comptent 33 408 d'envois et/ou de réception d'e-mail par année.

Comme nous pouvons le contacter d'après le tableau ci-dessus, l'activité qui rapporte le plus un cyberespace est essentiellement la connexion sur internet. Il est de 7 7 760 minutes en 2009 augmente jusqu'à 95 040 minutes pour l'année 2013.

Dans cette section, nous avons pu déterminer la politique commerciale adoptée par l'entreprise pour faire face à ses concurrents et au marché. Nous allons maintenant essayer de prévoir les chiffres d'affaires de l'entreprise pour toutes ses activités au cours des cinq dernières années d'exercice.

Section III. Chiffre d'affaire prévisionnel

Le deuxième chapitre concernant la capacité d'accueil nous aide dans l'établissement de la prévision du chiffre d'affaire. En effet, il suffit tout simplement de reprendre la capacité d'accueil prévue d'un service donné pour une année et la multiplier par son prix de vente.

III.1. Chiffre d'affaire prévisionnelle sur internet

Le tableau ci-dessous présente la prévision des chiffres d'affaires sur internet.

Tableau XXI : Prévision des chiffres d'affaires sur internet, envoi et réception e-mail

Liste des produits	PU	2009	2010	2011	2012	2013
Connexion Internet	25	19 440 000	21 600 000	21 600 000	23 760 000	23 760 000
Envoi et/ou Réception d'e-mail	400	9 280 000	11 136 000	11 136 000	13 363 200	13 363 200

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Le prix de vente unitaire a été tiré du tableau n°14, page 33 de la sous-section d'analyse de l'offre. Nous tenons à souligner ici que ces prix comprennent les TVA.

L'entreprise est assujettie et vend à un type de clientèle dite consommateur final ce qui nous amène à pratiquer un prix de vente TTC.

III.2. Chiffres d'affaire prévisionnelle sur saisies et impressions

Le tableau ci-dessous représente la prévision des chiffres d'affaire sur saisie et impression.

Nous allons inclure dans le tableau suivant la prévision sur le scanning car cette activité est souvent liée à l'impression et à la saisie des documents.

Tableau XXII : Tableau de prévision des chiffres d'affaire sur saisie et impression

Liste des produits	PU	2009	2010	2011	2012	2013
Scanning	300	2 160 000	2 613 500	2 613 500	2 875 000	3 162 500
Saisie	400	3 456 000	3 801 600	4 181 600	4 600 000	5 060 000
Impression	400	2 073 600	2 280 800	2 509 200	2 760 000	3 036 000
TOTAL	-	7 689 600	8 458 400	9 304 300	10 253 000	11 258 500

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

La prévision annuelle sur saisie et impression s'obtient en multipliant le nombre prévisionnel annuel par son prix de vente unitaire. Comme le cas de l'année 2009 par exemple, le prix unitaire est de Ar 400 pour la saisie et Ar 400 pour l'impression, ainsi on obtient Ar 3 456 000 pour la saisie et Ar 2 073 600 pour l'impression et de suite.

Le traitement de texte et l'impression sont deux services qui peuvent être liés. Le prix de vente a été tiré du tableau n°11, dans la section 1 du chapitre 2 de notre exposé.

Le scanning est le transfert de données à l'aide d'un appareil appelé « scanner » sur lequel on peut transférer soit une image ou un texte de format A4. Nous avons estimé un scanning au nombre de 4 320 pages soit 15 pages par jour x 288 = 2 160 000. Nous avons estimé une augmentation de 10% par an pour le scanning. Ce qui explique l'augmentation du chiffre d'affaire de chaque année jusqu'en 2013 qui est de 3 162 500.

III.3. Chiffres d'affaire sur photocopie

Le tableau ci-dessous montre la prévision des ventes de l'entreprise sur la photocopie durant les 5 années à venir.

Tableau XXIII : Tableau des chiffres d'affaire sur photocopie (unités en ariary)

Liste des produits	Unité	2009	2010	2011	2012	2013
photocopie	Ariary	4 608 000	5 068 800	5 575 680	6 133 240	6 746 560

Source : Etude personnelle en 2008

Calcul : D'après le Tableau n° 14 page 29 ; en 2009 : le nombre de photocopie est de 92 160 et le prix unitaire est de 50 Ar donc on a : $92\ 160 \times 50 = 4\ 608\ 000$ de chiffre d'affaire.

Il suffit de multiplier le montant de la capacité d'accueil par son prix de vente unitaire pour arriver à cette conclusion de prévision ce chiffre d'affaire sur la photocopie. Notons ici, comme nous avons vu auparavant que l'entreprise n'utilise pour la première année qu'une seule machine photocopieuse. Cela pour éviter un investissement trop important. Nous avons estimé une augmentation de 10% par an pour la photocopie, ce qui explique la différence entre chaque valeur.

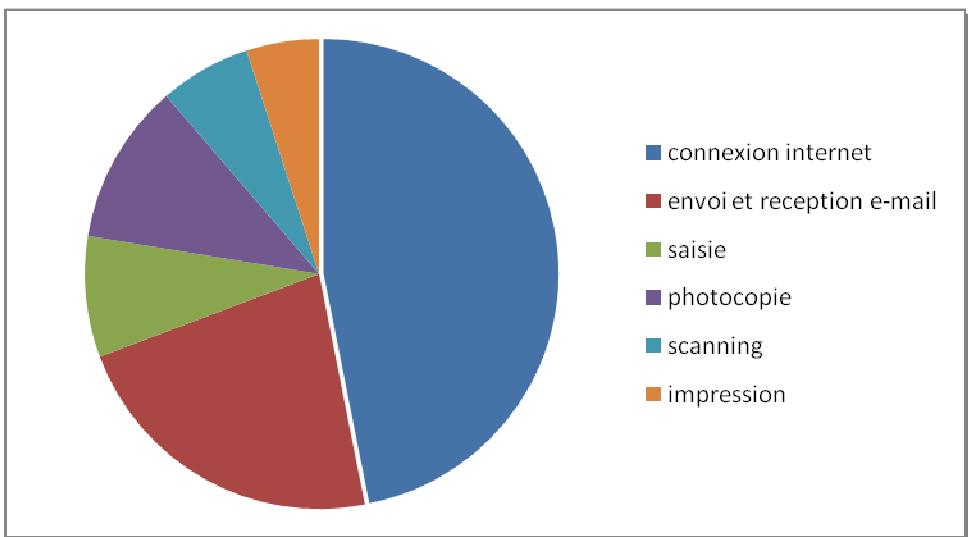
Pour avoir un aperçu net de notre prévision sur les chiffres d'affaires durant les cinq années à venir, nous allons le résumer dans le tableau suivant.

Tableau XXIV : Tableau de résumé des prévisions sur les chiffres d'affaires

Eléments	2009	2010	2011	2012	2013
Connexion	19 440 000	21 600 000	21 600 000	23 760 000	23 760 000
Envoi&réception e-mail	9 280 000	11 136 000	11 136 000	13 363 200	13 363 200
Saisie	3 456 000	3 801 600	4 181 600	4 600 000	5 060 000
Photocopie	4 608 000	5 068 800	5 575 680	6 133 240	6 746 560
Scanning	2 610 000	2 376 000	2 613 500	2 875 000	3 162 500
Impression	2 073 600	2 280 800	2 259 200	2 760 000	2 036 000
Total	41 467 600	46 263 200	47 365 980	53 491 440	54 128 260

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Figure 1 : chiffre d'affaire prévisionnelle des 5 premières années



Source : Etude personnelle, 2008

D'après ce tableau, nous avons pu déterminer les prévisions des chiffres d'affaires pour les 5 années à venir. On a pu en tirer aussi que l'activité principale qui est l'exploitation d'un cyberespace par la connexion internet rapporte le plus pour l'entreprise car il est de 19 440 000 Ar pour l'année 2009 et connaît un rythme intéressant jusqu'en année 2013 où il atteint jusqu'à 23 760 000 Ar.

Pour le moment, nous avons décidé d'éliminer l'activité de reliure à cause du nombre probable de client qui pourrait avoir des influences sur le résultat de l'entreprise et aussi, une fois que l'entreprise est connue dans le domaine, nous allons lancer de nouveau le travail de reliure. Cependant, en même temps, des travaux de reliure pourront se faire temporairement à des clientèles selon leur besoin.

Ce chapitre nous a permis de déterminer la capacité d'accueil portant sur le matériel informatique requis, ensuite nous avons parlé de la politique commerciale et enfin on a pu faire la prévision des chiffres d'affaires pour chaque service. Nous allons maintenant parler de l'organisation structurelle.

CHAPITRE. V. ORGANISATION STRUCTURELLE

L'étude au niveau de l'organisation du travail est un élément important dans notre entreprise si on veut atteindre la capacité de production envisagée. Dans ce cas, la connaissance des tâches à effectuer dans un certain délai ainsi que l'hiérarchie s'avèrent nécessaire.

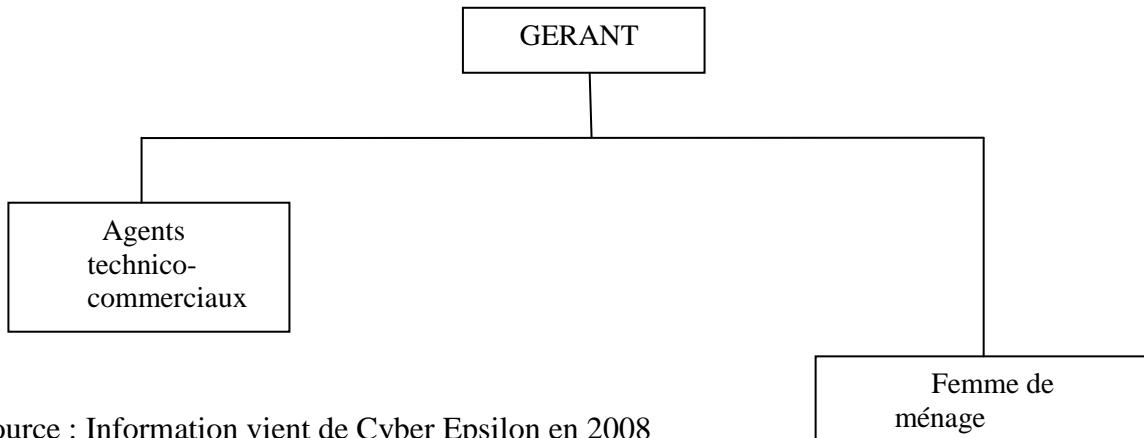
Section I : Organigramme

L'organigramme est la représentation graphique des fonctions et des tâches du personnel suivant une liaison hiérarchique ou fonctionnel.

I.1. Organigramme fonctionnel

L'organigramme permettra à chaque personnel de savoir la place qu'il occupe au sein de l'entreprise et aussi de connaître des responsabilités correspondantes à réaliser. Nous adoptons l'organigramme ci-dessous pour le bon déroulement de l'entreprise.

