

INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET	
CHAPITRE I: PRESENTATION DU PROJET.....	4
Section 1 : Historique du projet	4
Section 2 : Caractéristiques du projet.....	8
CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE ET ASPECT MARKETING	10
Section 1 : Description du marché cible	10
Section 2 : Etude marché dans la région d'exploitation.....	12
CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS, LES CRITERES D'EVALUATION ET LA STRUCTURE FINANCIERE	20
Section 1 : Outils d'évaluation du projet.....	20
Section 2 : Critères d'évaluation du projet	22
Section 3 : Structure financière	24
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET	
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION ET DE REALISATION	27
Section 1 : Ressources à mettre en place.....	27
Section 2 : Caractéristique d'approvisionnement.....	29
CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ET DE REALISATION ENVISAGEE...	33
Section 1 : Facteurs de production à mettre en place	33
Section 2 : Dépenses sur la production en matières premières	34
Section 3 : Prévision de vente envisagée.....	37
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE.....	40
Section 1 : Structure organisationnelle	40
Section 2 : Organisation de travail à adopter.....	41
Section 3 : Chronogramme.....	42
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET	
CHAPITRE I : COUT D'INVESTISSEMENT ET FINANCEMENT.....	43
Section 1 : Coût des investissements.....	43
Section 2 : Tableau d'amortissement	49
Section 3 : Tableau de remboursement des dettes	52
Section 4 : Plan de financement	53
Section 5 : Compte de gestion.....	54
CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE LA FAISABILITE....	55
Section 1 : Comptes de résultat prévisionnel et la rentabilité.....	55

Section 2 : Bilan prévisionnel	61
CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET	65
Section 1 : Evaluation économique	65
Section 2 : Marge brute d'autofinancement.....	66
Section 3 : Evaluation financière.....	66
Section 4 : Evaluation sociale	72
Section 5 : Cadre logique du projet.....	73
CONCLUSION	74
ANNEXES	
TABLE DES MATIERES	
BIBLIOGRAPHIE	

LISTE DES ABREVIATIONS

A.et installation : Agencement et installation

BOA: Bank Of Africa

CNAPS : Caisse National des Prévoyances Sociales

D : Durée

DRCI : Délai de Récupération des Capitaux Investis

FIFO: First In First Out

FR: Fonds de Roulement

IP: Indice de Profitabilité

IRSA : Impôt sur le Revenu Salarial Assimilé

INSTAT : Institut National de la Statistique

LMT : Long et Moyen Terme

M de bureau : Matériel de bureau

M.Informatique : Matériel Informatique

M.Transport : Materiel de Transport

MBA : Marge Brute d'Autofinancement

MB : Matériel de Bureau

NAP : Net A Payé

OSIE : Organisation Sanitaire Inter Entreprise

VAN : Valeur Actuelle Nette

TAC : Total d'actif courant

TANC : Total d'actif non courant

TCP : Total des capitaux propres

TPNC : Total de passif non courant

TRI : Taux de Rentabilité Interne

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée

PPA : Peste Porcine Africaine

PPC : Peste Porcine Classique

PU : Prix Unitaire

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N°01 : Effectif du cheptel porcin par CIREL.....	5
Tableau N° 02 : Maladies courantes et situations en 2004.....	5
Tableau N°03 : Part du marché visé	11
Tableau N°04 : Le tarif des concurrents.....	13
Tableau N° 05 : La liste des concurrents en dehors de la région d'exploitation.....	13
Tableau N°06 : Les différents produits d'élevage.....	14
Tableau N°07 : Estimation global de la demande dans la région.....	15
Tableau N°08 : Dépense sur chaque unité de production et de réalisation.....	34
Tableau N°09 : Dépense prévisionnelle pour l'année 1	35
Tableau N°10 : Achat prévisionnel sur 5 ans.....	36
Tableau N°11 : Nombre des porcs sur 5 ans.....	38
Tableau N°12 : Chiffre d'affaires prévisionnel pour l'année 1.....	38
Tableau N°13 : Chiffre d'affaires prévisionnel sur 5 ans.....	39
Tableau N°14 : Chronogramme d'activité.....	42
Tableau N°15 : Infrastructures envisagées.....	43
Tableau N°16 : Mobiliers de bureau.....	44
Tableau N°17 : Coût des matériels informatique	44
Tableau N°18 : Matériel et outillage.....	45
Tableau N°19 : Récapitulation des immobilisations et investissements.....	46
Tableau N°20 : Salaire prévisionnel avec les charges y afférentes.....	47
Tableau N°21 : Prévision de salaire du personnel sur 5 ans.....	47
Tableau N°22: Autres charges prévisionnelles pour l'année 1.....	48
Tableau N°23 : Prévision des autres charges sur 5 ans.....	49
Tableau N°24 : Tableau des amortissements.....	50
Tableau N°25 : Tableau de remboursement des dettes.....	52
Tableau N°26 : Tableau de financement.....	53
Tableau N°27 : Compte de résultat par nature.....	56
Tableau N°28 : Flux de trésorerie.....	57
Tableau N°29 : Bilan d'ouverture	61
Tableau N°30 : Bilan prévisionnel pour l'année 1.....	62
Tableau N°31 : Bilan prévisionnel pour l'année 2.....	62
Tableau N°32 : Bilan prévisionnel pour l'année 3.....	63
Tableau N°33 : Bilan prévisionnel pour l'année 4.....	63
Tableau N°34 : Bilan prévisionnel pour l'année 5.....	64
Tableau N°35 : Calcul de Marge Brute Autofinancement	66
Tableau N°36 : Calcul de la Valeur Actuelle nette.....	67
Tableau N°37 : Calcul du taux de rentabilité interne.....	68
Tableau N°38 : Calcul de la durée de récupération des capitaux investis.....	69

INTRODUCTION

La politique du Gouvernement dans le secteur agricole et élevage vise à améliorer la croissance de la production ainsi que les conditions de vie et la réduction de la pauvreté en milieu rural. Par le biais du Conseil pour le Développement Economique de Madagascar, nous instaurerons un environnement favorable afin d'accroître les investissements privés locaux et attirer les investissements directs étrangers. Pour cela, des actions pertinentes seront menées, particulièrement dans les secteurs des industries manufacturières, l'agrobusiness, de l'agriculture et d'élevage.

La stratégie d'élevage et rurale était appuyée par un Plan d'Action pour le Développement Rural en matière d'élevage pour l'année 2002. Ce plan visait à redéfinir et améliorer l'efficacité des institutions et acteurs impliqués dans l'exécution de la politique d'élevage, identifier les infrastructures clés et autres investissements qui devront directement ou indirectement être pris en charge par le gouvernement, et redéfinir et/ou clarifier les rôles et responsabilités de tous les acteurs intervenant dans le développement rural.

Ce plan établissait les responsabilités entre les associations d'usages et les agences gouvernementales, pour ce qui a trait à la gestion et à la maintenance des infrastructures rurales, telles que les systèmes d'élevage. Le gouvernement développait un cadre réglementaire approprié pour les associations des éleveurs. Afin de promouvoir le développement d'une croissance d'élevage significative, le gouvernement continuait à financer la recherche et les programmes d'élevage.

Actuellement, des projets de petites mécanisations agricoles et d'élevages comme les charrues, motoculteurs, des itinéraires techniques améliorés à l'instar du système riziculture amélioré/intensif, l'élevage bovin et porcin sont entrepris. Pour les premiers, la production rizicole en 2005 s'élevait à 5.420.000 tonnes, soit une augmentation de 13 % par rapport à 2004. Néanmoins, l'agriculture malgache est caractérisée par une faiblesse de la productivité avec un rendement moyen autour de 2 tonnes par hectare. Dans ce cas, la problématique réside dans la faiblesse d'utilisation d'engrais et de semences améliorées et des équipements agricoles non performants. Pour le deuxième, c'est à dire sur l'élevage, les régions sud pratiquent l'élevage bovin tandis que les régions hautes plateaux pratiquent l'élevage de poule pondeuses, de poissons et porcin. Ce dernier n'est pas encore bien exploité qui entraîne une difficulté pour les boucheries surtout dans la région d'Itasy et Analamanga.

C'est la raison pour laquelle que nous avons choisi un thème de mémoire intitulé « ***Projet de création d'unité d'élevage porcin dans la commune rurale de Soamahamanina*** ».

L'objet du thème consiste à réaliser en priorité les objectifs sociaux de la population dans le district de Miarinarivo, région Itasy. Il a pour objet aussi de créer une nouvelle technique d'élevage notamment porcin en vue d'améliorer et d'augmenter la production. Donc, la création de ce projet dans la commune de Soamahamanina, région Itasy aura pour objet de satisfaire aussi le besoin des clients surtout dans la capitale.

Comme intérêt, il demeure dans le fait que ce projet d'élevage et de commercialisation de porcs dans la commune de Soamahamanina, région Itasy permettra au promoteur d'augmenter ses revenus ; de disposer un établissement intéressant de la région et plus précisément dans le district de Miarinarivo ; d'assurer en permanence le besoin des clients c'est à dire les boucheries dans la région d'Itasy et aussi dans la capitale. Il participe aussi à la création des emplois pour les jeunes de la région.

Quant à la méthodologie d'approche, nous avons adopté pour la recherche une méthode de questionnaire vis-à-vis des éleveurs porcins dans le chef lieu de la commune de Soamahamanina, de même dans la capitale en vue de maîtriser l'élevage de porcs et la capacité de la production à envisager, et pour maîtriser la création et la bonne gestion du projet. Ensuite, nous avons bénéficié de consultation des ouvrages bibliographiques disponibles auprès du Ministère de l'Agriculture, d'Elevage et de Pêche pour mieux comprendre les normes d'élevage, et au Ministère de l'Environnement pour maîtriser aussi les conditions nécessaires environnementales de la région. Enfin, nous avons consulté les documents auprès de l'INSTAT (Institut National de la Statistique) pour savoir plus de la situation géographique de la région.

Pour terminer, le plan de notre travail se répartit en trois grandes parties :

- La première partie intitulée « **l'identification du projet** » va essayer de présenter successivement la présentation du projet en ce qui concerne l'historique et la caractéristique du projet comme la nature, le but et l'objectif de ce projet, et les intérêts envers les agents économiques. Ensuite, nous étudierons le marché visé surtout l'analyse de l'offre et de la demande ; la politique et la stratégie marketing envisagées du projet. Enfin, nous allons voir la théorie générale sur les outils, les critères d'évaluation et sur les structures financières.
- La deuxième partie réservée à « **la conduite du projet** » comprend la technique de production et de réalisation c'est à dire les différents moyens nécessaires à mettre en place, ce sont humaines, financières et matérielles ; et la caractéristique d'approvisionnement à adopter. Ensuite, nous parlerons de la capacité de production envisagée comme la présentation de

dépenses en matières premières et la quantité produite prévisionnelle en nombre avec les chiffres d'affaires prévisionnels correspondantes. Enfin, nous présenterons l'organigramme proposé et l'organisation du travail de chaque poste de travail existant ou bien de chaque responsable au sein du projet.

- La troisième partie traitera de « ***l'étude financière du projet*** ». Elle comprend trois chapitres à savoir le d'investissements et financement, l'analyse de la rentabilité et la faisabilité et l'évaluation du projet. Enfin, nous évaluerons le projet à l'aide d'outils, des critères d'évaluation déjà exposés dans la première partie de notre recherche.

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET :

Dans ce chapitre, nous présenterons successivement l'historique et la caractéristique du projet envisagé. Voyons tout d'abord l'historique du projet.