Organigramme fonctionnel de l'entreprise :



Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

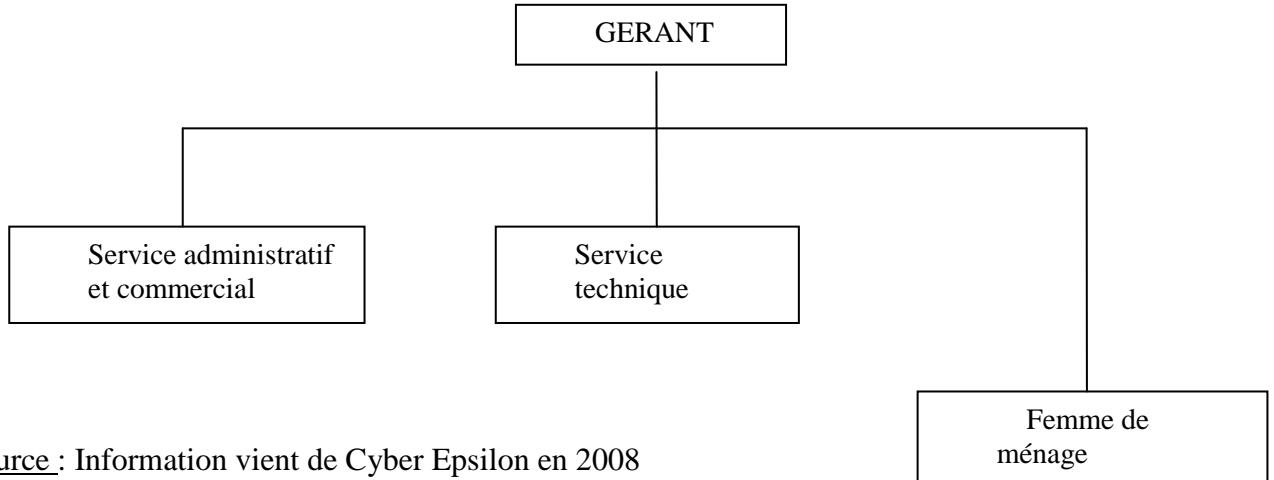
Nous avons opté pour une organisation simple et légère vu la taille de l'entreprise et l'effectif du personnel. Ainsi, les tâches vont directement du gérant aux agents technico-commerciaux sans aucun autre intermédiaire.

I.2. Extension future

La vie de l'entreprise change en fonction du temps, plus le temps passe et plus l'entreprise change. Ce changement se manifeste surtout au niveau de la technologie et du nombre du personnel car plus le service offert est satisfaisant, plus la clientèle augmente.

Au fur et à mesure que le temps passe, l'entreprise doit songer à faire une extension de son organigramme. La cause probable de cette extension peut être motivée par l'augmentation de

la demande de la clientèle ou même l'insuffisance du centre d'accueil de cette dernière. L'organigramme suivant nous montre cette extension future.



Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Le tableau suivant nous montre la composition et l'évolution des effectifs de l'entreprise durant les 5 années venir.

Tableau XXV : Extension future

	Evolution des effectifs				
	2009	2010	2011	2012	2013
Composition					
Gérant	1	1	1	1	1
Agents technico-commerciaux	2	2	2	2	2
Femme de ménage	1	1	1	1	1
Service administratif et commercial	-	-	-	1	1
TOTAL	4	4	4	5	5

Source : travail personnel ,2008

L'effectif du personnel au départ est au nombre de 4. Nous recrutons pour l'année 2012 et 2013 un agent responsable administratif et commercial. L'augmentation du nombre de client en est la cause.

I.3. Coûts salariaux

Les coûts salariaux correspondant à ces effectifs sont présentés par le tableau ci-après.

Tableau XXVI : Coûts salariaux correspondant aux 5 premières années (unité en ariary)

Postes	Sal/mois	2009	2010	2011	2012	2013
Gérant	240 000	2 880 000	6 000 000	7 200 000	8 640 000	10 368 000
Sce. Adm.Fin	200 000	0	0	0	2 400 000	2 400 000
Agent Tech.	150 000	3 600 000	3 600 000	8 640 000	10 368 000	12 441 600
Com						
Femme de ménage	70 000	840 000	840 000	1 008 000	1 209 600	1 451 520
TOTAL	0	7 320 000	10 440 000	16 848 000	22 617 600	26 661 120

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Etant donné que l'entreprise ouvre ses portes durant 8 heures par jour soit 48 heures en une semaine, deux personnes assureront l'exploitation avec le gérant. Mais un système de rotation sera mis en place afin de respecter le code du travail qui stipule que la durée légale de travail d'un employé ne peut excéder 40 heures par semaine. Par exemple, si nous considérons que les deux agents travaillent quotidiennement seulement pendant 6 heures, en une semaine, chacun d'eux totaliseront 36 heures de travail.

Au niveau du congé, deux employés ne pourront pas partir en même temps en congé, aussi un planning de congé sera mis en place au début de chaque année d'activité.

Section II : Les postes de travail

Les postes de travail regroupent d'une part l'ensemble des fonctions que doit occuper une personne au sein de l'entreprise et dans ces fonctions sont inclus des tâches à effectuer.

Dans notre cas, on a envisagé 3 fonctions hiérarchiques pour le bon déroulement de notre projet. Il s'agit de la fonction d'un gérant, de deux technico-commerciaux et d'une femme de ménage. L'ensemble de ces personnes constitue ce que l'on appelle « le personnel ».

Chacun de ces personnes a une tâche à effectuer dans l'entreprise selon le poste qu'il occupe. C'est pourquoi, nous allons aborder notre étude en commençant par donner la définition de chaque tâche dans la section suivante.

II.1. Définition des tâches

Dans le langage courant, la tâche est ce que doit accomplir une personne pour jouer son rôle dans un groupe social où le rôle caractéristique que joue une chose dans l'ensemble dont elle fait partie. Les activités de l'entreprise sont multiples. Aussi, il est nécessaire de les regrouper en activités homogène.

En effet, toute entreprise cherche un découpage de son activité globale qui assure l'articulation la plus rationnelle de ces parties et de l'efficacité des décisions.

Une tâche se définit donc comme un ensemble d'opération élémentaire que doit effectuer une personne désignée pour un poste déterminé

II.2. La direction ou gérance

Entant que premier responsable dans la gestion de l'entreprise, il assure l'organisation de l'exploitation. Il s'occupe également des domaines administratifs ainsi que de la gestion de trésorerie de la société. En outre, il doit superviser les activités techniques.

Sous la direction du gérant, il y a trois personnes qui sont encore sous sa responsabilité, ce sont les personnels constitués par deux agents technico-commerciaux et d'une femme de ménage.

Les diverses tâches seront dans la section suivante qui s'intitule exécution.

II.3. Exécution

Pour permettre à chacun des employés de l'entreprise de réaliser correctement leur travail, nous allons définir leurs tâches respectives.

II.3.1. Le gérant ou direction

Les tâches du gérant ou direction ont été déjà citées auparavant, nous allons tout de suite parler des tâches des agents technico-commerciaux et de la femme de ménage.

II.2.2. Agents technico-commerciaux

Les vendeuses technico-commerciales sont les premiers responsables des activités techniques et commerciales. Pour ce faire, elles s'occupent de la réalisation d'une œuvre demandée par la clientèle ainsi que de l'accueil et de l'assistance de la clientèle. A part cela, elles sont aussi responsables de l'entretien et de la maintenance de tout le matériel patrimoine de l'entreprise.

II.2.3. La femme de ménage

La femme de ménage sera chargée de maintenir la propreté de l'entreprise. Pour cela, elle doit nettoyer quotidiennement les locaux et le matériel de travail et enlever les ordures.

Le tableau suivant nous servira de résumer de toutes les tâches précitées dans les sous-sections.

Tableau XXVII : Les taches respectives

Postes	Tâches	Qualifications
Gérant	<ul style="list-style-type: none"> - Choisir la politique générale et définir les stratégies - Fixer les objectifs qualifiés que chaque poste doit atteindre selon le calendrier. - Coordonner, superviser et assure le bon déroulement de l'exploitation. - Représenter la firme à l'extérieur 	<ul style="list-style-type: none"> - Maitrise en gestion minimum - Expérience dans le domaine de la gestion d'un cyberespace - Sens de responsabilité - Dynamique
Agents technico-commerciaux	<ul style="list-style-type: none"> - Assure l'assistance des clients pour tous les services liés à l'activité de l'entreprise. - Assure l'entretien et la maintenance des matériels de l'entreprise tels que l'équipement et l'installation, le dépannage etc.... 	<ul style="list-style-type: none"> - Licence en informatique ou similaire - Avoir un certificat d'aptitude sur l'exploitation d'un cyberespace et d'animation - Avoir un esprit d'équipe et fort en marketing.
Femme de ménage	<ul style="list-style-type: none"> - assure la propreté de l'entreprise et de tous les patrimoines. 	<ul style="list-style-type: none"> - Agé entre 25 à 30 ans - Célibataire

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Nous avons mentionné, le gérant est le premier responsable de l'activité de l'entreprise. Sous sa direction, il y aura 2 agents technico-commerciaux qui assurons le bon fonctionnement du coté de la clientèle où ils seront les principaux assistants.

Enfin, la femme de ménage doit s'occuper quotidiennement de la propreté du lieu de travail ainsi que des alentour de l'emplacement de l'entreprise pour conserver une image de l'hygiène et de santé.

Le tableau ci-dessus montre les différentes tâches que doit accomplir chaque membre du personnel dans l'entreprise.

Après avoir mener à terme cette première partie, nous allons maintenant aborder la deuxième partie qui se rapporte à l'étude financière du projet où nous exposerons les outils et les critères d'évaluations, les investissements, les comptes de gestion, l'étude de faisabilité financière ainsi que l'évaluation du projet.

Deuxième partie

ETUDE FINANCIERE DU PROJET

Madagascar a besoin de se lancer davantage dans le domaine d'informatique. Or cette lancement en informatique ne réalise jamais si il n'y pas d'informaticien, des formations et des moyens financiers. Des investissements sont nécessaires pour subvenir à ces besoins de modernisation de Cyber.

Aussi, dans cette deuxième partie, l'étude financière du projet comportera-t-elle les outils et les critères d'évaluation d'un projet, les investissements ensuite nous avons exposé les comptes de gestion, puis l'étude de faisabilité et de rentabilité, enfin l'évaluation du projet.

CHAPITRE .I. LES OUTILS ET LES CRITÈRES D’ÉVALUATION D’UN PROJET

Les outils et les critères d'évaluation consistent à accepter à apprécier un projet. Alors, ces divers moyens d'évaluation nous permettent d'estimer qu'un investissement soit rentable ou non.

Nous verrons successivement les outils d'évaluation et les critères d'évaluation du projet.

Section I. Les outils d'évaluation

Le créateur du projet dispose d'outils de gestion lui servant de critère d'évaluation et de jugement pour la faisabilité et la réalisation de son projet. Il s'agit :

I.1. La marge brute d'autofinancement (MBA)

I.1.1. Définition

La marge brute d'autofinancement ou cash flow ou flux de trésorerie n'est autre que les recettes d'exploitation.

I.1.2. Formule

MBA = Recettes

- charges décaissées (avec flux)
 - charges calculées (sans flux)
- = résultat imposable
- Impôt sur les sociétés (k %)
 - Résultat net =MBA
 - + Amortissement

I.3. La valeur Actuel nette (VAN)

I.3.1. Définition :

La VAN est représentée par la différence entre la somme du cash-flow actualisée soustrait à la somme des capitaux investis actualisée.

En d'autre terme, la valeur actuelle nette est calculée à partir du Cash-flow (CF), du taux de remboursement des dettes et du délai de récupération des capitaux investis. Elle est obtenue par la différence entre la somme des cash-flows actualisés et l'investissement initial.

I.3.2. Formule

$$VAN = \sum_{I=0}^n CF$$

Soit : l'investissement (I) et sa durée de vie (n) : sa durée de vie

CF : Cash-Flow

t : taux d'actualisation

I.3.3. Interprétation :

La VAN peut être nulle, positive et négative.

Si le $VAN > 0$: la rentabilité des investissements est supérieure au taux exigé t, donc le projet est rentable.

Si le $VAN = 0$: la rentabilité est égale au taux exigé t donc le projet

Si le $VAN < 0$: la rentabilité est inférieure au taux exigé t, donc le projet n'est pas rentable.

Nous remarquerons que le VAN ne permet pas de classer les investissements entre eux mais de connaître simplement qu'elles sont rentables ou non. Pour les classer, on utilise les critères ci-dessous.

I.4. Le taux de rentabilité interne (TRI)

I.4.1. Définition

Le taux de rentabilité interne est le taux avec lequel la somme des Cash-Flows actualisés égalise le montant de l'investissement initial. En d'autre terme, c'est le taux i pour lequel la valeur actuelle nette de l'investissement est nulle.

I.4.2. Formule

Ce taux i est calculé à partir de l'équation suivante :

$$\sum_{n=1}^{\infty} \text{Cash-flow} (1+i)^{-n} = I_0$$

Soit i ; le taux de rentabilité interne

I.4.3. Interprétation

Le TRI peut être aussi égale, inférieur ou supérieur à t

Si $i > t$: la rentabilité est supérieur au taux exigé t.

Si $i = t$: la rentabilité est égale au taux exigé t.

Si $i < t$: la rentabilité est inférieur au taux exigé t.

I.5. Délai de récupération des capitaux investis (DRCI)

I.5.1. Définition

Le délai de récupération des capitaux investis est représenté par le temps au bout duquel le montant des cash-flow cumulés actualisés est égale au montant des capitaux investis. En d'autre terme, c'est la durée au bout de laquelle les capitaux investis seront récupérés par l'entreprise.

I.5.2. Formule

On obtient le DRCI par la formule suivante :

$$\text{DRCI} = I_0 / \text{Cash-flow}$$

I.5.3. Interprétation

Plus le DRCI est court, plus le projet en question est intéressant.

I.6. L'indice de profitabilité (IP)

I.6.1. Définition

C'est le rapport de la somme des Cash flow actualisées et le montant des capitaux investis. L'IP est un critère de choix d'investissement plus proche de la VAN.

I.6.2. Formule

L'indice de Profitabilité est obtenu par la formule :

$$IP = \frac{\sum_{n=1}^n \text{Cash-flow} (1+t)^n}{I}$$

I.6.3. Interprétation

L'IP se juge à 1 : s'il est supérieur à 1 est chiffre, le projet est acceptable. Le résultat obtenu est un indice de performance pour 1 Ar de dépenses investis.

I.7. Seuil de Rentabilité (SR)

I.7.1. Définition.

Le seuil de Rentabilité ou encore chiffre d'affaire critique est le montant du chiffre d'affaire pour lequel l'entreprise ne réalise ni perte ni bénéfice. C'est là où la marge sur coût variable couvre exactement les charges fixes.

I.7.2. Formule :

Le seuil de Rentabilité est calculé par la formule ci-après :

$$\boxed{SR = CA \times CF}$$

$$\boxed{MSCV = CA - CV}$$

Dont

Soit : - SR : Seuil de Rentabilité

CA : Chiffre d'Affaire

MSCV : Marge Sur Coût Variable

CF : Charge Fixe

I.7.3. Interprétation :

- si le chiffre d'affaire est supérieur au Seuil de Rentabilité, l'entreprise réalise de bénéfice.
- Dans le cas contraire, elle réalise une perte.

Section II. Les critères d'évaluations

Les critères d'évaluations permettent de juger la qualité du projet. Ils sont au nombre de cinq :

La pertinence, l'efficacité, l'efficience, la durée de vie et l'impact du projet.

II.1. Pertinence

Dans notre cas, c'est la qualité qui permet d'apprécier un projet. Un projet pertinent doit être mesuré par la réciprocité entre les objectifs du projet et la satisfaction des besoins ainsi que les attentes de la part des bénéficiaires.

II.2. Efficacité

L'efficacité se définit ici comme la faculté de produire et de vendre pour obtenir un résultat positif qui est le bénéfice. D'ailleurs l'objectif suprême est de vendre au maximum à l'aide du politique marketing et stratégique adoptée. C'est le cas de notre projet, il est efficace.

II.3. Efficience

L'efficience est l'utilisation optimale des ressources pour atteindre un objectif bien défini. Autrement dit, c'est la minimisation possible des moyens utilisés pour faire produire des produits de qualité et de quantité en évitant des gaspillages et des dépenses inutiles.

II.4. La viabilité (durabilité)

En général, la durée de vie du projet est une composante de l'expression des besoins. En effet les besoins sont toujours associés à un certain période de temps et la durée de vie du projet dépend du cycle de vie de produit. Dans notre cas, elle est probable à quatre vingt dix neuf ans car c'est une société à responsabilité limitée ou SARL.

II.5. Impact du projet

Ce projet a des effets dans la vie quotidienne de la population d'Ambatondrazaka et ses entourages à savoir l'amélioration des sources d'emplois, l'augmentation des niveaux de connaissance de la population et l'ouverture de la région envers le monde.

CHAPITRE. II. LES INVESTISSEMENTS

Le montant investi dans le projet doit être apprécié différemment. Il faut tenir compte :

Des montants investis dans l'achat d'immobilisations corporelles, immatérielles et financières ;

Des frais d'installation des équipements et les dépenses faites en matière de formation du personnel ;

Tous les impôts et taxes payés au titre de la réalisation du projet et doivent être également intégrés dans le montant de l'investissement initial.

C'est pourquoi, nous avons présenté dans cette chapitre les infrastructures, le plan de financement initial, les amortissements et enfin le fonds de roulement initial. En effet, la concrétisation de ce projet implique ces investissements.

Section I. Les infrastructures

Dans cette section, nous allons parler successivement des investissements en équipements informatiques et électroniques, matériel et mobilier de bureau, véhicule de service et enfin nous allons faire une récapitulation de l'investissement.

I.1. Equipements informatiques et électroniques

Pour permettre à l'entreprise de fonctionner, elle aura besoin des différents matériaux cités auparavant ce sont : les 11 micro-ordinateurs et d'une imprimante. Le micro-ordinateur qui jouera le rôle de serveur sera un pentium IV.

Ces matériaux seront classés sous la rubrique matérielle informatique avec les immobilisations suivantes :

Dix cartes qui s'élèvent à Ar 30 000 chacun ;

Un routeur qui coûte Ar 320 000 et qui est un matériel permettant d'acheminer des informatiques à travers un réseau ;

Un logiciel de gestion de cybercafé d'un montant de Ar 600 000

Le tableau suivant donne la liste et les coûts de ces investissements.

Tableau XXVIII : liste des investissements en équipements informatiques et électriques

éléments	Quantité	Prix unitaire	Montant
Ordinateur Pentium IV	1	1 100 000	1 100 000
Ordinateur Pentium III	10	750 000	7 500 000
Imprimante	1	200 000	200 000
Carte réseau	11	30 000	330 000
Routeur	1	320 000	320 000
Onduleur	11	90 000	990 000
Logiciel de gestion de cyberespace	1	600 000	600 000
TOTAL			11 040 000

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Le montant des investissements en matériels informatique et électronique vaut Ar 11 570 000.

I.2. Matériel et Mobilier de Bureau (MMB)

L'acquisition des MMB figure parmi la liste d'investissement en immobilisation.

Trois tables d'un montant total de Ar 120 000, deux bureaux d'une valeur de Ar 120 000 chacun, 20 chaises de Ar 15 000 chacune, une machine à calculer de Ar 7 000, une machine à reliure d'une valeur de Ar 250 000 constituent la rubrique MMB.

Le tableau suivant donne la liste des MMB et des immobilisations corporelles et incorporelles.

Tableau XXIX : MMB et immobilisations incorporelles (unités en ariary)

Eléments	Quantité	Prix unitaire	Montant
Immobilisation incorporelle			
Frais d'établissement	0	500 000	500 000
Agencement, aménagement, installation	1 -	500 000 -	500 000 1 000 000
TOTAL immobilisation incorporelle			
Immobilisation corporelle			
Tables	3	90 000	270 000
Bureaux	2	120 000	240 000
Chaises	20	15 000	300 000
Machine à calculer	1	7 000	7 000
Machine à reliure	1	250 000	250 000
TOTAL immobilisation corporelle	-	-	1067 000

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Le montant des immobilisations incorporelles vaut Ar 1 000 000 et celle des immobilisations corporelles est de Ar 1 067 000.

I.3. Récapitulation des investissements

Le tableau suivant donne la liste des investissements (unités en ariary)

Eléments			
Frais d'établissement		500 000	500 000
Agencement, installation et aménagement	1	500 000	500 000
Immobilisation incorporelle			1 000 000
Ordinateur Pentium IV	1	1 100 000	1 100 000
Ordinateur Pentium III	10	750 000	7 500 000
Cartes réseaux	10	30 000	300 000
Imprimante	1	200 000	200 000
Routeur	1	320 000	320 000
Onduleur	11	90 000	990 000
Logiciel de gestion de cyberespace	1	600 000	600 000
Matériel informatique et électrique			11 010 000
Construction			2 000 000
Terrain			12 000 000
Tables			270 000
Bureaux	3	90 000	240 000
Chaises	2	120 000	300 000
Machine à calculer	20	15 000	7 000
Machine à reliure	1	7 000	250 000
Mobilier de bureau	1	250 000	1 067 000
TOTAL			27 077 000

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Cette section nous a permis de déterminer les investissements nécessaires en matière d'équipements informatiques et électriques, enfin en MMB. Nous allons maintenant aborder la section suivante pour parler du plan de financement initial.

I.4 . Plan de financement initial

Le plan de financement initial nous amène à déterminer les besoins et les ressources nécessaires au fonctionnement de l'entreprise lors de son ouverture.

I.4.1. Les besoins

Les besoins en facteur de production sont les intrants nécessaires à la réalisation de notre activité. La nature de ces besoins nous amène à les classer en 3 à savoir les besoins en matières premières, les besoins en fournitures et matières non stockées et enfin les besoins autre que celles mentionnées précédemment que nous regroupons sous la rubrique « charges externes et impôts et taxes »

I.4.2. Matières premières

Les papiers tels que les papiers, encre imprimante forment les besoins en matière première de l'entreprise. La détermination de la somme à dépenser pour faire face à ses besoins nécessite au préalable le calcul de la quantité de papier et d'encre indispensables pour la réalisation de l'activité de l'entreprise.

Pour cela, nous allons présenter le tableau ci-dessous qui indique la qualité nécessaire pour chaque type de besoin en matière, en tenant compte de la prévision de la production.

Tableau XXXI : Tableau de prévision en matières première

Liste des produits	Unité	2009	2010	2011	2012	N+4
Impression	page	8 800	10 420	12 283	14 425	16 889
Rame utilisé (rame de 500 feuilles)	rame	18	21	25	29	34
Rame à acheter	rame	18	21	25	29	34
Montant		126 000				
Encre imprimante (1 500 copies)	encre	6	7	8	10	11
Encre à acheter	encre	6	7	9	10	12
Montant		420 000				
Livre reliée	Livre	120	146	175	209	247
Spiral à acheter	spiral	120	146	175	209	247
Montant		108 000				
Couverture balacrom à acheter	balacrom	120	146	175	209	247
Montant		48 000				
Nb de rhodoïd à acheter	rhodoïd	120	146	175	209	247
Montant		36 000				
TOTAL		690 000				

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Ce tableau met en évidence les différents types de besoin en matières premières aussi bien qualitative que quantitativement.

Par exemple, pour l'année 2008, lors de la prévision de la production ou la capacité d'accueil au tableau n°17, nous avons vu que le nombre d'impression pour cette année sera de 72 000 pages. Nous aurons donc besoin de feuille d'au moins l'équivalent à ce nombre de page. Nous avons énoncé dans le tableau que le nombre de feuille appelé rame de papier est de 500, car généralement c'est le cas. Si nous divisions le nombre de page par 500, nous

connaitrons le nombre de rame qu'il nous faut pour cette année. Soit 10 800 divisé par 500 qui est égale à 17,6 rames arrondies à 18.

Il en est de même pour l'encre d'une imprimante, toujours en prenant comme référence le nombre d'impression en année 2010. Une boîte d'encre ou cartouche arrive à imprimer l'équivalent de 1 500 pages. Le quotient de 8 800 et de 1 500 est de 5,87 arrondis à 6 sera le nombre d'encre à acheter pour cette année.

Concernant le nombre le spiral, couverture balacrom ou encore de Rhodoïd à acheter pour faire face à cette période 2009, ils sont équivalents au nombre de livre relié car une reliure nécessite à la fois un spiral, une couverture balacrom et un Rhodoïd. Puisque le nombre de livre relié est de 120 en 2009, nous aurons donc besoin de 120 de chacune de ces matières.

Nous pouvons maintenant calculer le montant de ces différents types de matières dans le tableau ci-dessous.