Section 1 : Historique du projet :

Dans cette section nous allons voir ci-après l'origine de l'élevage porcin à Madagascar ; la maladie et l'évolution de l'élevage porcin dans la commune rurale de Soamahamanina, district de Miaraminavo, région Itasy.

1.1-Origine :

L'introduction du porc à Madagascar par les navigateurs portugais remonte au XVI^e siècle.

A l'époque, seules quelques localités dans la côte Nord Ouest du pays pratiquaient l'élevage porcin. Du temps de la royauté, les porcs considérés comme impurs furent interdits à la vente et à la commercialisation.

Le développement de la production porcine à Madagascar et surtout sur les Hautes Terres ne se fit qu'avec l'expansion du christianisme. La filière porcine connut un essor consensuel vers l'île de la Réunion. La demande locale fut aussi importante. L'introduction considérable à partir de 1898 grâce à l'exportation de saindoux vers la Métropole et de nouvelles techniques d'élevage et de nouvelles races de porc (large White ou porc blanc de Yorkshire) à la fin des années 1920 avait encore amélioré la production. La période 49-60 (marquée par de grands événements aussi bien nationaux qu'internationaux tels que la Guerre mondiale, la décolonisation entraînant le départ des sociétés étrangères opérant dans la filière) fait chuter la production porcine.

1-2- Maladie et évolution :

L'effectif porcin n'a pas pu augmenter plus en avant du fait d'un goulot d'étranglement imposé par les disponibilités en matières premières alimentaires, tel est le cas de la crise de la production porcine en 1983 qui est liée à la rareté des intrants (Sous produits agro-industriels ; produits vétérinaires ; etc....) mais aussi par une situation sanitaire mal maîtrisée.

Ainsi ; l'épizootie de la maladie de Techen ou paralysie contagieuse du porc a fait ravage en 1965. Tandis que la maladie de Montgomery ; dénommée Pest Porcine Africaine (PPA) ; continue de décimer nos porcs et ce depuis 1998.

Tableau N°01: Effectif du cheptel porcin par CIREL :

CIREL	1998	1999	2000	2001
Antananarivo	61.580	30.950	21.991	33.476
Miarinarivo	39.150	24.553	13.833	14.550
TOTAL	100.730	55.509	35.824	48.026
Pourcentage Province	33%	62%	45%	53%
National	12%	8%	7%	10%

Source : Annuaire statistiques agricoles 2001

La Région a été déclarée officiellement contaminée par la Peste Porcine Africaine qui a décimé le troupeau. La maladie a fait sa première apparition en août 1998 et une deuxième apparition en Août 1999. Un programme de lutte contre cette maladie et la relance porcine a été lancé ce qui a augmenté le nombre de cheptel en 2001. Ce dernier détient par ailleurs 70% de l'effectif de porcs dans la Région au cours de cette année. L'élevage de type familial où les animaux sont élevés dans une porcherie. Ce type d'élevage se rencontre surtout dans la partie Est et Centre de la Haute Terre.

Tableau N°02 : Maladies courantes et situations en 2004 :

Maladies courantes	Taux	Zones concernées
PPA	31,58%	Alaotra, Imerina Central, Bongolava, Itasy, Vakinankaratra
Diarrhée	23,68%	Bongolava, Alaotra
Parasite externe	15,79%	Alaotra, Imerina Central, Amoron'i Mania
Parasite interne	15,79%	Bongolava, Boeny, Alaotra
Maladie de Teschen	10,53%	Imerina Central, Amoron'i Mania
Pasteurellose	7,89%	Itasy
Indigestion	5,26%	Bongolava, Itasy
PPC	5,26%	Bongolava, Vakinankaratra
Cysticercose	2,63%	Imerina Central, Alaotra

Source : Cabinet L'ACTION, avril 2004

D'après ce tableau, c'est la PPA qui a le taux de prévalence le plus élevé. Elle touche notre zone d'implantation et constitue donc un facteur de menace pour le projet. Depuis que la PPA a frappé la filière porcine à Madagascar en 1998 ; une baisse tendancielle de l'effectif de la chute est enregistrée. On a évalué la chute à 49% en espace de 5ans. L'impact de cette chute a été vu sur l'économie Malagasy. La PPA est endémique et probablement pour longtemps puisqu'il n'existe pas encore de vaccin disponible. Les paysans éleveurs pratiquent encore l'élevage porcin en divagation. Cette maladie a causée la fermeture de quelques élevages modernes ainsi que la disparition des provenderies industrielles. En effet, la quantité de viande porcine sur le marché, mise à la disposition de la population paraît très insuffisante, de même pour la qualité. Et c'est pour cette raison qu'on est incité à augmenter la production de porc tout en garantissant la bonne distribution entre les consommateurs locaux.

1.3- Choix de zone d'implantation du projet

L'implantation du projet sera dans la commune rurale de Soamahamanina situé à 79 km d'Antananarivo ; District de Miarinarivo et Région Itasy. Dans cette zone, l'approvisionnement en matière première ; l'alimentation des porcs en fait partie sera facile et assuré. Et d'ailleurs le coût des matières premières est moins cher. Les frais liés à l'achat des matières seront donc réduits. En ce qui concerne la condition climatique, elle est favorable pour le projet.

Pour le climat, deux domaines climatiques bien distincts apparaissent dans la région Itasy selon les secteurs : un premier domaine sur l'Est et le Centre ; un deuxième domaine dans l'Ouest. Les parties orientale et centrale de l'Itasy (District d'Arivonimamo et 11 communes du District de Miarinarivo (Miarinarivo, Alatsinainikely, Antoby-Est, Soamahamanina, Ambatomanjaka, Miarinarivo, Soavimbazaha, Analavory, Mandiavato, Zoma Bealoka, partie nord Andolofotsy) présentent les caractéristiques climatiques suivantes :

- ❖ Précipitations oscillant entre 800 mm et 1 000 mm durant la saison pluvieuse.
- ❖ Une saison sèche bien marquée du mois d'Avril au mois d'Octobre où la hauteur moyenne mensuelle des pluies se situe à 40 mm.
- ❖ Température moyenne mensuelle comprise entre 26.7° en janvier et 7.1° en août.

1.4-Principales activités du projet :

Dans notre cas, deux activités seront entreprises par le projet, à savoir :

- ❖ Elevage porcin et vente des fumiers ;
- ❖ Commercialisation des produits.

Nous allons donc voir successivement ci-après la caractéristique des activités réalisées dans la région d'exploitation.

1.4.1-Elevage porcin et vente des fumiers :

Dans la commune de Soamahamanina, l'élevage bovin prend d'une place très important sur l'économie. Sur l'élevage porcin, la population ne pratique pas encore ce genre d'activité. Dans ce cas, ce projet donc adopte une stratégie notamment sur la construction des hangars pour les porcs en

vue d'obtenir et d'augmenter le nombre du porc dans la région. Nous avons besoins aussi des provendes jusqu'à ce que les porcs peuvent être vendus sur le marché. Après une année d'activité, ce projet propose aussi une vente de fumier de porcs sur le marché. Dans ce cas, les cibles sont les paysans.

1.4.2-Commercialisation des produits :

Après 8 ou 10 mois, on vend les porcs même dans le district de Miarinarivo ou bien à Antananarivo qui est le premier consommateur du porc mais la quantité à vendre dépend de la commande des clients. Pour cela, le commercial assure la commercialisation des produits notamment au niveau national. Cela explique que le service commercial assure la fiabilité et la qualité des produits avant de vendre sur le marché. Abordons maintenant la caractéristique du projet.

Section 2 : Les caractéristiques du projet :

Dans notre cas, les caractéristiques du projet sont qualifiées selon la nature de ses activités, le but et objectif, et l'intérêt du projet envers les agents économiques de la région d'exploitation.

2.1-But et objectif du projet :

Le but du projet est alors l'accomplissement de ce programme en incluant le contrôle de l'environnement sanitaire qui est risqué. Ainsi que la qualité de la viande mise à la disposition sera garantie. En plus, le but est de devenir une grande entreprise dans le district de Miarinarivo, de même dans la région Itasy toute entière. En plus de cela, en tant que projet à but lucratif, le but a une croissance du chiffre d'affaires en vue d'accroître les investissements sur le plan d'élevage notamment porcin. Tandis que l'objectif principal du projet est le développement de la filière d'élevage porcin : en l'introduisant une technique moderne sur l'élevage, en améliorant autant que possible la qualité de produit offert et de réduire le coût en même temps, et tout cela afin de satisfaire

les besoins et les attentes des clients. En plus, étant donné que le projet est sous forme d'une entreprise commerciale, donc à but lucratif, il est évident que son objectif est d'augmenter les produits dans la capitale, en vue de leur vente pour procurer des profits au gérant propriétaire. En plus, comme objectif du projet, c'est d'axer sur la satisfaction de besoin de la clientèle, la fidélisation de la clientèle et l'augmentation de la notoriété de notre produit. En outre, le projet assurera plusieurs fonctions dont le développement économique de la région d'exploitation, la satisfaction sur les besoins des clients, la création d'emplois, la création de valeur ajoutée, la distribution de revenu.... Il se préoccupera aussi de satisfaire au mieux les besoins de la clientèle pour accroître la valeur de la prestation et améliorer les recettes du projet. En contre partie des produits offerts, le projet recherche la rentabilité des activités réalisées. Pour ce faire, pour attirer et garder les clients, nous avons besoin des stratégies comme la reconnaissance des clients possibles, la qualité de service offerte vis-à-vis des clients et la satisfaction de ces derniers pour les services proposés. Enfin, l'objectif du projet est de développer cette unité d'élevage pour pouvoir relancé à nouveau l'élevage porcine, la professionnalisation paraît indispensable ; d'où la nécessité de la mise en place d'un programme pilote visant à fonder à partir d'un noyau de reproducteurs importés, sains et de bonne qualité zootechnique ; un réseau très strict et des pratiques d'élevage performantes.

2.2-Intérêt du projet :

La réalisation de ce projet crée des nouveaux emplois. Le projet contribuera donc à la réduction du taux de chômage dans la région. Non seulement la réduction du taux de chômage mais il y aura un nouveau débouché de matières premières pour les agriculteurs comme les fumiers.

La caisse de l'Etat augmente par les impôts et les taxes versés par l'entreprise. Grâce aux techniques modernes appliquées, il est possible d'offrir aux consommateurs des viandes de qualités et saine. Donc, une fois ce projet est crée dans la commune de Soamahamanina, région Itasy, beaucoup de personne vont obtenir des avantages surtout les agents économiques de la région d'exploitation. Cette création entraîne aussi un développement non seulement sur le plan social mais également sur le plan économique de la région toute entière. Donc, ce projet permet aux clients d'obtenir de la satisfaction vis-à-vis des produits offerts, aux fournisseurs d'accroître sa vente, et son chiffre d'affaires, à l'Etat d'augmenter sa caisse à l'aide du paiement des droits, des taxes et impôts comme la TVA, IRSA, et aux jeunes de la région une création d'emploi pouvant diminuer le taux de chômage et les actes de banditismes.

CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE ET ASPECT MARKETING :

Dans ce chapitre, nous présenterons tout d'abord la description de marché cible, notamment le domaine de réalisation du projet et la part de marché visé. Ensuite, nous analyserons la situation de l'offre, de la demande et de la concurrence. Enfin, nous déterminerons la stratégie et la politique marketing à adopter. Voyons tout d'abord la description du marché cible.

Section 1 : Description du marché cible :

La description du marché cible nous amène à étudier le domaine de réalisation du projet et la part de marché visé.

1.1-Domaine d'élevage et d'exploitation du projet :

Le domaine d'élevage et exploitation du projet se trouve dans la commune de Soamahamanina, district Miaramarivo, région Itasy. Nous choisissons cette localité car les produits offerts des porcins sont encore insuffisants ou bien inexploités.

Ce choix n'est pas le fait du hasard mais à cause de l'insuffisance de la qualité de produits offert par les boucheries dans la ville de Miaramarivo et même dans la capitale. Dans ce cas, les grandes surfaces rencontrent de problème pour l'insuffisance des produits. En effet, il vaut mieux créer ce projet en vue de satisfaire le besoin des clients notamment les grandes surfaces.

1.2-Part du marché visé :

Pour satisfaire les besoins de la population dans la région Analamanga et Itasy, ce projet propose un système d'élevage de porcin destiné à vendre dans la commune de Soamahamanina, de même dans la capitale. Pour notre cas, la part de marché sera obtenue par le rapport entre la capacité de production offert pour notre projet et la capacité de production offert actuel dans la région et en dehors de la région d'exploitation.

Part de marché dans la région d'exploitation :

Part de marché visé = 0,38

La part de marché visé par l'entreprise sera de 38% dans la région d'exploitation.

Part de marché en dehors de la région d'exploitation :

Part de marché visé = 0,31

La part de marché visé par l'entreprise sera de 31% en dehors de la région d'exploitation.

Donc, nous allons présenter ci-dessous le tableau de comparaison du marché.

Tableau N°03 : Part du marché visé :

Rubriques	Part du marché	Produits offerts
Notre projet	38%	Elevage de porc, Vendre des produits
Concurrents	62%	Elevage de porc, Vendre des produits
<i>Itasy</i>	100 %	
Notre projet	31%	Elevage de porc, Vendre des produits
Concurrents	69%	Elevage de porc, Vendre des produits
<i>Analamanga</i>	100 %	

Source : Enquête du promoteur

D'après ce tableau, nous constatons que notre projet domine en accaparant jusqu'à 38% du marché global dans la région d'exploitation. Cela veut dire que les concurrents s'occupent 62 % seulement sa part de marché de la région. Dans la région Analamanga, nous avons constaté que la part du marché du projet diminue à 31%. Cela explique que les concurrents s'occupent à 69 % sur le marché. Mais cela dépendra objectivement de notre politique et de notre stratégie d'exploitation.

Section 2 : Etude de marché dans la région d'exploitation

Dans cette section, nous allons voir successivement l'analyse de l'offre, de la demande et de la concurrence et enfin la stratégie et politique marketing à adopter sur le marché cible.

2.1-Analyse de l'offre :

Cette analyse nous permet d'estimer la qualité et la quantité de produit à offrir dans la région d'exploitation du projet, et d'étudier aussi la situation de la clientèle cible.

2.1.1-Quantité et qualité de produit à offrir de la région d'exploitation :

Une enquête effectuée dans le chef lieu de la commune de Soamahamania, district de Miaraminavo nous permet de connaître la situation de l'offre locale en matière d'élevage de porc. Pour cela, nous avons constaté que la filière porcine n'est pas encore bien exploitée car il n'existe que deux éleveurs qui pratiquent ce genre d'activité et les produits offerts ne sont pas encore suffisants ou bien n'arrivent pas à satisfaire les besoins de clients. A cet effet, c'est les boucheries ou les grandes surfaces dans la capitale qui subissent la conséquence de cette carence. En plus, le prix pratiqué par ces éleveurs est trop cher qui entraîne la fuite des clients. En outre, la qualité de service offert est non satisfaisante. En principe, les clients cherchent les produits de bonne qualité, c'est à dire les porcs qui pèsent de 250 kg. Parmi ces quantités, peu de porcs seulement pèsent de 250 kg, les autres sont variés de 150 kg à 200 kg. Ces derniers sont de qualité moyenne et inférieure. Donc, ils sont destinés aux boucheries dans la ville de Miaraminavo ou bien dans la capitale aussi.

2.1.2- Clientèle cible :

La clientèle cible est des boucheries dans la ville de Miaraminavo et de la capitale et puis les grandes surfaces dans la ville d'Antananarivo. En outre, les peuples, y compris les fonctionnaires font partie aussi des clients du projet. Ces derniers sont les clients permanents de l'entité.

2.2-Analyse de la concurrence :

Analyser la concurrence préjuge l'étude successive des concurrents dans la région d'exploitation du projet et ceux en dehors de cette région.

2.2.1-Concurrents dans la région d'exploitation :

Nous avons déjà expliqué ci-dessus, il n'y a que deux concurrents dans la zone d'exploitation, c'est à dire dans le chef lieu de la commune de Soamahamanina. Il s'agit respectivement de X et Y. Ci-après donc le tableau présentant le prix pratiqué par ces concurrents.

Tableau N°04 : Le tarif des concurrents :

Eleveurs	Prix d'achat	Prix de vente
X	Ar 70.000 pour porcelet de 8 kg	Ar 900.000 pour le porc de 200 kg
Y	Ar 75.000 pour porcelet de 8 kg	Ar 950.000 pour le porc de 200 kg

Source : Enquête du promoteur, Août 2007

D'après ce tableau, nous avons constaté que les prix d'achat de porc varient entre Ar 70.000 à Ar 75.000 auprès des élevages dans la ville de Miarinarivo et celles de vente sont entre Ar 900.000 à Ar 950.000. Pour cela, nous avons remarqué que les produits offerts sont de qualité moyenne, c'est à dire qu'ils pèsent à 200 kg environ. Abordons maintenant les concurrents en dehors de la région d'exploitation.

2.2.2-Concurrents en dehors de la région d'exploitation :

En dehors de la région d'exploitation, il y a beaucoup des concurrents en matière d'élevage porcin notamment dans la région Analamanga. Il s'agit respectivement de x, de y, z, w. Ce sont les concurrents potentiels dans la ville d'Antananarivo Renivohitra. Ces concurrents se trouvent à Analakely. Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-après la liste des concurrents avec le lieu d'exploitation.

Tableau N°05 : La liste des concurrents en dehors de la région d'exploitation

Rubriques	Siège	Prix d'achat	Prix de vente
x	Analakely	Ar 800.000 pour le porc de 200 kg	Ar 4.800 le kg
y	Analakely	Ar 880.000 pour le porc de 200 kg	Ar 5.000 le kg
z	Ampitatafika	Ar 790.000 pour le porc de 200 kg	Ar 4.200 le kg
w	Analakely	Ar 780.000 pour le porc de 200 kg	Ar 7.700 le kg

Source : Enquête du promoteur, mois d'Août 2007

Ce tableau nous présente la liste des concurrents potentiels dans la région Analamanga. Pour cela, nous avons constaté que les prix d'achat de porc varient entre Ar 780.000 à Ar 880.000. Nous avons remarqué que ces concurrents pratiquent la vente de viande dont le prix du kilo varie selon le quartier.

2.2.3-Concurrents indirects :

On rencontre sur le marché des produits de substitution et ce dernier constitue une concurrence indirecte pour notre produit. En général ce sont les viandes de bœuf et de volailles. Notons que la consommation de viande de bœuf, viande de porc et viande de volaille ne sont pas identiques. La viande de bœuf tient la première place et la viande de porc la deuxième et à la fin celui de la volaille. Par conséquent, le tableau ci-dessous montre les forces et les faiblesses des produits concurrents.

Tableau N°06: Les différents produits d'élevage

Types de viande	Forces	Faiblesses	P.V*
Viande bovine	Habitude de consommation séculaire	Viande maigre	4.800 Ariary / kg
Viande porcine	Tendance à la consommation	Prix hors de la majorité de la population	5.800 Ariary / kg
Viande de volailles	Facile à trouver dans tous les marchés	Prix presque équivalent à celui du porc	5.600 Ariary / kg
Viande Ovine / Caprine		Seule une frange de la population est habituée à la consommer	4.500 Ariary / kg
Viande de poisson	Fort apport en protéine et en iode (pour les poissons de mer)		3.400 Ariary / kg
* Prix de vente chez les détaillants en Octobre 2007			

Source : Enquête du promoteur, octobre 2007p

2.3- Analyse de la demande :

Cette analyse nous permet de deviner, avant de créer ce projet dans la commune de Soamahamanina la quantité à produire. Donc, pour bien maîtriser le marché, nous avons besoin de chercher les exigences des clients et d'étudier le marché global de la demande dans la région d'exploitation du projet. Voyons tout d'abord le volume de la demande.

2.3.1-Volume de la demande dans la région:

Dans la région d'exploitation, il y a beaucoup de demandeurs de viande de porc notamment les boucheries (dans la ville de Miarinarivo et dans la capitale Antananarivo), la population locale surtout les fonctionnaires. Pour cela, nous avons constaté que les produits offerts par les concurrents ne satisfont pas encore le besoin des clients. Nous avons remarqué aussi que les produits offerts par les concurrents sont insuffisants entraînant les clients à recourir à d'autres régions. Donc, le marché est encore sous-exploité et c'est pour cela que notre projet espère viser une part de marché jusqu'à 38% du marché global dans la région d'exploitation. Alors, le tableau ci-après nous présente le volume global de la demande.

Tableau N°07 : Estimation global de la demande dans la région : (En kg)

Désignations	2003	Ecart (2003-2004)	2004	Ecart (2004-2005)	2005	Ecart (2005-2006)	2006
Boucheries	20.250	+ 1.950	22.200	+ 1.800	24.000	+ 4.500	28.500
Grandes surfaces	10.200	- 400	9.800	+ 1.200	11.000	+ 1.400	12.400
TOTAL	30.450	+ 1.550	33.000	+ 3.000	35.000	+ 5.900	40.900

Source : Enquête du promoteur dans la région d'exploitation, Août 2007

D'après ce tableau, nous avons constaté que la demande en matière de porc ne cesse d'augmenter au cours des trois années dernières. Cette augmentation est de 1.500 kg en 2003 et atteint de 5.900 kg en 2006. Cela explique que le besoin des clients n'arrête pas d'accroître au cours des trois années dernières. Si nous allons analyser la demande des clients en 2004 par rapport en 2003, nous avons constaté qu'il y a une augmentation de 1.500 kg. Mais si on étudie la demande pour les grandes surfaces, nous avons remarqué qu'il y a une diminution de quantité demandée. Cette diminution est de 400 kg. A partir 2004, le volume de la demande de grande surface ne cesse d'augmenter aussi.

C'est parmi le facteur que nous avons poussé de créer ce projet en vue de satisfaire le besoin des clients de la région d'exploitation. Abordons maintenant le besoin des clients dans la région.

2.3.2-Besoin des clients :

En général, les clients cherchent parmi les services ou produits offerts sur le marché. Et celui qui fournit le maximum de valeur ajoutée donne une satisfaction. Lorsque le service ou produits offerts délivre effectivement la valeur ajoutée qu'il attendait, la satisfaction naîtra automatiquement sur les produits.

Cette satisfaction est le sentiment d'un client résultant d'un jugement comparant les

performances d'un produit à ses attentes. En plus, si les clients sont satisfaits vis à vis d'un produit, ils sont moins enclin au changement sur les produits. Donc, la manière la plus sûre de mesurer le réel impact de la satisfaction de la clientèle est de mesurer sa satisfaction vis-à-vis des produits de concurrents sur le marché parce que quand il manifeste une excellente satisfaction, cela n'importe pas forcément qu'il est plus satisfait sur le produit. En résumé, le besoin des clients dépend de la qualité et le prix de produit.