Tableau XXXII : Tableau de prévision des besoins en matières première (unité en arriary)

Liste des produits	Prix unitaire	2009	2010	2011	2012	2013
Papier A4	7 000	126 000	147 000	175 000	203 000	238 000
Encre imprimante	70 000	420 000				
Spiral	2 500	300 000				
Couverture balacrom	3 000	360 000				
Rhodoïd	3 000	360 000				
Redevance TELMA (connexion)		3 456 000	3 456 000	3 456 000	3 456 000	3 456 000
Location SIMICRO		4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000	4 800 000
TOTAL	-	9 822 000	8 403 000	8 431 000	8 459 000	8 494 000

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Ce tableau est la traduction en valeur des besoins en matière première, effectivement, il suffit de prendre la qualité à acheter pour une matière donnée et la multiplier par son prix unitaire. Ainsi, Ar 126 000 sera alloué à l'acquisition de papier de format A4 durant l'année 2009 soit le prix unitaire de Ar 7 000 multiplier par 18 qui représente la qualité de rame à acheter en 2009.

La redevance téléphonique de la TELMA ou Télécom Malagasy a été classée parmi les achats de matières premières du fait que cette redevance fait partie des services achetés

par l'entreprise et qu'elle revend pour obtenir un profit. Aussi, elle ne fait pas charges externes.

Nous l'avons divisé en deux lors de l'établissement de la provision. En effet, la première redevance est relative à la connexion internet qui coûte Ar 25 la minute. Si le total des heures d'ouverture est de huit heures par semaine pour l'entreprise en matière de connexion, en une année, comme nous avons dit auparavant, elle travaille pendant 288 jours ; ce qui nous donne 2 880 heures. D'où une connexion de 172 800 minutes. Ainsi, la redevance relative à la connexion est de Ar 3 456 000.

Quant à la connexion SIMICRO, fournisseur d'accès internet, la rémunération s'élève à Ar 400 000 par mois soit Ar 4 800 000 par an.

I.4.3. Fournitures et matières non stockées

Outre les matières, les fournisseurs et matières non stockées forment ainsi les besoin en facteur de production. Nous allons les évaluer dans le tableau suivant.

Tableau XXXIII : Tableau de prévision des besoins en fourniture et matériels non stockées (unités en ariary)

Eléments	2009	2010	2011	2012	2013
Eau et électricité	840 000	840 000	924 000	924 000	924 000
Fourniture de bureau	720 000	720 000	792 000	792 000	792 000
TOTAL	1 560 000	1 560 000	1 716 000	1 716 000	1 716 000

Source : Enquête auprès du gérant, 2008

Ce tableau nous indique les besoins en eau et électricité d'une part et de fourniture de bureau d'autre part.

Nous évaluons à Ar 70 000 par mois le dépense en eau et en électricité et à Ar 60 000 par mois celle en fourniture de bureau. Ces montants augmentent de 10% à partir de la troisième année.

Cette section nous a permis de déterminer les différents besoins de l'entreprise durant les 5 années à venir. Nous allons maintenant passer à la section suivante concernant les ressources.

Section II. Les ressources

II.1. Plan de financement initial

Le plan de financement nous amène à dresser le schéma de financement, le tableau de financement et le planning de remboursement des dettes.

II.1.2. Schéma de financement

Le schéma de financement nous aide à identifier les flux financiers au début de l'exploitation. Il récapitule d'une part les dépenses globales du projet et d'autre part les ressources du projet.

Tableau XXXIV : Tableau de financement du projet (bilan d'investissement) unités en ariary

Emplois	Montant	Ressources	Montant
Fond de roulement initial	33 350 600	Capital	52 427 600
Investissement	27 077 000	Emprunt à LT	10 000 000
Imprévus	2 000 000		
TOTAL	62 427 600		62 427 600

Sources : Travail personnel en 2008

Pour financer le projet, nous allons procéder comme suit :

- Financement externe

Il s'agit d'un emprunt à long et moyen terme pour financer une partie du F.R.I. on en déduit que les promoteurs apportent un financement à hauteur de 85,48 % au projet tandis que 14,52% provient du financement externe.

Caractéristique du crédit : il s'agit d'un crédit à long et moyen terme en monnaie locale :

Montant : 10 000 000 Ar

Durée : 5 ans

Rémunération : 20% l'an

Echéancier : 4 annuités de 4 635 469 Ar dont 1 an différé de remboursement.

Nous allons appliquer les formules ci-après pour calculer respectivement l'annuité et l'intérêt :

- Annuité :

i

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

$$1-(1+i)^n$$

Avec :

$$I = t / 100$$

C : Capital emprunté

n : durée en année

- **Intérêt :**

$$Cr \cdot t \cdot n$$

$$I = \frac{Cr \cdot t \cdot n}{100}$$

Avec :

I : Intérêt

Cr : Capital restant dû

t : taux annuel

n : durée en année

Tableau XXXV : Tableau de remboursement des dettes (unités en ariary)

Année	Montant échéant	Intérêt	Capital remboursé	Capital restant dû
2009	0	2 000 000	0	12 000 000
2010	4 635 469	2 400 000	2 235 469	9 764 531
2011	4 635 469	1 952 906	2 682 563	7 081 968
2012	4 635 469	1 416 394	3 219 077	3 862 891
2013	4 635 469	772 578	3 862 891	0
TOTAL	—	—	12 000 000	—

Source : Etude personnelle ,2008

D'après ce tableau, nous pouvons constater que les dettes seront entièrement remboursées au cours de l'année 2012, ce qui explique que le montant à rembourser en l'année 2013 est entièrement nul.

II.2 : Les amortissements

II.2.1. Rappel et définition

L'amortissement est la détérioration de la valeur d'origine portant sur les immobilisations corporelles et incorporelles à travers le temps. Nous allons appliquer la formule suivante pour calculer l'amortissement.

$$A = V_0 / n$$

Avec :

A : Amortissement

V₀ : Valeur d'origine

n : Durée de vie

II.2.2. Valeur numérique des datations aux amortissements

Cette sous-section nous permet de valoriser les amortissements concernant les immobilisations qui subissent une dépréciation appelée « amortissement ».

Tableau XXXVI : Tableau des amortissements (unités en ariary)

immobilisation	Valeur d'origine	Amortissement					
		Taux	2009	2010	2011	2012	2013
Constructi	2 000 000	20%	200 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Installatio	500 000	20%	100 000	100 000	120 000	144 000	172 800
M&O	25 377 000	2 ,5%	2 379 094	3 172 125	3 172 125	3 172 125	3 172 125
MMB	1 067 000	20%	106 700	213 400	213 400	213 400	213 400
TOTAL	—	—	2 785 794	3 885 525	3 905 525	3 929 525	3 958 325

Source : Etude personnelle ; 2008

A part le terrain qui n'est pas amortissable, seules les immobilisations corporelles subissent des dépréciations appelées « amortissement ». Cette valeur est constatée dès son acquisition jusqu'à son amortissement total. La valeur de l'immobilisation subit donc une diminution pour chaque année d'exercice et ce dernier à des influences sur l'exploitation de l'entreprise. Il est donc important de les constater afin de mieux gérer les biens de l'entreprise et d'assurer son exploitation.

Section III. Le fond de roulement initial

Dans cette section, nous allons présenter le fond de roulement initial de notre entreprise et ainsi que le bilan de départ.

III.1. Fond de roulement initial

Le F.R.I. est constitué par les dépenses à engager et à décaisser pour le démarrage du projet.

Tableau XXXVII. Le fond de roulement initial (unités en ariary)

Nature	2009
Frais d'établissement	500 000
Achats	23 646 000
Eau et électricité	840 000
Fournitures	1 307 000
Frais de transport	-
Entretien	-
Formation du personnel	200 000
Impôts et taxes	200 000
Charges du personnel	5 520 000
Charge sociales	1 317 600
Total	33 530 600

Source : Etude personnelle ; 2008

On ne tient en compte que les charges de la première année puisque le projet commence déjà à encaisser des flux monétaires à partir de son ouverture. Le montant du F.R.I. ou fonds de roulement initial est à 33 530 600 Ar.

III.2. Bilan de départ

Tableau XXXVIII : Bilan de départ (unités en ariary)

Actif	2009	Passif	2009
ACTIF NON COURANT		CAPITAUX PROPRES	
Immobilisation corporelles		Capital	52 427 600
Terrains	12 000 000	Résultat net	0
Constructions	2 000 000	Total	52 427 600
Installations	500 000	PASSIF NON COURANTS	
Matériels&Outillages	25 377 000	Emprunt et dettes	12 000 000
MMB	1 307 000	Total passif non courants	12 000 000
Total actif non courants	41 184 000	PASSIF.COURANT	
ACTIFS COURANTS		Organismes sociaux	1 317 600
Trésorerie	24 561 200	Total des passifs	65 745 200
Total des actifs	65 745 200		

Source : Travail personnel ; 2008

Nous avons pu déterminer auparavant des capitaux propres de l'exercice ainsi que le montant des investissements nécessaires pour le fonctionnement et la création de l'entreprise. Le bilan d'ouverture pour l'année 2009, l'entreprise ne présente aucune valeur dans la rubrique des résultats nets car il n'y avait pas encore d'activité au départ.

CHAPITRE. III. LES COMPTES DE GESTION

Les comptes de gestion sont constitués par les comptes de la classe 6 ou comptes de charges, et les comptes de la classe 7 ou des comptes des produits. Ils permettent de déterminer le résultat de l'exercice.

Section I : Les comptes des charges

Ce sont des diminutions d'avantages économiques au cours de la sous forme de consommation, de sorti, de diminution d'actif ou de survenance de passifs. Elles ont pour effet de diminuer les capitaux propres. Elles comprennent des sommes ou des valeurs versées ou à verser :

- Les charges liées à l'approvisionnement et aux services consommés ;
- Les obligations légales telles que les impôts et taxes ;
- Les charges liées aux personnels ;
- Les charges financières liées aux emprunts contractés.

Elles comprennent aussi :

- Les dotations aux amortissements et provisions.

Ce sont des charges non décaissées mais déductibles lors de la détermination du résultat de l'exercice.

I.1. Achats consommés et services extérieurs

Tableau XXXIX : Achats consommée et services extérieurs des 5 exercices (unités en ariary)

Rubrique	2009	2010	2011	2012	2013
Fourniture de bureau	1 560 000	1 560 000	1 716 000	1 716 000	1 716 000
Entretien et réparation	0	200 000	240 000	264 000	290 000
TOTAL	1 560 000	1 760 000	1 956 000	1 980 000	2 906 000

Source : Travail personnel ; 2008

Ces charges sont relatives aux entretiens des locaux et des machines. On prévoit une augmentation de l'ordre de 10% chaque année comme nous avons dit auparavant dans la section 1 et sous-section (1.5. local) du page 39.

I.2. Autres services extérieurs

Les autres services extérieurs sont constitués par les opérations et services externes à l'entreprise mais qui sont nécessaires pour le bon fonctionnement de l'activité de ce dernier.

Le tableau suivant nous indique les autres services extérieurs de l'entreprise au cours des 5 années d'exercices.

Tableau XL : autres services extérieurs (unités en ariary)

Rubrique \ Année	2009	2010	2011	2012	2013
Location locale	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 600 000	1 600 000
Prime d'assurances	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
Publicité	174 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Eau et électricité	840 000	840 000	924 000	924 000	924 000
TOTAL	2 714 000	2 640 000	2 724 000	3 124 000	3 124 000

Source : Travail personnel ; 2008

Le loyer du local est de 60 000 Ar par mois soit 720 000 Ar par an durant les trois premières années et passera une somme de 174 000 Ar durant les deux années restantes.

Une prime d'assurance de 500 000 Ar par an figure parmi les prévisions en besoin des charges externes. D'autre part, l'entreprise envisage de dépenser une somme de 174 000 Ar en publicité en année 2009, cette somme sera réduite à 100 000 Ar par an pour les autres années.

I.3. Impôts et taxes

Tableau XLI : Impôts et taxes (unité en ariary)

Rubrique \ Année	2009	2010	2011	2012	2013
Impôts et taxes	200 000	210 000	220 500	231 525	243 000
TOTAL	200 000	210 000	220 500	231 525	243 000

Source : Information vient de Cyber Epsilon en 2008

Ils sont constitués par la taxe professionnelle (patente) : elle est évaluée à 200 000 Ar au début de l'exercice et augmente de 5% chaque année.