2.4- Stratégie et Politique marketing envisagée :

Après l'analyse de l'offre, de la demande et de la concurrence, il est indispensable d'analyser la stratégie et le politique marketing envisagé sur le marché. Pour ce faire, nous envisageons déjà comment améliorer la qualité et la quantité de services proposés aux clients, et déterminer la meilleure qualité de service, son meilleur prix, sa distribution, sa communication et sa promotion pour atteindre les objectifs visés sur le marché. Dans cette section, nous allons voir successivement la stratégie marketing à adopter et politique marketing mix. Voyons tout d'abord la stratégie marketing à adopter.

2.4.1- Stratégies marketing à adopter :

Dans notre cas, deux stratégies seront entreprises par le projet, à savoir de :

- ❖ La stratégie push ;
- ❖ La stratégie pull.

2.4.1.1- Stratégie push :

Elle traduit l'incitation simple des producteurs de pousser les produits vers leurs clients en appliquant diverses forces de ventes que ce soit satisfaction des clients, les animations. Donc, la stratégie push consiste à faire pousser les produits et les produits vers les clients, c'est à dire que le projet assure la présentation des produits auprès des clients. Elle s'appuie essentiellement sur les avantages offerts aux clients. Pour avoir plus d'explication sur cette stratégie, nous illustrons à l'aide d'un schéma ci-dessus.

Produit

Produit

Figure N°01 : la stratégie push

2.4.1.2- Stratégie pull :

Pour la phase de lancement du produit nous allons exécuter une stratégie PULL grâce aux fortes stratégies de communication avec des diverses sortes de publicité.

Et c'est là que nous allons attirer les clients à acheter notre produit et en même temps en mettant en application la politique du prix à titre de prix de pénétration. Dans ce cas c'est la stratégie PUSH car elle consiste à pousser les produits vers les consommateurs. Cette stratégie pull consiste à faire demander les produits chez l'entité. Pour cela, les éléments moteurs principaux sont la politique de communication et de la promotion.

En principe, la stratégie pull est plus avantageuse par rapport à la stratégie push pour la publicité de produit dans la mesure où elle donne une plus grande indépendance vis à vis de clients mais elle n'est pas toujours applicable parce que soit elle exige de gros moyens financiers soit elle pousse certaine qualité des produits. Dans ce cas, les clients font une grande confiance à l'entité pour guider son choix. Nous allons présenter dans un schéma ci-après la stratégie pull.

Achète de produits

Achète de produits

Figure 02 : Stratégie pull

2.4.2- Politiques marketing mix :

Les politiques marketings mix sont la politique sur le produit, sur le prix, sur la distribution et sur la communication et la promotion.

2.4.2.1- Politique de produit :

La politique du produit s'intéresse surtout sur le positionnement où la société se distingue de ses concurrents à l'égard des consommateurs. La distinction ou la différence se base souvent sur le prix du produit, sur un avantage économique et sur son contenu symbolique. Dans ce cas il est délicat de positionner un produit car c'est une décision qui constitue le fondement du marketing du produit. Le produit ici est le porc, l'exigence des consommateurs est de les offrir des viandes fraîches ; saines et salubres. Donc, elle a pour objectif d'améliorer la position de l'entité vis à vis de concurrents sur le

marché. Pour ce faire, nous avons besoin que les produits offerts doivent remplir le besoin de clients : qualité de service rendu, la compétitivité des produits vis à vis des concurrents, la maîtrise de relation entre la qualité et le prix de produit, la maîtrise de service après vente, l'utilisation d'une marque commerciale sur le produit pour faciliter la commercialisation sur le marché.

2.4.2.2- Politique de prix :

Il est évident que les résultats commerciaux et financiers d'une entreprise sont en fonction du prix. C'est donc à partir de la fixation de prix d'un produit qu'une entreprise détermine sa stratégie. Toutefois il ne faut pas oublier que la fixation de prix est étroitement liée à la contrainte légale en vigueur. Le prix d'un produit varie fréquemment en fonction des lieux de production, des saisons, du lieu ou de méthode de vente. Et les prix de notre produit devront le soumettre aussi à cette fluctuation.

En 2004 le prix de la viande du porc a été 3500Ar tandis qu'en 2005, il est de 5200Ar et maintenant 2007, 5800Ar ce qui compte une hausse perpétuelle Dans notre cas, la politique de prix est en fonction de prix pratiqué par les concurrents sur le marché, c'est à dire si les concurrents adoptent un prix sur achat de porcelet à Ar 70.000 pour le 8 kg, notre projet pratique à un prix à Ar 80.000 sur le marché. De même sur la vente des produits, c'est à dire si les concurrents adoptent un prix sur vente à Ar 900.000 pour le porc de 200 kg, notre projet vend à Ar 800.000 sur le marché. Cela veut dire que l'objectif est donc d'écraser tout simplement le prix pratiqué de concurrents sur le marché en vue d'obtenir ou de maîtriser le marché.

2.4.2.3- Politique de distribution :

Concernant la politique de distribution, il est préférable d'effectuer le réseau de distribution le plus court possible car il nous permet de liquider facilement et rapidement les produits en tenant compte des besoins des consommateurs et les évolutions du marché. La politique de distribution a pour but de faciliter le service après vente entre l'entité et les clients. Pour cette politique, l'intérêt de l'entité est le pouvoir de gérer le temps pour réaliser une autre activité. En effet, le frais de distribution, les difficultés de contrôle et les prix sont des fonctions croissantes de la longueur du réseau. Donc, la distribution, c'est l'ensemble d'opérations exercées par l'entité sur la réalisation de production jusqu'à la vente des produits sur le marché. Dans ce cas, le commercial est le seul intermédiaire autorisé en tant employé de l'entité. Enfin, nous utiliserons en effet la stratégie intensive pour atteindre le maximum de clients. C'est un circuit de distribution direct, c'est à dire une relation entre l'entité et les clients.

Figure 03 : Distribution des produits au sein de l'entité

2.4.2.4- Politique de communication et de promotion :

Tout d'abord, la politique de communication a pour objectif de faire connaître l'existence des produits, de créer une condition favorable entre l'entreprise et leurs clients sur le marché. Pour cela, nous utiliserons une communication directe c'est à dire qu'il n'y a pas des intermédiaires entre l'entité et les clients. Cette politique facilite aussi le suivi et le contrôle du service marketing de l'entité et réduit les charges sur la publicité des produits. Donc, la communication assure la réussite du chiffre d'affaires de l'entité. En plus, il existe aussi d'autres moyens de communication outre que la publicité, c'est la satisfaction des clients qui ont déjà acheté notre produit forme une autre communication. C'est une publicité de bouche à oreille. En revanche, la promotion c'est l'ensemble de moyens pour stimuler les clients en achetant notre produit. Elle a pour rôle de mettre en contact permanent, par le biais d'un canal entité et sa clientèle se communique un message. Dans notre cas, on emploie le système de réduction de prix sur les produits c'est à dire que l'entité donne une réduction de prix jusqu'à 10 %, si les clients achètent plus de cinq porcs. Réduction de 5 %, si les clients achètent plus de deux porcs.

CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS, LES CRITERES D'EVALUATION ET LES STRUCTURES FINANCIERES

Dans ce chapitre, nous allons voir successivement les outils ; les critères d'évaluation d'un projet et les structures financières.

Section 1 : Outils d'évaluation du projet :

Dans cette section, nous allons présenter ci-dessous les formules sur les outils d'évaluations du

projet comme la valeur actualisée nette, le taux de rentabilité interne, l'indice de profitabilité et la durée de récupération des capitaux investis.

1.1- Valeur actuelle nette :

1.1.1- Définition :

La valeur actualisée nette ou VAN est représentée par la différence entre la somme des marges brutes d'autofinancement actualisé et la somme de capitaux investis actualisés.

1.1.2- Formule :

1

1.1.3- Interprétation :

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

- $VAN = 0$, cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé « t » ;
- $VAN > 0$, cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé « t » ;
- $VAN < 0$, cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé « t ».

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

1.2- Taux de rentabilité interne :

1.2.1- Définition :

C'est le taux d'actualisation qui donne une valeur nette actualisée ou VAN égale à zéro ou IP égale à 1.

1.2.2- Formule :

1.2.3- Interprétation :

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

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

1.3- Indice de profitabilité :

1.3.1- Définition :

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

1.3.2- Formule :

1.3.3- Interprétation :

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

- Si $IP = 1$, cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé « t » ;
- Si $IP > 1$, cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé « t » ;
- Si $IP < 1$, cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé « t ».

1.4- Délai de récupération des capitaux investis :

1.4.1- Définition :

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

1.4.2- Formule :

1.4.3- Interprétation :

Si on a deux investissements, celui qui est le moins risqué est celui qui présente le délai plus court.

Section 2 : Critères d'évaluation du projet :

Dans cette section, nous allons voir successivement ci-après les critères d'évaluation du projet.

2.1- Pertinence :

C'est la correspondance entre les attentes des consommateurs et les objectifs du projet. Le projet est pertinent lorsque les objectifs du projet correspondent bien aux attentes des consommateurs. Donc, ce projet rapporte un développement pour la population de la région d'exploitation non seulement sur le plan social et les agents économiques mais aussi sur le plan de l'économie de la région, et de même de notre pays en général.

2.2- Efficacité :

Elle s'apprécie par la comparaison des objectifs et des résultats. C'est le degré de résultat de réalisation des objectifs ou des résultats. Donc, notre projet est efficace si on atteint les objectifs sans réduire les moyens utilisés. Alors, l'efficacité, c'est qui produit l'effet attendu de la population dans la région d'exploitation du projet. La cause de l'efficacité est la cause véritable et unique d'un phénomène, sa valeur est une grandeur périodique et se calcule comme la racine carrée de la moyenne des carrées des valeurs instantanées de cette grandeur durant une période prévue du projet.

2.3- Efficience :

L'efficience est l'utilisation optimale des ressources pour atteindre un objectif. Autrement dit, c'est la minimisation possible des moyens utilisés pour rendre service en qualité et en quantité en évitant les gaspillages et les produits et les ressources utilisées, les produits étant à maximiser. Donc, notre projet est efficient si on atteint les objectifs avec la réduction des moyens utilisés c'est à dire que en minimisant les matériels à utiliser, la capacité de production ou le rendement est performante. Alors, l'efficience est ce qui aboutit à de bons résultats en réduisant les moyens ou les matériels

utilisés.

2.4- Durée de vie :

Elle est jugée par le degré de l'efficacité du projet. En effet quand le projet ne produit plus rien, ne produit aucun effet. Il faut s'attendre à abandonner le projet et de trouver d'autres secteurs d'activités.

Si le projet est rentable, nous pouvons élargir la durée d'exploitation et créer un autre investissement à d'autres choses. Mais pour le moment, la durée prévue est de cinq ans à condition que ce projet soit rentable de façon efficace et efficiente au cours de l'exploitation.

2.5- Impact :

Ce projet a des effets dans la vie quotidienne de la population de Soamahamanina à savoir la création d'emplois, le surplus des disponibilités notamment pour les cultivateurs. Si le projet est rentable, il y a des impacts non seulement sur la population mais aussi sur le plan économique et social de la région d'exploitation et aussi dans notre pays en général.

Section 3 : Structure financière

Dans cette section, nous allons voir successivement ci-après les structures financières surtout les ratios et la rentabilité. Ces structures nous permettent de connaître la rentabilité des activités.

3.1- Les ratios

La lecture des ratios permet d'analyser d'une façon expressive la situation financière de l'entreprise, des activités de rendement de la société considérée, la choix à opérer du point de vue auquel on se place chez l'entreprise, le banquier et le créancier.

3.1.1- Définition:

Sur le plan économique, le ratio est le rapport entre deux phénomènes financiers économiques liés par une relation caractéristique. Sur le plan entreprise, le ratio est le rapport expressif entre des données caractéristiques de la situation du potentiel de l'activité ou de rendement de la société.

3.1.2- Formules

❖ ***Ratio de financement permanent:***

❖ ***Ratio d'autonomie financière :***

❖ ***Ratio de financement des immobilisations :***

❖ ***Ratio d'endettement à long terme :***

3.1.3- Interprétations

Ce ratio de financement permanent doit être supérieur à 1 ; ce qui traduit l'existence de fonds de rotation. Donc, le ratio est satisfaisant.

Ce ratio d'autonomie financière indique dans quelle mesure l'entreprise travaille avec son fonds propre et exprime le degré d'indépendance vis à vis de créanciers permanents et les banquiers. Donc, si le ratio est supérieur à 0,50 ; cela veut dire que l'entreprise est indépendante financièrement de ce créancier et dispose d'une possibilité complémentaire de fonctionnement par emprunt.

Si le ratio de financement des immobilisations est supérieur à 1 ; cela veut dire que l'entreprise peut financer les immobilisations.

Pour le ratio d'endettement à long terme, normalement, si l'entreprise fonctionne de façon rentable il n'y a plus des dettes à partir de la troisième année d'exploitation.

3.2- La rentabilité

Pour avoir une rentabilité du projet, la rentabilité commerciale doit être supérieure à 10 % et le rendement d'activité doit être aussi supérieur à 50 %.

3.2.1- Formules

❖ ***Rentabilité commerciale***

❖ ***Rentabilité des capitaux investis***

❖ ***Rentabilité de rendement propre***

3.2.2- Interprétations :

Si la rentabilité commerciale est supérieure à 10 %, l'activité est rentable.

Si la rentabilité des capitaux investis est supérieure à 10 %, les capitaux investis sont récupérés à la deuxième année ou à la troisième année d'exploitation.

Et si la rentabilité de rendement propre est supérieure à 20 %, l'activité est rentable et nous pouvons augmenter les capitaux investis pour ce projet.

Ainsi, la première partie de notre étude a évoqué l'identification dudit projet faisant apparaître la connaissance générale du projet, l'étude du marché visé, et les théories générales sur les outils et évaluation pour déterminer la rentabilité du projet. Quant à la deuxième partie, elle sera réservée sur l'étude de faisabilité technique faisant apparaître l'étude environnementale et technique, la capacité de production envisagée, et la structure organisationnelle de l'entreprise.

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION ET DE REALISATION :

Dans ce chapitre, nous parlerons des ressources nécessaires à mettre en place telles que les ressources financières, humaines et matérielles au sein de l'entité. Ensuite, nous étudierons la caractéristique d'approvisionnement du projet telle que la méthode d'achat de matières premières à adopter, le processus de production et le critère d'évaluation de stocks à suivre. Voyons tout d'abord les ressources à mettre en place.

Section 1 : Ressources à mettre en place :

Pour atteindre les objectifs, nous avons besoin des moyens notamment sur le plan financier, humain et matériel. Pour cela, il est indispensable de chercher un bailleur pour financer le projet puis nous recruterons les personnels avec une condition favorable pour l'ensemble de la société. Enfin, nous investirons sur les matériels surtout les matériels informatiques, les mobiliers de bureau et les matériels de transport.

1.1-Ressources financières :

Il s'agit de la capacité en ressources financières pour le financement du projet. Ces ressources sont constituées en partie par les apports mis à la disposition du gérant propriétaire. Une autre partie sera constituée par un emprunt contracté auprès d'un organisme financier comme la banque et autre institution financière. Cette partie relative aux ressources financières sera analysée de façon approfondie dans la troisième partie de notre recherche.

1.2-Ressources humaines :

Dans notre cas, la potentialité en ressources humaines se situe au niveau du savoir faire, de la motivation, de la formation, de la cohésion et de l'aptitude au travail en équipe. Pour ce faire, nous allons mettre en place en second lieu les ressources humaines, c'est-à-dire que le gérant propriétaire recrutera les personnels à chaque poste de travail au sein de l'entité avec une meilleure condition de coût et de qualité. Au niveau de chaque poste de travail, il est indispensable de placer les employés dans les conditions propices à un travail efficace et fiable, d'atteindre un maximum de service en vue de récupérer de façon optimale les montants des investissements, de concevoir le poste de travail de manière à éviter tout gaspillage de temps et d'équipement.

Pour cela, les personnels composent un gérant, un secrétaire, d'un commercial, de cinq

ouvriers et un gardien. Citons ci-après le profil exigé pour le recrutement au sein du projet.

Commercial :

- ❖ Avoir un diplôme de baccalauréat + 2, section commerciale
- ❖ Maîtrise parfaite de l'outil en informatique,
- ❖ 2 ans d'expérience dans le poste similaire,
- ❖ Sens de l'organisation de travail,
- ❖ Dynamique,

Secrétaire :

- ❖ Avoir un diplôme de baccalauréat + 2 au minimum,
- ❖ Maîtrise parfaitement l'outil informatique et le français,
- ❖ 2 ans d'expériences dans le poste similaire,
- ❖ Sens de l'organisation de travail,
- ❖ Dynamique et méthodique.

Ouvriers :

- ❖ Avoir le diplôme de CEPE au minimum,
- ❖ 2 ans d'expériences dans le poste similaire,
- ❖ Avoir de connaissance sur l'éleveur porcin,
- ❖ Dynamique et apte.

Gardien :

- ❖ Avoir le diplôme de CEPE au minimum,
- ❖ 2 ans d'expériences dans le poste similaire,
- ❖ Connaissance en arts martiaux sera un atout,
- ❖ Dynamique, Honnête

1.3-Ressources matérielles :

Après le recrutement, nous aurons besoin des matériels nécessaires pour avoir le bon fonctionnement de l'entité comme les mobiliers du bureau, matériels informatiques (ordinateurs avec ses accessoires,...). Donc, nous allons donner ci-dessous la liste des matériels importants pour le projet.

Matériels et mobiliers de bureau :

- ❖ Table de bureau : 02
- ❖ Armoire : 01
- ❖ Chaises : 06
- ❖ Chaises de visiteur : 01
- ❖ Machine à calculer : 01

Matériels informatiques :

- ❖ Ordinateurs : 02
- ❖ Imprimante : 01
- ❖ Onduleur : 02

Matériels et outillages :

- ❖ Panier,
- ❖ Sac plastique,
- ❖ Couteaux d'herbe

Abordons maintenant la caractéristique d'approvisionnement.

Section 2 : Caractéristique d'approvisionnement :

La technique d'approvisionnement consiste à réaliser une série d'opération qui permet de disposer un stock compatible au besoin de l'entité. Donc, la fonction d'approvisionnement comporte deux activités, à savoir de :

- ❖ l'achat
- ❖ et la gestion de stock en magasin.

Alors, le schéma ci-dessous nous présente le processus d'achat jusqu'à la vente de produit (porc marchand).

***Figure 04 : Approvisionnement des matières premières
2.1-Méthode d'achat de matières premières à adopter :***

L'achat de matières premières dépend du nombre de porc. Il est effectué dans la ville de Miarinarivo, région d'Itasy pour avoir un meilleur prix d'achat des matières premières. Pour cela,

l'achat se fait par semaine dans cette ville pour éviter la rupture des stocks sur les produits et intrants vétérinaires et les provendes. Dans ce cas, la stratégie est de choisir un fournisseur pour avoir de relation privilégiée, d'homogénéité de la livraison et aussi de meilleur prix grâce à la fidélité. En plus, nous choisissons le fournisseur en fonction de la localité pour éviter les difficultés sur le déplacement et gardons aussi la qualité car le bas prix ne doit pas être l'unique critère de choix.

2.2-Processus de production :

Il s'agit de définir toutes les démarches à entreprendre pour la production de porc dans le lieu d'exploitation. Mais avant de définir ce processus, notons que l'entité doit au moins remplir quatre fonctions principales, à savoir de :

- ❖ la fonction technique, c'est à dire que le responsable de production doit trouver la meilleure démarche technique à suivre, compte tenu des ressources (matérielles et humaines), pour atteindre au mieux les objectifs fixés ;
- ❖ la fonction commerciale : c'est la fonction d'approvisionnement et de distribution. La première a pour rôle d'identifier les fournisseurs, de passer les commandes, et de gérer les stocks en magasin. La deuxième a pour rôle d'assurer la prévision des ventes et d'orienter la consommation des matières, de les provoquer par le biais de la publicité et de la promotion de vente ;
- ❖ la fonction financière : elle a pour rôle de mettre à la disposition du projet les ressources financières nécessaires au bon moment ;
- ❖ la fonction administrative et sociale : elle assure la prévision, l'organisation, le suivi et contrôle au sein du projet.

Pour y parvenir, le processus comporte plusieurs étapes à savoir de :

- ❖ procéder à l'étude de marché compte tenu de l'environnement,
- ❖ fixer les objectifs à atteindre, tant qualitatifs que quantitatifs,
- ❖ d'effectuer l'étude de rentabilité et de faisabilité du projet,
- ❖ d'établir les plans d'actions, de mettre en place les nécessaires pour avoir le bon fonctionnement de l'entreprise.

Ci-après le processus de production de porc :

- Construction des parcs de porc à trois pièces,

- Achat de truies : 06
- Achat de maïs, son de riz, poissons, sel, ou bien provende ou herbe verte, (1 kg chacune par jour)

Nous allons présenter ci-après l'infrastructure sur la case de porc.

Lampe

porte

Fer 40

Planche

Lampe

Figure 05 : Case du porc

Planche

Pour les porcins destinés à vendre, ci-après le case :

pièce

pièce

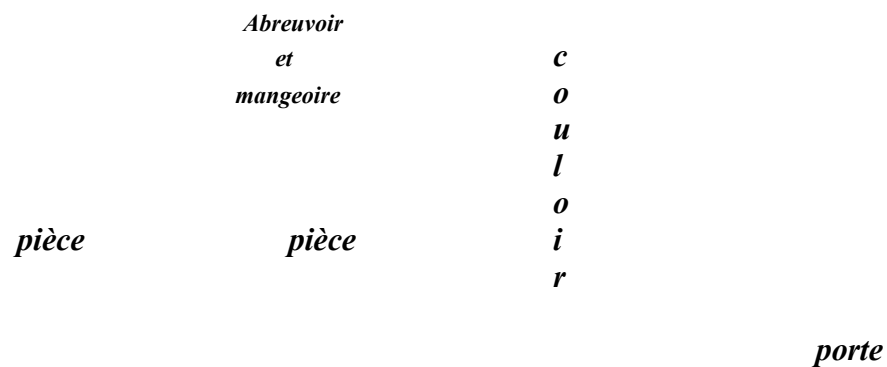


Figure 06 : Case de porc

2.3-Critère d'évaluation de stock à choisir :

Parmi les quatre critères d'évaluation de stocks, nous choisissons le FIFO car les matières premières à utiliser sont des matières non périssables (provende, maïs, arachide, poisson sec, son de riz). Donc, les matières premières aux premières entrées partent en premières sorties où on utilise en priorité les stocks anciens. Alors, le stock final est valorisé au coût des achats plus récents. En plus de cela, il est le seul compatible au PCG 2005.

CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ET DE REALISATION ENVISAGEE :

Dans ce chapitre, nous allons mettre en place les différents facteurs de production et de réalisation, les dépenses en matières premières, c'est-à-dire les prévisions sur achat de matières

premières au cours des cinq années d'activités de l'entité. Enfin, nous essayerons de présenter les prévisions en nombre des porcs marchands avec les chiffres d'affaires prévisionnels sur cinq années d'exploitation. Voyons tout d'abord les différents facteurs de réalisation à mettre en place.