I.4. Les charges du personnel

Les charges du personnel regroupent les rémunérations dues au personnel et gérant ainsi que les charges sociales patronales.

Les salaires de base s'élève à 500 000Ar par mois pour le gérant, 200 000 Ar pour chacun des agents technico-commerciaux et enfin 70 000 Ar pour la femme de ménage. Nous prévoyons une augmentation de 20% à partir de la troisième année.

Tableau XLII : charges du personnel (unités en ariary)

Eléments	Sal/mois	2009	2010	2011	2012	2013
Gérant	240 000	2 880 000	2 880 000	3 456 000	4 147 200	4 976 640
Animateur 1	150 000	1 800 000	1 800 000	2 160 000	2 592 000	3 110 400
Animateur 2	150 000	1 800 000	1 800 000	2 160 000	2 592 000	3 110 400
Femme de ménage	70 000 CNAPS	840 000 951 600	840 000 951 600	1 008 000 1 141 920	1 209 600 1 370 304	1 451 520 1 644 365
Charges sociales	OSIE	366 000	366 000	439 200	527 040	632 448
Total charge du personnel		8 637 600	8 637 600	10 365 120	12 438 144	14 925 773

Source : Etude personnelle en 2008

I.5. Récapitulation de toutes les charges

Après avoir déterminé toutes les charges nécessaires au fonctionnement de notre activité, nous allons maintenant le présenter dans un tableau suivant.

Tableau XLIII : Récapitulation des charges (unités en ariary)

Elément	2009	2010	2011	2012	2013
Achats consommés	2 060 000	1 560 000	1 716 000	1 716 000	1 716 000
Services extérieurs	0	200 000	240 000	264 000	290 400
Autres services extérieurs	2 714 000	2 640 000	2 724 000	3 124 000	3 124 000
Impôts et taxes	200 000	210 000	220 500	231 525	243 000
Charges du personnel	8 637 600	8 637 600	10 365 120	12 438 144	14 925 773
Charges financières					
D.A.P.	552 500	1 073 900	1 073 900	1 073 900	1 073 900
TOTAL	13 611 600	13 247 600	15 265 620	17 773 669	20 299 173

Source : Personnelle ,2008

En année 2009, les charges de l'entreprise sont évaluées à 13 611 600 ariary et s'augmente avec le temps. Elles sont passées à 20 299 173 ariary en année 2013.

La section un nous a permis de déterminer les différentes charges nécessaires pour le fonctionnement de notre activité. Nous allons aborder maintenant les comptes des produits.

Section II : Les comptes de produits

Les produits sont des accroissements d'avantages économiques au cours de l'exercice sous forme d'entrées ou d'accroissements d'actifs ou de diminution de passif. Ils sont pour effet d'augmenter les capitaux propres autrement que par des augmentations provenant des apports des participations aux capitaux propres.

Les produits comprennent les sommes ou valeurs reçues ou à recevoir :

- La vente de service.

Ils comprennent éventuellement, pour la détermination du résultat :

- La production stockée au cours de l'exercice ;
 - La production immobilisée ;
 - Les reprises sur amortissements et provisions ;
 - Le prix de cession des éléments actifs cédés.
- Vente des produits opérationnels

Comme nous avons vu auparavant dans la section trois de la chapitre deux de la deuxième partie, le tableau des chiffres d'affaire prévisionnel nous permet de dresser le tableau suivant :

Tableau XLIV : Produit opérationnel (unités en ariary)

NATURE	MONTANT				
	2009	2010	2011	2012	2013
Ventes	41 467 600	46 263 200	47 365 980	53 491 440	54 128 260
TOTAL	41 467 600	46 263 200	47 365 980	53 491 440	54 128 260

Source : Personnelle ,2008

Le produit opérationnel ou chiffre d'affaire prévisionnelle de l'entreprise est assez important pour chaque année d'exercice. Nous pouvons constater d'après ce tableau qu'il sera de 41 467 600 ariary en 2009 suite à un rythme croissant jusqu'en année 2013 qui est de 54 128 260 ariary. Cela explique que l'activité de l'entreprise est rentable pour son créateur et pour la population entière.

Ce chapitre nous a permis d'avoir un aperçu net des comptes de charges nécessaires pour le fonctionnement de l'entreprise. Ceci nous amène à la section suivante qui consiste à l'étude de faisabilité et de rentabilité du projet.

CHAPITRE. IV. ETUDE DE FAISABILITE ET DE RENTABILITE

Nous allons traiter dans ce chapitre les états prévisionnels des cinq premiers année d'exercices : les comptes de résultats, le plan de trésorerie et les bilans.

Section I. Les comptes de résultat prévisionnels

Le compte de résultat met en exergue d'une part toutes les charges engagées pour exercer les activités au cours de l'exercice et d'autre part tous les produits propres de l'exercice perçus en contrepartie des charges mises en œuvre. En examinant le compte de résultat, on trouve plutôt du côté des charges que du côté des produits, les grandes catégories suivantes :

- Les opérations opérationnelles ;
- Les opérations financières,
- Les opérations extraordinaire.

➤ Les charges et les produits sont classés selon leur nature.

Tableau XLV : Compte de résultat par nature des 3 premières années (unité en milliard)

RUBRIQUE	2009	2010	2011
Chiffres d'affaire	41 467 600	46 263 200	47 365 980
I-Production de l'exercice	41 467 600	46 263 200	47 365 980
Achat consommés	(2 060 000)	(1 560 000)	(1 716 000)
Services extérieurs et autres consommations	(2 714 000)	(2 640 000)	(2 724 000)
II- Consommation de l'exercice	(3 454 000)	(3 080 000)	(3 236 000)
III-Valeur ajoutée d'exploitation	38 013 600	43 183 200	44 129 980
Charges de personnel	(8 637 600)	(8 637 600)	(10 365 120)
Impôts, taxes et versements assimilés	(200 000)	(210 000)	(220 000)
IV- Excédent brut d'exploitation	29 176 000	34 335 600	33 544 360
Autres produits opérationnels	-	-	-
Autres charges opérationnels	-	-	-
Dotations aux amortissements	(2 685 794)	(3 685 525)	(3 705 525)
V-Résultat opérationnel	26 490 206	30 650 075	29 838 835
Produits financiers	-	-	-
Charges financières	(2 000 000)	(2 400 000)	(1 952 906)
VI-RESULTAT FINANCIER	(2 000 000)	(2 400 000)	(1 952 906)
VII-RESULTAT AVANT IMPOTS	24 490 206	28 250 075	27 885 929
Impôts exigibles sur résultat	0	0	0
Total des produits des activités ordinaires	41 467 600	46 263 200	47 365 980
Total des charges des activités ordinaires	(21 751 394)	(22 213 125)	(23 920 051)
VIII-résultat net des activités ordinaires	19 716 206	24 050 075	23 445 929
IX-RESULTAT DE L'EXERCICES	19 716 206	24 050 075	23 445 929

Source : Personnelle ,2008

Le projet n'est pas soumis à IBS (Impôt sur les Bénéfices des Sociétés) durant les trois premiers exercices. Le résultat est bénéficiaire pour toutes les trois années avec une augmentation à la deuxième année et cela diminue un peu à la troisième année. Ceci à cause de recrutement de personnel dans l'entreprise.

Tableau XLVI : Compte de résultat par nature de la quatrième et cinquième année (unités en ariary)

RUBRIQUE	2012	2013
Chiffres d'affaire	53 491 440	54 128 260
I-Production de l'exercice	53 491 440	54 128 260
Achats consommés	(1 716 000)	(1 716 000)
Services extérieurs et autres consommations	(3 124 000)	(3124 000)
II-consommation de l'exercice	(3 540 000)	(3 566 400)
III-VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION	45 111 440	45 721 860
Charges de personnel	(12 438 144)	(14 925 773)
Impôts, taxes et versements assimilés	(231 525)	(234 000)
IV-EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	32 441 771	30 553 087
Autres produits opérationnels	-	-
Autres charges opérationnels	-	-
Dotations aux amortissements	(4 327 525)	(4 356 325)
V- RESULTAT OPERATIONNEL	28 114 246	26 196 762
Produits financiers	-	-
Charge financières	(1 416 394)	(772 579)
VI-RESULTAT FINANCIER	(1 416 394)	(772 579)
VII-RESULTAT AVANT IMPOTS	26 697 852	25 424 183
impôts exigibles sur résultats 30%	(8 009 300)	(7 627 200)
impôts exigibles sur résultat		
total des produits des activités ordinaires	53 491 440	54128 260
total des charges des activités ordinaires	(34 802 888)	(36 331 277)
VIII-Résultat net des activités ordinaires	18 688 552	17 796 983
IX-RESULTAT NET DES EXERCICES	18 688 552	17 796 983

Source : Personnelle ,2008

La diminution des résultats en année 2012 et 2013 est due essentiellement par l'incidence de l'impôt sur le Bénéfice des sociétés.

Dans la section 1, nous avons vu le résultat par nature et elle nous a permis de déterminer les résultats prévisionnels des cinq années successives. Nous allons passer à la section suivante qui consiste à dresser le plan de trésorerie de l'entreprise pour les cinq années à venir.

Section II. Flux de trésorerie

Le flux de trésorerie est un document dans lequel on inscrit tous en argent effectués. Il permet de prévoir la somme d'argent réellement disponible à une période donnée par rapport aux dépenses prévues pour cette même période.

Tableau XLVII : Plan de trésorerie (unités en ariary)

Période Rubrique	2009	2010	2011	2012	2013
Capital	52 427 600				
Emprunt	10 000 000				
Vente	41 467 600	46 263 200	47 365 980	53 491 440	54 128 260
Total encaissement (A)	103 895 200	46 263 200	47 365 980	53 491 440	54 128 260
Investissement	45 844 000	-	-	-	-
Achats consommés	2 060 000	1 560 000	1 716 000	1 716 000	1 716 000
Services extérieurs	0	200 000	200 000	264 000	290 000
Autres services extérieurs	2 714 000	2 640 000	2 724 000	3 124 000	3 124 000
Impôts et taxes	200 000	210 000	220 500	231 525	243 000
Charges du personnel	8 308 200	8 637 600	10 299 240	12 359 088	14 967 728
Charges financières	0	0	2 400 000	1 952 906	1 416 394
Remboursement d'emprunt	0	0	2 235 469	2 682 563	3 219 055
IBS	0	0	0	0	8 009 300
Total décaissement (B)	59 126 200	13 247 600	19 795 209	22 330 082	32 985 877
(A)-(B)	44 769 000	33 015 600	27 570 771	31 161 358	21 142 383
Cumul de (A)-(B)	77 784 600	105 055 371	136 516 729	157 659 112	

Source : Personnelle ,2008

La situation prévisionnelle de trésorerie montre que le projet dégage dès les débuts, des soldes cumulés de trésorerie positive à partir de la deuxième année permettant ainsi :

- De rembourser les dettes ;
- De payer l'IBS ;
- De payer les impôts ;
- De régler les fournisseurs.

Ce qui explique la diminution du résultat à la fin de l'année 2012 parce qu'on a payée les différents impôts comme impôt sur les bénéfices des sociétés.

Dans cette section, nous avons dressé le plan de trésorerie de l'entreprise durant les cinq années à venir. Nous pouvons désormais présenter le bilan prévisionnel des cinq premiers exercices que nous allons traiter dans la section suivante.

II.2. Bilans prévisionnels

Le bilan décrit séparément les éléments d'actifs, de passif à la date de clôture des comptes et de l'exercice. Il donne des informations sur les composants de la ressource et de l'obligation.