Section 1 : Facteurs de production à mettre en place :

Pour réaliser ce projet, il est nécessaire de mettre en place tout d'abord les différents facteurs de production et de réalisation pour satisfaire le besoin des clients dans la région d'exploitation et d'avoir une activité rentable et efficiente.

1.1-Différents facteurs de production et de réalisation :

Pour la réalisation de ce projet, trois facteurs de production et de réalisation seront retenus, à savoir de :

- ❖ facteurs humains,
- ❖ facteurs financiers,
- ❖ facteurs matériels.

1.1.1-Facteurs humains :

Les facteurs humains sont composés de gérant propriétaire, d'un commercial, d'un secrétaire, de quatre ouvriers, d'un chauffeur et d'un gardien. Dans ce cas, l'entité ne recrute que les candidats supérieur ou égal à 21 ans pour éviter le problème.

1.1.2-Facteurs financiers :

Ils sont composés de l'apport du gérant propriétaire et l'emprunt auprès des institutions financières comme la banque. Dans ce cas, l'apport du gérant est supérieur ou égale à 10 %.

1.1.3-Facteurs matériels :

Ils sont composés de panier, de sac plastique, et des couteaux, des médicaments.

1.2-Capacité d'accueil de porc envisagé :

Dans notre cas, l'entité achète de 150 porcelets (8-10kg) jusqu'à la cinquième année d'exploitation. Ces porcelets coûtent à Ar 80.000 auprès des éleveurs locaux. Après 9 mois, ils pèsent entre 250 kg à 300 kg. Au début d'activité, l'entité achète de 80 porcs. Dont environ 40 truies. Or, une truie produite 8 à 10 porcelets. Chaque truie met bas deux fois par an. L'intervalle de gestation est entre 165 jours à 195 jours pour le sevrage de 45 jours et entre 180 jours à 210 jours pour le sevrage de 60 jours. Abordons maintenant les dépenses en matières premières.

Section 2 : Dépenses en matières premières :

Dans cette section, nous allons voir successivement la dépense sur chaque unité de production et de réalisation et la prévision sur achat des matières premières en année 1 jusqu'à l'année 5.

2.1-Dépenses sur chaque unité de réalisation :

Ces dépenses varient selon la nature d'une unité de production. Prenons comme exemple le cas d'herbe, il coûte à Ar 400 le sac auprès des paysans. Pour avoir plus d'explication sur le coût de ces matières, nous allons présenter dans le tableau ci-dessous les dépenses sur chaque unité de production et de réalisation de l'entité.

Tableau N°08 : Dépenses sur chaque unité de production et de réalisation : En Ariary

Rubriques	Unité	Quantité	Prix unitaire
Porcelet	Nombre	01	80.000
Provende	kg	01	1.200
Herbe	sac	01	400
Vaccin	dose	01	4.000
Vitamine	dose	01	5.000

Source : Enquête du promoteur auprès des éleveurs porcins dans la ville de Miarynarivo, Mai 2007

Ce tableau nous présente le prix unitaire de chaque unité de production et de réalisation en matière première de l'entité. Pour cela, nous avons constaté que le porcelet est plus cher que les autres matières de production. Il s'élève à Ar 80.000 auprès des éleveurs locaux. Et si les clients achètent 1 porcelet, le coût d'achat augmente jusqu'à Ar 100.000.

2.2-Prévision d'achat de porcelet et de matières premières :

Dans notre cas, l'achat de matières premières effectuera dans la ville de Miarynarivo pour avoir un meilleur prix et éviter le déplacement vers la capitale d'Antananarivo. En principe, cet achat se fait par semaine dans cette ville. En cas d'achat dans la capitale, cet achat se fait par trimestrielle.

2.2.1-Achat prévisionnel pour l'année 1 :

Pour évaluer les dépenses au cours de la première année, il est indispensable d'estimer dans le tableau ci-après ces dépenses.

Tableau N°09 : Dépense prévisionnelle pour l'année 1 : En Ariary

Source : Calcul du promoteur

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Porcelet	Nombre	80	80.000	6.400.000
Provende	kg	*9.750	1.200	11.700.000
Herbe	sac	1.000	400	400.000
Vaccin	dose	100	4.000	400.000
Vitamine	dose	100	5.000	500.000
TOTAL				19.400.000

***9.750 = 50 kg x 195 jours**

D'après ce tableau, nous avons constaté que les dépenses en matières premières pour l'élevage de 80 porcs s'élève à Ar 19.400.000 pendant une année d'activité.

2.2.2-Achat prévisionnel sur cinq ans :

Nous allons présenter dans le tableau ci-après les achats prévisionnels au cours des cinq années d'exploitation de l'entité.

80 → 9.750

100 → ? → $100 \times 9.750 / 80 = *12.188$

Tableau N°10: Achats prévisionnels sur 5 ans :

Année 2 :

Source : Calcul du promoteur

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Porcelet	Nombre	100	80.000	8.000.000
Provende	kg	*12.188	1.200	14.625.600
Herbe	sac	1.200	400	480.000
Vaccin	dose	120	4.000	480.000
Vitamine	dose	120	5.000	600.000
TOTAL				24.185.600

Année 3 :

Source : Calcul du promoteur

Année 4 :

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Porcelet	Nombre	100	80.000	8.000.000
Provende	kg	*12.188	1.200	14.625.600
Herbe	sac	1.200	400	480.000
Vaccin	dose	120	4.000	480.000
Vitamine	dose	120	5.000	600.000
TOTAL				24.185.600

Source : Calcul du promoteur

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Porcelet	Nombre	140	80.000	11.200.000
Provende	kg	*14.500	1.200	17.400.000
Herbe	sac	1.300	400	520.000
Vaccin	dose	140	4.000	560.000
Vitamine	dose	140	5.000	700.000
TOTAL				30.380.000

Année 5 :

Source : Calcul du promoteur

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Porcelet	Nombre	150	80.000	12.000.000
Provende	kg	*15.000	1.200	18.000.000
Herbe	sac	1.400	400	560.000
Vaccin	dose	150	4.000	600.000
Vitamine	dose	150	5.000	750.000
TOTAL				31.910.000

Ces tableaux nous présentent les dépenses sur achats de porcelets et de matières premières au cours des cinq années d'exploitation. Pour cela, nous avons remarqué que ces dépenses ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'activités. Cela explique que le besoin des clients n'arrête pas d'accroître aussi. Cette augmentation peut être dû la bonne qualité de produit offert par le projet.

Section 3 : Prévision de vente envisagée :

Dans notre cas, le chiffre d'affaires prévisionnel dépend de nombre de porcelet à acheter chaque année d'activité. Cela veut dire qu'il y a une dépendance entre le chiffre d'affaires

prévisionnel et le nombre de porcelet à acheter. Donc, nous allons voir successivement ci-après le nombre des porcs produits et le chiffre d'affaires prévisionnel correspondant.

3.1-Quantité produite prévisionnelle :

Pour connaître le chiffre d'affaires prévisionnel de l'entité, il est nécessaire d'estimer ci-dessous la prévision de vente en nombre au cours de la première année jusqu'à la cinquième année d'exploitation.

3.1.1-Quantité produite réalisé en nombre pour la première année :

Dans notre cas, le projet produit de 80 porcs au cours de la première année d'activité. Cela veut dire qu'il n'y a pas des porcelets morts pendant une année d'activité.

3.1.2- Quantité produite réalisé sur cinq ans :

Nous allons présenter dans le tableau ci-après le nombre des porcs à vendre sur cinq années d'exploitation du projet.

Tableau N°11 : Nombre des porcs sur cinq ans :

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Porcs	80	100	100	140	150
TOTAL	80	100	100	140	150

Source : Tableaux précédents

D'après ce tableau, nous avons constaté que le nombre des porcs destinés à vendre ne cesse pas d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation. Abordons maintenant le chiffre d'affaires prévisionnel.

3.2-Chiffre d'affaires prévisionnel :

Le chiffre d'affaires prévisionnelles est calculé à partir du nombre des porcs produits sur les cinq années d'exploitation.

3.2.1-Chiffre d'affaires prévisionnel pour la première année

Nous allons donc présenter dans le tableau ci-dessous le chiffre d'affaires prévisionnel pour la première année d'activité

Tableau N°12 : Chiffre d'affaires prévisionnel pour l'année 1 : (en Ariary)

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Porcs	Nombre	80	800.000	64.000.000
TOTAL				64.000.000

Source : calcul du promoteur

1 kg → 4.000 Ar

200 kg → ? → $200 \times 4.000 / 1 = 800.000$

D'après ce tableau, nous avons constaté qu'un porc de 200 kg coûte à Ar 800.000. Cela veut dire qu'un kilo vend à Ar 4.000 auprès des clients. Donc, le chiffre d'affaires prévisionnel est d'Ar 64.000.000 pour l'année 1.

3.2.2-Chiffre d'affaires prévisionnel sur cinq ans :

Tableau N°13 : Chiffres d'affaires prévisionnels sur cinq ans : (en Ariary)

Année 2	Unité	Quantité	P.U	Montant
Porcs	Nombre	95	800.000	76.000.000
Fumier	kg	4.000	1.000	4.000.000
TOTAL				80.000.000
Année 3		Quantité	P.U	Montant
Porcs	Nombre	95	800.000	76.000.000
Fumier	kg	4.000	1.000	4.000.000
TOTAL				80.000.000
Année 4		Quantité	P.U	Montant
Porcs	Nombre	135	800.000	108.000.000
Fumier	kg	4.000	1.000	4.000.000
TOTAL				112.000.000
Année 5		Quantité	P.U	Montant
Porcs	Nombre	145	800.000	116.000.000
Fumier	kg	4.000	1.000	4.000.000
TOTAL				120.000.000

Source : calcul du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que les chiffres d'affaires prévisionnels ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation du projet. Cette augmentation est très remarquable en quatrième année d'exploitation qui s'élève à Ar 32.000.000 environ. Nous avons aussi que la quantité et le prix des fumiers ne changent pas au cours des cinq années d'activités.

CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE :

Dans ce chapitre, nous allons étudier ci-dessous la structure organisationnelle envisagée et l'organisation de travail à adopter à chaque poste de travail de l'entité. Voyons tout d'abord la structure organisationnelle.

Section 1 : Structure organisationnelle :

L'étude organisationnelle se traduit par l'étude des méthodes et des moyens qui permettent d'obtenir un meilleur rendement de la part du personnel, avec le minimum de coût mais le maximum de satisfaction des clients pour les produits offerts. Pour cela, l'objectif principal est le développement du secteur d'élevage porcin dans la commune rurale de Soamahamanina, district de Miarinarivo, région d'Itasy. Alors, nous allons donner ci-après la fonction de cette organisation et l'organigramme choisi.

1.1-Fonction :

Dans notre cas, l'organigramme permet au responsable de connaître exactement la structure de l'entité et s'il a été élaboré avec soin, nous avons effectivement une image précise sur les produits et des liens organiques, d'éviter les conflits d'autorité entre les personnels, de définir les responsabilités des personnels, de constater les anomalies de l'organisation. Il nous permet aussi de distinguer les tâches à effectuer de chaque responsable au sein de l'entité et de gérer l'ensemble du personnel.

1.2-Organigramme choisi :

L'organigramme est un graphique qui représente sous une forme schématique de la structure de l'entité. Il doit préciser en particulier que la répartition des tâches entre les services, le niveau hiérarchique, les liaisons entre les services. Il est à la fois un instrument d'information dans l'ensemble de l'entité, un instrument d'analyse qui permet de découvrir les erreurs de l'organisation.

Dans notre cas, nous choisissons un organigramme d'une entité individuelle pour faciliter la gestion de ressources humaines et le contrôle à chaque poste de travail. Donc, nous allons présenter ci-dessous la structure organisationnelle de l'entité.

Figure 07 : Organigramme

Section 2 : Organisation de travail à adopter :

Dans cette section, nous allons voir ci-après l'organisation du travail avec les tâches y afférant. Dans notre cas, le personnel est composé d'un gérant propriétaire, d'un secrétaire, d'un commercial, d'un chauffeur, de quatre ouvriers, d'un gardien.

2.1-Le Gérant :

Le gérant se trouve en tête de l'organisation de l'entité, c'est-à-dire qu'il dirige l'ensemble de l'entité dont les fonctions principales sont de :

- ❖ assurer la bonne marche de l'entité,
- ❖ assurer la gestion : administrative et financière de l'entité,
- ❖ prendre des décisions en cas de difficulté ou de besoin de l'entité,
- ❖ assumer toutes les opérations comptables (gestion de trésorerie et dépenses, recettes),

Le secrétaire assure le classement des dossiers et tient un rôle particulier au sein de l'entité. Il assure aussi la correspondance entre la direction et les employés, l'entité et son environnement. Il gère

[illegible]

9-Fin prévue du projet		
------------------------	--	--

D'après ce tableau, nous constatons que le montage est de deux mois, de même pour l'achat des matériaux, le recrutement, l'installation. La constitution de dossiers est de deux mois aussi. Enfin, la durée prévue de l'utilisation des capitaux investis dans la région d'exploitation est de 5 ans soit A_1 à A_5 .

CHAPITRE I : COUT D'INVESTISSEMENT ET FINANCEMENT :

Pour la réalisation de ce projet, nous avons besoin de financement d'argent auprès des institutions financières comme la banque dans la ville de Miarinarivo et en dehors de cette ville, c'est à dire dans la capitale d'Antananarivo en vue de réaliser d'une façon rapide et rentable les activités choisies. Donc, il est nécessaire de présenter tout d'abord le coût d'investissements, le tableau d'amortissement, le plan de financement, et le tableau de remboursement des dettes avec les comptes de gestion du projet. Pour ce faire, nous allons voir tout d'abord le coût des investissements.

Section 1 : Le coût des investissements :

Dans cette section, nous présenterons ci-après les immobilisations et les charges liées à l'exploitation de l'entité.

1.1-Immobilisations :

Les immobilisations comprendront les infrastructures envisagées, les matériels et mobiliers de bureau, les matériels informatiques, les matériels de transport, l'agencement et l'installation. Voyons tout d'abord les infrastructures envisagées.

1.1.1-Infrastructures envisagées :

Le coût des infrastructures total sur la construction des cases de porc s'élève à Ar 35.000.000 dont la durée d'exécution de ces travaux est deux mois. Cette somme se répartit sur les grands travaux de l'entité. Le tableau ci-après nous présente les détails et les coûts de chaque travail effectué dans la commune de Soamahamanina, district de Miarinarivo, région Itasy.

Tableau N°15 : Infrastructures envisagées : En Ariary

Désignations	Montant
Terrassement	400.000
Construction	32.000.000
Charpente	2.600.000
TOTAL	35.000.000

Source : Estimation du promoteur

Ce tableau nous présente le coût total des infrastructures sur la construction des cases. Nous

avons constaté que le coût total de construction proprement dit s'élève à Ar 35.000.000.

1.1.2-Mobiliers de bureau :

Ils comprendront des tables de bureau, des chaises de bureau, des machines à calculer et des armoires et de chaise pour les visiteurs. Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-dessous les coûts de ces matériels.

Tableau N°16 : Mobiliers de bureau : (en Ariary)

Rubriques	Apport en nature			A financer		
	Quantité	P.U	Montant	Quantité	P.U	Montant
Table de bureau	01	30.000	30.000	02	40.000	80.000
Chaises de bureau	02	15.000	30.000	04	15.000	60.000
Chaises de visiteurs	-	-	-	01	70.000	70.000
Machine	01	10.000	10.000	-	-	-
Armoire	-	-	-	01	200.000	200.000
TOTAL	-	-	70.000	-	-	410.000

Source : Calcul du promoteur

Ce tableau nous présente que l'apport du gérant propriétaire s'élève à Ar 70.000 des mobiliers de bureau de l'entité et les matériels à financer sont d'Ar 410.000. Cela explique que nous avons aussi besoin de financement auprès des bailleurs pour acheter ces matériels.

1.1.3-Matériels informatiques :

Elles sont composées d'ordinateurs, d'imprimante, d'onduleurs.

Tableau N°17 : Coût des matériels informatiques : (en Ariary)

Rubriques	Apport en nature			A financer		
	Quantité	P.U	Montant	Quantité	P.U	Montant
Ordinateurs	01	600.000	600.000	01	700.000	700.000
Imprimante	-	-	-	01	200.000	200.000
Onduleur	01	100.000	100.000	01	100.000	100.000
TOTAL	-	-	700.000	-	-	1.000.000

Source : Calcul du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que les matériels déjà acquis s'élève à Ar 700.000 et les matériels à acquérir coûtent à Ar 1.000.000. Donc, nous avons encore besoin de ce montant pour financer les matériels informatiques de l'entité.

1.1.4-Matériels et outillages :

Les matériels et outillages sont composés de panier, de sac plastique, de couteaux, Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous le coût de chaque matériel selon leur caractéristique.

Tableau N°18 : Matériels et outillages :

Rubriques	Apport en nature			A financer		
	Quantité	P.U	Montant	Quantité	P.U	Montant
Panier	10	2.000	20.000	-	-	-
Sac plastique	20	800	16.000	-	-	-
Couteaux	10	500	5.000	-	-	-
TOTAL	-	-	41.000	-	-	00

Source : Calcul du promoteur

Ce tableau nous présente le coût des matériels et outillages. Pour cela, nous avons constaté que le coût des matériels déjà acquis s'élève à Ar 41.000.

1.1.5-Matériel de transport :

Pour transporter les porcs vers la capitale, nous avons besoin d'une voiture comme 4 x 4 bâchée ou bien une camionnette même en état d'occasion. Ces matériels coûtent à Ar 9.000.000.

1.1.6-Agencement et installation de chantier :

Ce sont les travaux complémentaires afférents à l'installation des matériels (bureau, informatiques). Le coût total de l'installation s'élève à Ar 1.000.000.

Nous avons souligné aussi que le coût de terrain s'élève à Ar 4.000.000

1.1.7-Récapitulation des immobilisations et investissement :

Tableau N°19 : Récapitulation des immobilisations et investissement : (en Ariary)

Rubriques	Apport en nature	A financer	TOTAL
Terrain	4.000.000		4.000.000
Constructions	-	35.000.000	35.000.000
Mobiliers de bureau	70.000	410.000	480.000
Matériels informatiques	700.000	1.000.000	1.700.000
Matériels de transport	-	9.000.000	9.000.000
Matériels et outillages	41.000	-	41.000

Agencement et installation	1.000.000	-	1.000.000
Emprunt en numéraire	-	15.000.000	15.000.000
Fonds de roulement	3.000.000	-	3.000.000
Imprévus	-	100.000	100.000
TOTAL	8.811.000	60.510.000	69.321.000

Source : Calcul du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que l'apport en capital du gérant propriétaire s'élève à Ar 8.811.000 et le coût des matériels à acquérir s'élevant aussi à Ar 60.510.000. Donc, nous avons besoin une collaboration avec la banque ou une autre institution financière pour obtenir un financement sur l'achat des matériels nécessaires. Abordons maintenant les charges liées à l'exploitation.

1.2-Charges liées à l'exploitation :

Les charges comprendront les charges sur salaire et les autres charges. Le premier, ce sont les salaires mensuels attribués à chaque personnel. La deuxième, ce sont les fournitures de bureau, les outillages, le carburant, la publicité, l'entretien et réparation des matériels surtout les matériels de transport, les impôts et taxes,...

1.2.1-Salaires prévisionnels du personnel pour l'année 1 :

Ce sont les charges du personnel qui participe directement aux activités de l'entité comme l'IRSA, CNaPS, et OSIE. Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-dessous la répartition des charges sur salaire du personnel de l'entité.

Tableau N°20 : Salaire prévisionnel avec les charges y afférant : (en Ariary)

Fonctions	E	Salaire mensuel	Ch. salariales		Ch. patronales		IRSA	NAP
			Cnaps	Osie	Cnaps	Osie		
Gérant	1	180 000	-	-	23 400	9 000	9 400	138 200
Commercial	1	120 000	1 200	1 200	-	-	7 245	110 355
Ouvriers	4	320 000	3 200	3 200	-	-	13 580	300 020
Secrétaire	1	100 000	1 000	1 000			6 780	91 220

Chauffeur	1	80 000	800	800			6 540	71 860
Gardien	1	50 000	500	500	-	-	5 012	43 988
TOTAL	9	770 000	5 900	5 900	23 400	9 000	42 017	683 783

Source : Proposition du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que les charges patronales s'élèvent à Ar 32.400 et les charges sur salaire du personnel sont d'Ar 11.800 au total. Nous avons remarqué aussi que le salaire du personnel est d'Ar 683.783 par mois. Donc, l'impôt sur le revenu salarial assimilé (IRSA) s'élève à Ar 42.017. Ce dernier est à déclarer auprès de service des impôts dans la région d'Itasy avant le 15 du mois suivant.

1.2.2-Salaires prévisionnels du personnel sur cinq ans :

Tableau N°21 : Prévision de salaire du personnel sur 5 ans : (en Ariary)

Fonctions	E	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	1	1 658 400	1 658 400	1 630 000	1 640 000	1 650 000
Commercial	1	1 324 260	1 324 260	1 330 000	1 340 000	1 350 000
Ouvriers	4	3 600 240	3 600 240	3 660 000	3 670 000	3 680 000
Secrétaire	1	1 094 640	1 094 640	1 100 000	1 120 000	1 130 000
Chauffeur	1	862 320	862 320	870 000	872 000	876 000
Gardien	1	527 856	527 856	530 000	540 000	550 000
TOTAL	9	9 067 716	9 067 716	9 120 000	9 182 000	9 236 000

Source : Proposition du promoteur

Ce tableau nous présente le salaire prévisionnel du personnel sur cinq ans d'exploitation de l'entité. Pour cela, nous avons constaté qu'il ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'activités. Ils sont d'Ar 9.067.716 à la première année et atteignent de Ar 9.236.000.

1.2.3-Autres charges prévisionnelles pour l'année 1 :

Ce sont les charges indirectes qui ne peuvent affecter directement le coût d'un service comme l'électricité, publicité, réparation des matériels, l'impôt. Le tableau ci-après nous montre les dépenses mensuelles de ces charges.

Tableau N°22 : Autres charges prévisionnelles pour l'année 1 : (en millier d'Ariary)

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	--------------

Electricité	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	1 080
Loyer	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Petites et Outillage	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Fournitures	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
Carburant	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1 200
Publicité	50	50	50	50	50	50							300
Entretien			60			60			60			60	240
Taxes	200												200
TOTAL	580	380	440	380	380	440	330	330	390	330	330	390	4 700

Source : Estimation du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté qu'au mois de janvier, les charges s'élèvent jusqu'à Ar 580.000 car au moment de création, le propriétaire est obligé de payer les taxes qui s'élève à Ar 200.000. Pour les mois suivants, ces charges sont autour d'Ar 330.000 à Ar 440.000 par mois. Ces charges s'élèvent à Ar 4.700.000 pour l'année 1.

1.2.4-Les autres charges sur cinq ans :

Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous l'évolution de ces autres charges au cours de cinq années d'exploitation.