Tableau XLVIII : Bilan de fin d'exercice en année 2009 (unités en ariary)

ACTIF	2009	PASSIF	2009
ACTIFS NON COURANTS		CAPITAUX PROPRES	
Immobilisation corporelles		Capital	52 427 600
Terrains	12 000 000	Résultat net	19 716 206
Constructions	1 800 000		
Installations	400 000	Total	72 143 806
Matériels&Outilages	24 543 906	PASSIF NON COURANTS	
MMB	960 300	Emprunt et dettes	12 000 000
Autres		Total passif non courants	12 000 000
Total actifs non courants	39 704 206		
ACTIFS COURANTS		PASSIF COURANTS	
Trésorerie	44 769 000	Intérêts courus	0
		Organismes sociaux	329 400
Total actifs courants	44 769 000	Total passif courants	329 400
Total des actifs	84 473 206	Total des passifs	84 473 206

Source : Personnelle ,2008

Les immobilisations amortissables sont corrigées chaque fin d'année à partir de la pratique de l'amortissement. L'amortissement est donc un processus de correction des immobilisations. Comme la dette à court terme est remboursable en une seul fois dans la première année, seul la dette à long terme figure alors dans le bilan de clôture et celle-ci après déduction du premier remboursement (voir tableau 35 : Tableau de remboursement).

⁷ GESTION FINANCIERE DE L'ENTREPRISE : Pierre Canso, Frannk Hemici 10 édition 626 pages.

Tableau XLIX : Bilan de l'année 2010 (unités en ariary)

Actif	2010	Passif	2010
ACTIFS NON COURANTS		CAPITAUX PROPRES	
Immobilisation corporelles		Capital	52 427 600
Terrains	12 000 000	Résultat en instance d'affectation Résultat net	19 716 206
Constructions	1 400 000		24 050 075
Installations	300 000	Total	96 193 881
Matériels&Outilsages	16 456 312	PASSIF NON COURANTS	
MMB	746 900	Emprunt et dettes	9 764 531
Autres		Total passif non courants	9 764 531
Total actifs non courants	30 903 212	PASSIF COURANTS	
ACTIFS COURANTS		Intérêts courus	2 400 000
Trésorerie	77 784 600	Organismes sociaux	329 400
Total actifs courants	77 784 600	Total passif courants	2 729 400
Total des actifs	108 687 812	Total des passifs	108 687 812

Source : Personnelle ,2008

Le résultat de l'année 2009 est mis en réserve car aucune distribution de bénéfice n'a été effectuée. On peut remarquer aussi que la disponibilité de l'entreprise en 2010 est supérieure à celle de l'année 2009 après le paiement de toutes les dettes et recouvrement de toutes les créances . Cela nous indique que l'entreprise à réellement dégagé des bénéfices.

Tableau L : Bilan de l'année 2011 (unités en ariary)

Actif	2011	Passif	2011
ACTIFS NON COURANTS		CAPITAUX PROPRES	
Immobilisation corporelles		Capital	52 427 600
Terrains	12 000 000	Résultat en instance d'affectation Résultat net	43 766 281
Constructions	1 000 000		23 445 929
Installations	180 000	Total	119 639 810
Matériels&Outils	10 001 093	PASSIF NON COURANTS	
MMB	533 500	Emprunt et dettes	7 081 968
Autres	0	Total passif non courants	7 081 968
Total actifs non courants	23 714 593	PASSIF COURANTS	
ACTIFS COURANTS		Intérêts courus	1 952 906
Trésorerie	105 355 371	Organismes sociaux	395 280
Total actifs courants	105 355 371	Total passif courants	2 348 186
Total des actifs	129 069 964	Total des passifs	129 069 964

Source : Personnelle ,2008

Nous avons pris l'hypothèse jusqu'ici qu'à la fin de chaque année où toutes les dettes seront payées et toutes les créances seront recouvrées. Donc notre bilan ne faut pas apparaître des comptes de tiers.

Tableau LI : Bilan de l'année 2012 (unités en ariary)

Actif	2012	Passif	2012
ACTIFS NON COURANTS		CAPITAUX PROPRES	
Immobilisation corporelles		Capital	52 427 600
Terrains	12 000 000	Résultat en instance d'affectation Résultat net	67 212 210
Constructions	600 000		18 688 552
Installations	36 000	Total	138 328 362
Matériels&Outilages	2 493 710	PASSIF NON COURANTS	
MMB	320 100	Emprunt et dettes	3 862 891
Autres	0	Total passif non courants	3 862 891
Total actifs non courants	15 449 810	PASSIF COURANTS	
ACTIFS COURANTS		Intérêts courus	1 416 394
Trésorerie	136 516 729	Organismes sociaux	7 884 556
Total actifs courants	136 516 729	Total passif courants	474 336
Total des actifs	151 966 539	Total des passifs	151 966 539

Source : Personnelle ,2008

Nous constatons que le résultat et la trésorerie s'améliorent d'une année à l'autre. Le tableau de bilan prévisionnel ci-dessus nous montre que le résultat en 2012 est de 18 688 552 Ariary et avec de réserve de 67 212 210 Ariary. Et la valeur nette d'actif est très équilibrée celui qu'à la valeur de Passif avec une somme d'Ar 151 966 539.

Tableau LII : Bilan de l'année 2013 (unités en ariary)

Actif	2013	Passif	2013
ACTIFS NON COURANTS		CAPITAUX PROPRES	
Immobilisation corporelles		Capital	52 427 600
Terrains	12 000 000	Résultat en instance d'affectation Résultat net	85 900 762
Constructions	200 000		17 796 983
Installations	0	Total	156 125 345
Matériels&Outilages	0	PASSIF NON COURANTS	
MMB	106 700	Emprunt et dettes	0
Autres	0	Total passif non courants	0
Total actifs non courants	12 306 700	PASSIF COURANTS	
ACTIFS COURANTS		Intérêts courus	0
Trésorerie	157 659 112	Etat IBS	7 627 200
Total actifs courants	157 659 112	Organismes sociaux	569 203
Total des actifs	164 321 748	Total des passifs	8 196 403
			164 321 748

Source : Travail personnel ,2008

Nous constatons que le résultat et la trésorerie s'améliorent d'une année à l'autre. Cela nous amène à dire que ce projet est rentable. Par contre, la rentabilité du point de vue du résultat et de la trésorerie n'est pas suffisante pour dire une rentabilité durable de l'entreprise, il faut encore d'autre critères.

Dans ce chapitre, nous avons dressé les bilans prévisionnels des cinq premiers exercices, nous avons pu suivre l'évolution de ce bilan en comparaison entre ces cinq exercices. Nous allons maintenant passer au chapitre suivant où nous allons faire une évaluation du projet.

CHAPITRE. V. EVALUATION DU PROJET

L'évaluation du projet consiste à rassembler toutes les données techniques et commerciales qui le caractérisent : capital investi, durée de vie, puis à mettre en œuvres les critères de sélection. Les travaux d'évaluation ne sont pas seulement financiers, c'est pour cette raison que nous traiterons les trois sections suivantes :

- Evaluation économique et sociale ;
- Evaluation financière
- Evaluation suivant les critères et les outils.

Section I : Evaluation économique et sociale

I.1. Crédit d'emplois

Comme nous avons déjà vu, le fonctionnement d'un cyberespace permet de créer quatre nouveaux emplois pour la première année et cinq à partir de la troisième année. Par conséquent, cela crée un emploi permanent pour ces personnes.

De plus, l'agencement, l'aménagement, l'installation créent des emplois non permanents pour les personnes résidentes de la région pour l'exécution de ces travaux.

I.2. Crédit des valeurs ajoutées

La valeur ajoutée exprime la création de valeur ou l'accroissement de valeur que l'entreprise emporte aux biens et services en provenance des tiers dans l'exercice de ses activités professionnelles courantes. Elle est utilisée pour apprécier le poids économique de l'entreprise, sa dimension et sa croissance.

La valeur ajoutée est répartie :

- Au personnel et organismes sociaux sous forme de charges de personnel ;
- A l'Etat sous forme d'impôts et taxes d'IBS ;
- Aux apporteurs de capitaux sous forme de dividende ;
- A l'entreprise sous forme d'autofinancement.

Les ratios suivants permettent d'illustrer la répartition de la valeur ajoutée :

Charges de personnelles

Ratio 1 : _____ x 100

Valeur ajoutée

Charges financières

Ratio 2 : _____ x 100

Valeur ajoutée

Impôts et taxes

Ratio 3 : _____ x 100

Valeur ajoutée

L'évolution de ces ratios est donnée par le tableau suivant :

Tableau LIII : Ratios de valeur ajoutée (unités en ariary)

Ratios	2009	2010	2011	2012	2013
Charges du personnel	8 637 600	8 637 600	10 365 120	12 438 144	14 925 773
Charges financières	2000 000	2 400 000	1 952 906	1 416 394	772 579
Impôts	200 000	210 000	220 500	231 525	243 000
Valeur ajoutée	38 013 600	43 483 200	44 129 980	45 111 440	45 721 860
Ratio 1	22,72	19,86	23,49	27,57	32,64
Ratio 2	5,26	5,52	4,43	3,14	1,69
Ratio 3	0,53	0,48	0,50	0,51	0,53

Source : Travail personnel ,2008

Plus de 20% de la valeur ajoutée sont réparties au personnel chaque année. La valeur ajoutée destinée au prêteur diminue d'année en année. Celle affectée pour les impôts est presque constante durant les années.

I.3. Impact sur le produit intérieur brut (PIB)

Le produit intérieur brut est la somme des valeurs ajoutée de l'ensemble des activités économiques dans un pays. Par ailleurs, les comptes de résultat montrent que le projet fournit une valeur ajoutée très importante à chaque année d'exercice. Ainsi, on peut conclure que ce projet contribue à l'amélioration du « Produit Intérieur Brut » de l'économie malagasy.

I.4. Impact sur les recettes fiscales publiques

L'entreprise contribue à l'amélioration de la recette fiscal du pays par le paiement des impôts et des diverses taxes, et surtout par le paiement « d'impôts sur le Bénéfice des sociétés » au taux de 30%.

Nous avons vu dans cette section l'évaluation économique et sociale de notre projet, nous allons passer à l'évaluation financière du projet.

Section II : Evaluation financière

II.1. Selon les outils

Dans cette section, nous allons évaluer notre projet selon les outils et les critères d'évaluation.

Tableau LIV : Calcul de la Marge Brut Autofinancement (unités en ariary)

Désignation	2009	2010	2011	2012	2013
Recette	41 467 600	46 263 200	47 365 980	53 491 440	54 128 260
Charges décaissées	(14 291 600)		(15 774 526)	(17 626 063)	(19 507 752)
Charges calculées	(2 984 794)	(14 327 600)	(4 303 525)	(4 327 525)	(4 356 325)
Résultats impossible	19 716 200	(4 283 525)	23 445 929	18 688 552	17 796 983
IBS	0	24 050 075	0	(8 009 300)	(7 627 200)
Résultat net	19 716 200	0	23 445 929	18 688 552	17 796 983
Amortissement	2 984 794	24 050 075	4 303 525	4 327 525	4 356 325
Cash-flow (CF)	22 700 994	28 333 600	27 749 454	23 016 077	22 153 308
Coefficient $(1+i)^{-n}$	0,833 333	0,694 444	0,578704	0,428 259	0,401 878
CF actualisée	18 917 487	19 676 098	16 058 720	9 856 842	8 902 957
CF cumulée	18 917 487	38 593 585	54 652 305	64 509 147	73 412 104

Source : travail personnel, 2008

Avec : - CF : Cash-flow

$$- \text{CF actualisée} = \text{CF} (1+i)^{-n}$$

$$- \text{taux d'actualisation } t = 20\%$$

II.1.1. La Valeur Actuelle Nette (VAN)

Pour calculer la VAN, nous allons appliquer la formule citée dans la première partie :

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \text{CF} \cdot (1+r)^{-t} - I_0$$

Avec : I_0 : capital investi

r : Taux d'actualisation

n : Durée de vie du projet

$$\text{VAN} = 73\,412\,104 - 52\,427\,600 = 20\,984\,504$$

La VAN, est positive, la somme des flux futurs actualisées est largement supérieure à l'investissement initial, le projet est donc acceptable.

II.1.2. La Durée de Récupération des Capitaux Investis (d)

Pour calculer la durée de récupération des capitaux investis, nous allons utiliser la relation suivante :

$$\text{DRCI} = I_0 / \text{CFA}$$

A la fin de la troisième année, le projet a récupéré 54 652 305 Ar. C'est à dire, une somme supérieur au capital investi 52 427 600 Ar. Le délai de récupération du capital investi est donc compris entre la deuxième et la troisième année.

Une interpolation linéaire permet de trouver le délai exact « d » :

$$52\,427\,600 - 38\,593\,585$$

$$d = 2 + \frac{16\,058\,720}{x 12} = 2 \text{ ans } 10 \text{ mois } 10 \text{ jours}$$

Donc :Le délai de récupération des capitaux investis est de 2 ans 10 mois et 10 jours.

II.1.3. Le taux de rentabilité interne (TRI)

$$\sum_{t=1}^n CF(1+r)^{-t} = I_0$$

$$52\ 427\ 600 = 22\ 700\ 994(1+r)^{-1} + 28\ 333\ 600(1+r)^{-2} + 27\ 749\ 454(1+r)^{-3} + 23\ 016\ 077(1+r)^{-4} + 22\ 153\ 308(1+r)^{-5}$$

Pour $r=38\%$:

$$22\ 700\ 994(1.38)^{-1} + 28\ 333\ 600(1.38)^{-2} + 27\ 749\ 454(1.38)^{-3} + 23\ 016\ 077(1.38)^{-4} + 22\ 153\ 308(1.38)^{-5} = 52\ 659\ 367,23$$

Pour $r = 39\% = 51\ 763\ 857,55$

Or : $VAN(38\%) = 231\ 767,23$ et $VAN(39\%) = -663\ 742,45$

Par Interpolation linéaire on a:

$$\frac{X}{231\ 767,23} = \frac{(39-38)-x}{663\ 742,45} \quad \text{alors : } x = 0,2588$$

Donc $TRI = 38,26\%$

Après interpolation, le taux de rentabilité financière de ce projet est de 38,26%. Le taux d'actualisation de 20% est inférieur à ce taux, le projet est donc rentable.

II.1.4. L'indice de profitabilité (IP)

L'indice de profitabilité se calcule de la manière suivante :

$$IP = VAN / I_0 + 1$$

$$IP = 73\ 412\ 104 / 52\ 427\ 600$$

$$IP = 1,368750963 \text{ arrondi à } 1,37$$

$$\text{D'où } IP = 1,4$$

Cet indice mesure l'avantage relatif du projet. Chaque ariary investi génère 0,4 Ar. Puisque $IP > 1$, le projet est donc rentable.

II.2. Analyse par les ratios

Le ratio désigne un rapport ou une relation caractéristique entre deux grandeurs. Il peut être présenté soit sous forme d'un pourcentage. Le calcul de ratios est une technique utilisée dans l'analyse financière. Les ratios permettent de faire des comparaisons entre plusieurs périodes.

L'analyse des ratios permet de mesurer et de juger les activités de l'entreprise. Pour juger le niveau de rentabilité et le fonctionnement de l'activité de l'entreprise, on doit analyser deux catégories de ratios.

II.2.1. Ratios de rentabilité globale

Le ratio de rentabilité globale mesure la rentabilité de l'usage de l'actif total de l'entreprise. Il est constaté à partir de : l'EBE, le résultat opérationnel et le résultat net de l'exercice.

EBE

Ratio 1 = ----- x 100

Actif total

Résultat prévisionnelles

Ratio 2 = ----- x 100

Actif total

Résultat avant impôt

Ratio 3 = ----- x 100

Actif total

L'évolution de ces trois ratios au cours de cinq années se présente comme suit :

Tableau LV : Evolution des ratios globales pendant cinq années (unités en ariary)

Ratios	2009	2010	2011	2012	2013
EBE	29 176 000	34 335 600	33 544 360	32 441 771	30 553 087
Résultat opérationnel	26 490 206	30 650 075	29 838 835	28 114 246	26 196 762
Résultats nets	19 716 206	24 050 075	23 445 929	18 688 552	17 796 983
Total des actifs	84 473 206	108 687 812	131 752 527	155 185 616	168 957 218
Ratios 1 (%)	34,54	31,59	25,46	20,91	18,08
Ratios 2 (%)	31,36	28,20	22,10	18,12	15,50
Ratios 3 (%)	23,34	22,13	17,80	12,04	10,53

Source : travail personnel ; 2008

Tous les ratios globaux diminuent d'année en année puisque la trésorerie de l'actif augmente chaque année.

II.2.2. Ratios de rentabilité financière

Les ratios de rentabilité financière permettent de mesurer le taux des capitaux. On va analyser deux types de ratios :

Ratio de rentabilité des capitaux propre : « ratio 4 »

Bénéfice net

Ratio 4 = ----- x 100

Capitaux propre

Ratio de rentabilité des capitaux permanent : « ratio 5 »

Bénéfice net

Ratio 5 = ----- x 100

Capitaux permanente

L'évolution de ces ratios se présente ainsi sous la forme d'un tableau.

Tableau LVI : Evolution des ratios de rentabilité financière (unités en ariary)

Ratios	2009	2010	2011	2012	2013
Résultat net	19 716 206	24 050 075	23 445 929	18 688 552	17 796 983
Capitaux propres	72 143 806	96 193 881	119639810	138328362	156125345
Capitaux permanents	84 143 806	105958412	129404341	145410330	159988237
Ratios 4	27,33	25,00	19,60	13,51	11,40
Ratios 5	23,43	22,70	18,12	12,85	11,12

Source : travail personnel en 2008

Les ratios régissent chaque année puisque les charges augmentent aussi tous les ans et les prix de vente de notre produit restent inchangés compte tenu de la concurrence. Malgré cela, le projet réalise toujours des bénéfices importants.

Cette sous section nous était destiné à évaluer notre projet suivant les outils. Nous allons évaluer notre projet dans la sous section suivante selon les critères d'évaluation.

II.3. Selon les critères

II.3.1. L'efficacité

Le projet est efficace puisqu'il génère déjà des bénéfices à partir de la première année de son activité et ce jusqu'à la cinquième année. Le tableau ci-dessous récapitule ces résultats pendant les cinq années.

Tableau LVII : Récapitulation des résultats (unités en ariary)

Année	2009	2010	2011	2012	2013
RESULTATS	19 716 206	24 050 075	23 445 929	18 688 552	17 796 983

Source : Travail personnel, année 2008

D'après le tableau, on remarque qu'à partir de la troisième année, le résultat subit une diminution en valeur, cela est bien sûr l'effet de l'augmentation des charges supportées par l'entreprise et le paiement des impôts appliqués.

II.3.2. Efficience

Le projet est efficient puisque nous avons pu économiser au niveau des charges du personnelles à partir de la quatrième année 210 000 Ar. Ce qui équivaut à trois mois de ⁹ travail de la femme de ménage

-
- ⁹ GESTION FINANCIERE DE L'ENTREPRISE : Perre Canso, Frannk Hemici 10 édition 626 pages

CONCLUSION GENERALE

L'économie Malagasy est encore très faible de nos jours malgré l'immense effort de la part de l'Etat. On entend souvent le mot développement rapide dans notre pays mais cela reste sans effet direct vis-à-vis de la population. Une participation massive est nécessaire aussi bien de la part de l'autorité que de celui de la population pour le redressement de son économie nationale. C'est la raison pour laquelle nous avons opté pour la création d'un cyberespace dans la région Alaotra Mangoro, plus précisément dans le quartier de Madiotsifafana Ambatondrazaka.

Le cyberespace est encore une activité à très grande potentielle d'avenir dans la ville car non seulement le marché est encore très ouvert, mais aussi du fait que cette ville possède beaucoup de richesse et la population a grand soif de communication et information pour se développer.

Néanmoins, la réalisation d'un projet nécessite des connaissances spécifiques en entreprenariat et en gestion tel que les connaissances au niveau de l'organisation, de finances et comptabilité ainsi qu'au niveau marketing lié à la commercialisation des produits. De plus, elle réclame aussi des moyens matériels et financiers pour le démarrage en sus de la volonté. Par ailleurs, nous avons décidé de démarrer le projet avec une aide auprès des intuitions financières.

Sur le plan financier, les études préalablement présentées dans le corps du travail nous permettent de dire que le projet est réalisable et bénéfice car nous remarquerons que dès la première année même, nous avons généré un bénéfice assez important et que les capitaux investis sont récupérés seulement en 2 ans 10 mois et 10 jours.

Ainsi, nous avons décidé de lancer notre activité dès l'année 2009. en effet, la trésorerie augmente d'une année à l'autre comme nous avons pu le remarqué dans notre étude, cela nous sert de motivation à réaliser notre projet dans le plus bref délai. Nous avons obtenu un taux de rentabilité interne (TRI) de 38,26% qui est nettement supérieur au taux d'actualisation de 20%. Ce qui ne fait que confirmer la rentabilité de ce projet. Sa réalisation contribue ainsi au développement de l'économie nationale car elle permet de créer des emplois et réduit ainsi la pauvreté.

Enfin, compte tenu des innovations techniques par l'intérimaire de la Nouvelle Technologie de l'Informatique et de la Communication (NTIC), assez importante sur le marché et son influence dans la vie pratique et quotidienne de la population. L'activité d'un cyberespace reste, pour le moment, une activité de routine et non formel. Or, vu toutes les

opportunités suscités auparavant, n'est-il pas temps de redynamiser cette filière en l'exploitation de façon professionnelle ?

BIBLIOGRAPHIE

I- OUVRAGE GENERAUX :

- ANDRIEW OLIVIER : Internet : Guide de connexion. Paris Maxima 1993- 413 pages
- Bayer Waters CLINIC : La revue de l'omnipraticien : Avril 2001 – V22 n°4 – 271 pages
- Christian. CRUMLISH Internet pour les gens pressés. Paris OEM 2000_264 pages.
- DARMON R.Y LAROCHE M. PETROF : le marketing : fondement et application. Paris- Mac Craw Hill – 1985- 621 pages.
- LAMILLUTTE Daniel. entreprise, distribution, approvisionnement, production : La fonction logistique de l'entreprise. Paris : dunod, 1976-161 pages.
- Alain . Table des ratios financiers. GEMILLET, Paris édition d'organisation 16 pages
- Perre Canso, Frannk Hemici GESTION FINANCIERE DE L'ENTREPRISE : 10 édition 626 pages

II- DOCUMENT ET COUR DISPENSES AU DEPARTEMENT DE GESTION

- ANDRIATIANA Mohajy : Cours de politique financière, Université de Toamasina 2007.
- RANDRIAMAHEFA Gabriel : Micro-économie en 1^{ère} année, 2004
- RAVELOSON Vololonirina : Cours de gestion budgétaire et de gestion comptable ; 2006.
- Roger Martial : Marketing en 1^{ère} Année, 2004

III- AUTRE DOCUMENT

- Banque mondiale. Les rapports économiques de la Banque Mondiale. Washington 1999-81 pages.
- Le journal, MALAZA n°785 page 03 du 10/07/07

IV- SITE WEB

- Internet : <http://www.ujourdhui.ma/economie-details/63848.html>

ANNEXES

ANNEXE I:

Madame, mademoiselle, Monsieur,

Nous avons l'intention de créer une entreprise prestataire de service : cyberespace.

Avant la concrétisation de ce projet, nous faisons appel à votre collaboration pour mieux répondre à votre véritable besoin.

Aussi, nous vous invitons à répondre à ce questionnaire et à nous le retourner une fois rempli.

Nous vous remercions de cases correspondantes.

Quels sont les moyens de communication que vous avez déjà utilisée ?

Courrier postal : Fax : Internet :

Téléphone : Télégramme :

Autre (à préciser)

Pour vous, quel serait le support d'information le plus efficace ?

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

<input type="checkbox"/> Journal	<input type="checkbox"/> Radio	<input type="checkbox"/> télévision	<input type="checkbox"/> Affiche	<input type="checkbox"/> Internet
-------------------------------------	-----------------------------------	--	-------------------------------------	--------------------------------------

Avez-vous un micro-ordinateur ?

Oui

Non

Si oui, est-il connecté à l'internet ?

Oui

Non

Avez-vous déjà eu recours à l'internet ?

Oui

Non

Si oui, où ?

Chez vous Au bureau dans un cyberespace

Quels sont les raisons qui vous empêchent de recourir à l'internet ?

Vous n'avez pas un poste ordinateur connecté :

Vous pensez ne pas avoir la connaissance requise ;

Vous ne savez pas où vous pourriez le faire.

Autre (à préciser)

Si vous allez dans un cyberespace, votre choix serait basé sur quel critère ?

Géographiquement : près de chez vous

Financier : cout accessible

Technique : matériel moderne et cadre

Emotionnel : accueil chaleureux

Autre (à préciser)

Au-dessous de quel prix craignez-vous une mauvaise qualité de service ?

< 20 Ar la minute < 40 Ar la minute

A partir de quel prix estimez-vous qu'une minute de connexion coût trop chère ?

> 20 Ar la minute > 40 Ar la minute

Dans quelles circonstances vous mettez-vous sur le net ?

Besoin de communiquer

Besoin de s'informer

Besoin de distraire

Autres (à préciser)

Lequel de ces services offerts par le net avez-vous déjà utilisé ?

La messagerie électronique le groupe de discussions

La navigation le multimédia

Le téléchargement autre (à préciser)

Vous avez recours en cyberespace en moyenne combien de fois par mois ?

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

Identité de l'enquêteur :

Profession :

Catégorie d'âge :

16 à 25 ans :

36 à 45 ans :

46 ans et plus

Merci de votre collaboration.

ANNEXE II :

Tableau LVIII

. : Type de l'ordinateur et quelque accessoire (unité en ariary)

Ordinateur	Prix unitaire	Accessoire	Prix unitaire
Biostar P4 M 900M7	1 050 600	Imprimante P1005	270 000
GIGABYTE GA G31MF	1 072 600	Onduleure 650 VA	80 000
ARROW P3 M1000	453 600	Graveur DVD LITE ON	70 000
GIGABYTE GA EP31-DS3L	1 082 600	Boitier Gigabyte	70 000

Source : Personnelle 2008

LISTE DES TABLEAUX, FIGURES ET SCHEMA

Tableau I : Population par tranche d'âge.....	13
Tableau II : Population et densité.....	13
Tableau III : Natalité.....	14
Tableau IV : Mortalité.....	15
Tableau V: Type du produit à offrir.....	22
Tableau VI : Indice de scolarité.....	23
Tableau VII : Tableau de comparaison de prix (unités en ariary).....	25
Tableau VIII : Evolution des prix de connexion.....	25
Tableau IX : Répartition horaire de la semaine.....	26
Tableau X : Tableau d'estimation de la demande pour les 5 derniers années à venir (unités en ariary).....	28
Tableau XI : Tableau de tarif des produits du concurrent (unité en ariary).....	29
Tableau XII : Tableau des établissements formels et informels au 1 ^{ère} janvier 2007.....	30
Tableau XIII : prix attendu par les consommateurs (unités en ariary).....	33
Tableau XIV : Tarif actuel du concurrent (unité en ariary).....	33
Tableau XV : Frais de publicité mensuelle (unités en ariary).....	35
Tableau XVI : Présentation du prix des ordinateurs (unité en ariary).....	39
Tableau XVII: Etat de l'impression et de la saisie durant les 5 années à venir (unité en ariary).....	40
Tableau XVIII : Détail du prix de l'onduleur.....	40
Tableau XIX : Tableau indiquant la capacité d'accueil relative au cybercafé.....	42
Tableau XX : Prévision des chiffres d'affaires sur internet, envoi et réception e-mail.....	43
Tableau XXII : Tableau de prévision des chiffres d'affaire sur saisie et impression	45
Tableau XXIII : Tableau des chiffres d'affaire sur photocopie (unités en ariary).....	46
Tableau XXIV : Tableau de résumé des prévisions sur les chiffres d'affaires.....	46
Tableau XXV : Extension future.....	49
Tableau XXVI: Coûts salariaux correspondant aux 5 premières années (unité en ariary).....	50
Tableau XXVII : Les taches respectives.....	52
Tableau XXVIII: liste des investissements en équipements informatiques et électriques	62

Tableau XXIX : MMB et immobilisations incorporelles (unités en ariary).....	63
Le tableau suivant donne la liste des investissements (unités en ariary).....	64
Tableau XXXI : Tableau de prévision en matières première.....	66
Tableau XXXII: Tableau de prévision des besoins en matières première (unité en ariary).....	66
 Tableau XXXIII : Tableau de prévision des besoins en fourniture et matériels non stockées (unités en ariary).....	68
Tableau XXXIV : Tableau de financement du projet (bilan d'investissement) unités en ariary.....	69
Tableau XXXV : Tableau de remboursement des dettes (unités en ariary).....	70
Tableau XXXVI : Tableau des amortissements (unités en ariary)	71
Tableau XXXVII. Le fond de roulement initial (unités en ariary).....	72
Tableau XXXVIII : Bilan de départ (unités en ariary).....	73
Tableau XXXIX : Achats consommée et services extérieurs des 5 exercices (unités en ariary).....	74
Tableau XL : autres services extérieurs (unités en ariary).....	75
Tableau XLI : Impôts et taxes (unité en ariary).....	75
Tableau XLII : charges du personnel (unités en ariary).....	76
Tableau XLIII : Récapitulation des charges (unités en ariary).....	76
Tableau XLIV : Produit opérationnel (unités en ariary).....	77
Tableau XLV : Compte de résultat par nature des 3 premières années (unité en ariary).....	79
Tableau XLVII : Plan de trésorerie (unités en ariary).....	81
Tableau XLVIII : Bilan de fin d'exercice en année 2009 (unités en ariary).....	82
Tableau XLIX : Bilan de l'année 2010 (unités en ariary).....	83
Tableau L : Bilan de l'année 2011 (unités en ariary).....	84
Tableau LI : Bilan de l'année 2012 (unités en ariary).....	85
Tableau LII : Bilan de l'année 2013 (unités en ariary).....	85
Tableau LIII : Ratios de valeur ajoutée (unités en ariary).....	88
Tableau LIV : Calcul de la Marge Brut Autofinancement (unités en ariary).....	89
Tableau LV : Evolution des ratios globales pendant cinq années (unités en ariary).....	93
Tableau LVI : Evolution des ratios de rentabilité financière (unités en ariary).....	94
Tableau LVII : Récapitulation des résultats (unités en ariary).....	94
Tableau LVIII : Type de l'ordinateur et quelque accessoire (unités en ariary).....	101
Schéma de local	41

Figure : chiffre d'affaire prévisionnel de 5 premières années.....47

Figure d'organisation fonctionnelle.....48

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	2
REMERCIEMENTS	4
LISTE DES ABREVIATIONS, SIGLES ET ACRONYMES.....	6
METHODOLOGIE.....	7
INTRODUCTION	8
PREMIERE PARTIE :	10
CHAPITRE I : MONOGRAPHIE DU DISTRICT D'AMBATONDRAZAKA	12
Section I : La présentation générale du milieu	12
I.1. Localisation géographique	12
I.2. Aspects démographiques	12
I.3 Population et densité (RGPH 1995).....	13
I.4. Croissance démographique.....	14
I.5. Aspects socio-économiques	15
Section II : Identification du projet	16
II.1 Présentation globale du projet.....	16
II.2. Opportunités du projet	16
II.3. Description sommaire du projet.....	17
Section III. Caractéristique du projet	17
III.1. Accès à l'internet.....	17
CHAPITRE .II. DEMARCHE MARKETING DE L'ENTREPRISE	20
Section. I : Capacité d'absorption du marché	20
I.1. Analyse de l'offre.....	20
I.2. Analyse de la demande	26
I.3. Analyse de la concurrence	28
Section II : Démarche stratégique ou marketing stratégique	31
II.1. Marché cible	31
II.2 .Démarche opérationnelle ou marketing opérationnelle.....	31
II.3. La politique de produit (le service offert suscitera-t-il l'intérêt du client et répond-t-il à son exigence ?).....	32
CHAPITRE. III. CONDUITE DU PROJET	36
Section I. Les prestations de service	36

I.1. C'est qu'une entreprise de service	36
I.2. Caracteristiques d'un service	36
I.3. Classification des services	36
I.4. Initiation a l'ordinateur	36
Section II. Formation a l'internet	37
II.1. Recherches d'information sur les sites web.....	37
II.2. Terminologie de l'internet.....	37
II.3. Le courrier électrique (e-mail).....	38
CHAPITRE. IV. LA CAPACITE D'ACCUEIL	39
Section I. Matériels informatique requis	39
I.1. Les Ordinateurs.....	39
I.2. Imprimante	39
I.3. Onduleurs.....	40
I.4. Matériel de photocopie	41
I.5. Local	41
Section II. La politique commerciale	43
II.1. La concurrence latente	43
II.2. Tarif flexible	43
Section III. Chiffre d'affaire prévisionnel.....	44
III.1. Chiffre d'affaire prévisionnelle sur internet.....	44
III.2. Chiffres d'affaire prévisionnelle sur saisie et impressions.....	45
III.3. Chiffres d'affaire sur photocopie	45
CHAPITRE. V. ORGANISATION STRUCTURELLE.....	48
Section I : Organigramme	48
I.1. Organigramme fonctionnel	48
I.2. Extension future	48
I.3. Coûts salariaux.....	50
Section II : Les postes de travail	50
II.1. Définition des tâches	51
II.2. La direction ou gérance	51

II.3. Exécution	51
DEUXIEME PARTIE	54
CHAPITRE .I. LES OUTILS ET LES CRITÈRES D'EVALUATION D'UN PROJET	56
Section I. Les outils d'évaluation	56
I.1. La marge brute d'autofinancement (MBA)	56
I.3. La valeur Actuel nette (VAN).....	56
I.4. Le taux de rentabilité interne (TRI)	57
I.5. Délai de récupération des capitaux investis (DRCI)	58
I.6. L'indice de profitabilité (IP)	58
I.7. Seuil de Rentabilité (SR)	59
Section II. Les critères d'évaluations	60
II.1. Pertinence	60
II.2. Efficacité.....	60
II.3. Efficience.....	60
II.4. La viabilité (durabilité)	60
II.5. Impact du projet.....	60
CHAPITRE. II. LES INVESTISSEMENTS.....	61
Section I. Les infrastructures.....	61
I.1. Equipements informatiques et électroniques	61
I.2. Matériel et Mobilier de Bureau (MMB)	62
I.3. Récapitulation des investissements.....	64
I.4 . Plan de financement initial.....	65
Section II. Les ressources.....	69
II.1. Plan de financement initial	69
II.2 : Les amortissements	71
Section III. Le fond de roulement initial.....	72
III.1. Fond de roulement initial	72
III.2. Bilan de départ	73
CHAPITRE. III. LES COMPTES DE GESTION	74
Section I : Les comptes de charges	74

I.1. Achats consommés et services extérieurs	74
I.2. Autres services extérieurs	74
I.3. Impôts et taxes	75
I.4. Les charges du personnel	75
I.5. Récapitulation de toutes les charges	76
Section II : Les comptes de produits	77
CHAPITRE. IV. ETUDE DE FAISABILITE ET DE RENTABILITE.....	78
Section I. Les comptes de résultat prévisionnels	78
Section II. Flux de trésorerie	81
II.2. Bilans prévisionnels.....	82
CHAPITRE. V. EVALUATION DU PROJET	87
Section I : Evaluation économique et sociale	87
I.1. Création d'emplois.....	87
I.2. Création des valeurs ajoutée	87
I.3. Impact sur le produit intérieur brut (PIB)	88
I.4. Impact sur les recettes fiscales publiques	88
Section II : Evaluation financière.....	89
II.1. Selon les outils.....	89
II.2. Analyse par les ratios.....	92
II.3. Selon les critères.....	94
CONCLUSION GENERALE.....	95
BIBLIOGRAPHIE	97
ANNEXES	98
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES	101
TABLE DES MATIERES	104