Tableau N°23 : Prévision des autres charges sur 5 ans : (En Ariary)

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Electricité	1 080 000	1 100 000	1 200 000	1 300 000	1 320 000
Loyer	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 210 000
Petites et Outillage	240 000	250 000	260 000	270 000	280 000
Fournitures	240 000	250 000	260 000	270 000	280 000
Carburant	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 210 000
Publicité	300 000	150 000	70 000		
Entretien	240 000	250 000	260 000	270 000	280 000
Taxes	200 000	220 000	230 000	240 000	250 000
TOTAL	4 700 000	4 620 000	4 680 000	4 750 000	4 830 000

Source : Estimation du promoteur

Vu ce tableau, nous avons remarqué que les autres charges diminuent à la deuxième année

d'activités car le budget de publicité est diminué jusqu'à la troisième année d'exploitation. En quatrième année, l'entité ne fait plus de publicité.

Section 2 : Tableau d'amortissement :

Le principe de la constitution des amortissements est la récupération de fonds investis lors de l'acquisition des immobilisations. Il est un moyen qui permet d'acquérir des nouveaux matériels. Donc, nous avons besoin d'une politique qui constitue un instrument privilégié de la défense du capital et de sa croissance. Elle consiste à assurer le renouvellement ou bien l'augmentation de capital.

Alors, nous utilisons la méthode d'amortissement linéaire dans tous les matériels et nous présentons dans un tableau ci-après la constitution des amortissements du projet au cours de cinq années des activités.

D'où, pour la détermination de la durée d'utilisation de ces matériels, nous appliquons la formule suivante :

Tableau N°24 : Tableau des amortissements : (en Ariary)

Année 1 :

Rubriques	D	Valeur d'origine	Amortissement	Valeur nette
Construction	10	35 000 000	3 500 000	31 500 000
M de bureau	5	480 000	96 000	384 000
M. Informatiques	4	1 700 000	425 000	1 275 000
Matériels et outillages	5	41 000	8 200	32 800
M. Transport	10	9 000 000	900 000	8 100 000
A. Installation	10	1 000 000	100 000	900 000
TOTAL		12 221 000	1 529 200	10 691 800

Source : Calcul du promoteur

Année 2 :

Rubriques	D	Valeur d'origine	Amortissement	Valeur nette
Construction	10	31 500 000	3 500 000	28 000 000
M de bureau	5	384 000	96 000	288 000
M. Informatiques	4	1 275 000	425 000	850 000
Matériels et outillages	5	32 800	8 200	24 600
M. Transport	10	8 100 000	900 000	7 200 000
A. Installation	10	900 000	100 000	800 000
TOTAL		10 691 800	1 529 200	9 162 600

Source : Calcul du promoteur

Année 3 :

Rubriques	D	Valeur d'origine	Amortissement	Valeur nette
Construction	10	28 000 000	3 500 000	24 500 000
M de bureau	5	288 000	96 000	192 000
M. Informatiques	4	850 000	425 000	425 000
Matériels et outillages	5	24 600	8 200	16 400
M. Transport	10	7 200 000	900 000	6 300 000
A. Installation	10	800 000	100 000	700 000
TOTAL		9 162 600	1 529 200	7 633 400

Source : Calcul du promoteur

Année 4 :

Rubriques	D	Valeur d'origine	Amortissement	Valeur nette
Construction	10	24 500 000	3 500 000	21 000 000
M de bureau	5	192 000	96 000	96 000
M. Informatiques	4	425 000	425 000	0
Matériels et outillages	5	16 400	8 200	8 200
M. Transport	10	6 300 000	900 000	5 400 000
A. Installation	10	700 000	100 000	600 000
TOTAL		7 633 400	1 529 200	6 104 200

Source : Calcul du promoteur

Année 5 :

Rubriques	D	Valeur d'origine	Amortissement	Valeur nette
Construction	10	21 000 000	3 500 000	17 500 000
Mde bureau	5	96 000	96 000	0

M. Informatiques	4	0	425 000	-425 000
Matériels et outillages	5	8 200	8 200	0
M. Transport	10	5 400 000	900 000	4 500 000
A. Installation	10	600 000	100 000	500 000
TOTAL		6 104 200	1 529 200	4 575 000

Source : Calcul du promoteur

RECAPITULATION DES AMORTISSEMENTS :

Rubriques	D	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Construction	10	3 500 000	3 500 000	3 500 000	3 500 000	3 500 000
M de bureau	5	96 000	96 000	96 000	96 000	96 000
M informatiques	4	425 000	425 000	425 000	425 000	0
M Outillages	5	8 200	8 200	8 200	8 200	8 200
M Transport	10	900 000	900 000	900 000	900 000	900 000
A et installation	10	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
TOTAL		5 029 200	5 029 200	5 029 200	5 029 200	4 604 200

Source : Calcul du promoteur

A l'égard ce tableau, nous avons constaté que les amortissements ne changent pas jusqu'à la quatrième année d'activité et s'élèvent à Ar 5.029.200. A la cinquième année d'exploitation, les amortissements diminuent à Ar 4.604.200 car les matériels informatiques seront amortis à la quatrième année d'exploitation d'entité. Donc, il est indispensable d'acheter des nouveaux matériels informatiques pour avoir un maximum de résultat du projet ou bien avoir des activités rentables.

Section 3 : Tableau de remboursement des dettes :

Le montant total des investissements est de Ar 69.321.000 qui se repartit d'apport en capital de Ar 8.811.000 et à financer de Ar 60.510.000. Cela explique que nous avons encore besoin de ce dernier auprès des institutions financières. Pour cela, nous choisissons la banque BOA avec taux d'emprunt de 20 % remboursables au cours de 5 ans et le remboursement devrait se faire chaque année c'est-à-dire que le projet rembourse annuellement Ar 12.102.000 avec les intérêts y afférent.

Pour calculer l'annuité, nous utilisons la formule suivante :

On donne : a : annuité

C : montant de l'emprunt Ar 60.510.000

i : taux de capitalisation 20 %

n : la durée de récupération des capitaux investis 5ans

Tableau N°25 : Tableau de remboursement des dettes (en Ariary)

Années	Capital début (1)	Intérêts C x i (2)	Amortissements C/n (3)	Annuité C/n + Ci (4)	Capital fin (1)-(3)
1	60 510 000	12 102 000	12 102 000	24 204 000	48 408 000
2	48 408 000	9 681 600	12 102 000	21 783 600	36 306 000
3	36 306 000	7 261 200	12 102 000	19 363 200	24 204 000
4	24 204 000	4 840 800	12 102 000	16 942 800	12 102 000
5	12 102 000	2 420 400	12 102 000	14 522 400	0
TOTAL		36 306 000	60 510 000	96 816 000	

Source : Calcul du promoteur

Ce tableau nous montre le montant à payer par an avec les intérêts y afférents et nous avons remarqué que les capitaux investis sont amortis totalement dans 5 ans.

Section 4 : Plan de financement :

Le plan de financement a pour but de faire apparaître les variations des ressources financières de l'entreprise au cours d'un exercice ou des exercices et les emplois qui en ont été fait. Donc, pour avoir plus de détails, nous présenterons dans le tableau ci-après les variations de fonds de roulement à partir des variations des ressources et des emplois de l'entreprise.

Comme ressources, ce sont l'apport en capital, l'autofinancement, les amortissements, l'emprunt à long et à moyen terme à la Banque BOA. Et, les emplois sont des immobilisations sauf le fonds de roulement et les imprévus et le remboursement de capital investi. Alors, le tableau ci-dessous nous montre les variations des ressources et des emplois de l'entité.

Tableau N°26 : Tableau de financement (en Ariary)

Rubriques	Montant	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Apport en capital	8 811 000					
Résultat	-	13 262 800	21 619 740	28 937 280	31 984 340	41 903 800

Amortissements	-	5 029 200	5 029 200	5 029 200	5 029 200	4 604 200
Emprunt à LMT BOA	60 510 000					
A-T.RESSOURCES	69 321 000	18 292 000	26 648 940	33 966 480	37 013 540	46 508 000
Immobilisations corporelles	51 321 000					
Remboursement		24 204 000	21 783 600	19 363 200	16 942 800	14 522 400
B- T.EMPLOIES	51 321 000	24 204 000	21 783 600	19 363 200	16 942 800	14 522 400
C- Variations FR (A-B)	18 000 000	-5 912 000	4 865 340	14 603 280	20 070 740	31 985 600
D- Variations de BFR	-	-	-	-	-	-
E- Variations TRESO (C-D)	18 000 000	-5 912 000	4 865 340	14 603 280	20 070 740	31 985 600
F- C.TRESO (E+F...)	18 000 000	12 088 000	16 953 340	31 556 620	51 627 360	83 612 960

Source : Calcul du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que la tenue de la trésorerie est d'Ar 18.000.000 au début de l'exploitation. Cette somme ne cesse d'augmenter au cours de cinq années d'activités du projet. Cela veut dire que le promoteur pourra renouveler les matériels amortis à la cinquième année d'activités. Elle est d'Ar 12 087 200 à la première année et atteint d'Ar 83 613 000 à la cinquième année.

Section 5 : Comptes de gestion :

Les comptes de gestions sont composés de la classe 6 et de 7. Pour cela, la classe 6 regroupe toutes les charges liées à l'exploitation du projet et la classe 7 rassemble toutes les ventes à effectuer au cours de cinq années d'activités. Donc, les comptes de gestion appartiennent au compte de résultat d'une entreprise. Alors, les charges sont constituées par des opérations commerciales dont le but est de faire augmenter la perte de l'entité et de faire aussi apparaître les différentes charges dans la classe 6, comme les charges sur achat, sur exploitation, financières et exceptionnelles. En revanche, les produits sont constitués par des opérations commerciales aussi. Toutefois le but est de faire accroître le résultat de l'entité c'est-à-dire que le bénéfice de l'entreprise. D'où, les objectifs principaux de notre projet, ce seront d'accroître le crédit de gestion et de diminuer le débit de ce compte. Et entre la colonne des produits et la colonne des charges dégagent le résultat net après impôts sur le bénéfice de l'entité.

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

Dans ce chapitre, nous allons analyser et étudier successivement le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité, le plan de la trésorerie annuelle du projet et enfin le bilan prévisionnel de ce projet. Voyons tout d'abord le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité.

Section 1 : Compte de résultat prévisionnel et la rentabilité :

Le compte de résultat permet de connaître la performance de l'entité. Donc, à partir de ce compte, le responsable peut faire de prévision ou budget pour les exercices suivants notamment sur l'établissement de budget et le diagnostic financier au sein de l'entité. Pour ce faire, nous allons voir en premier lieu le compte de trésorerie mensuelle prévisionnelle du projet puis les structures financières et enfin, la rentabilité des activités envisagées.

1.1-Compte de résultats prévisionnels :

Le compte de résultat permet de connaître la performance de l'entreprise. Donc, à partir de ce compte, le responsable peut faire de prévision ou budget pour les exercices suivants notamment sur

l'établissement de budget et le diagnostique financier au sein de l'entreprise. Alors, nous allons présenter dans le tableau ci-après le compte de résultats par nature du projet.

Tableau N°27 : Compte de résultats par nature : (en Ariary, en millier)

Rubriques	<i>Année 1</i>	<i>Année 2</i>	<i>Année 3</i>	<i>Année 4</i>	<i>Année 5</i>
Chiffre d'affaires	64.000	80.000	80.000	112.000	120.000
1-Production de l'exercice	64.000	80.000	80.000	112.000	120.000
Achats consommés	19.400	24.185	24.185	30.380	31.910
Autres consommations	4.700	4.620	4.680	4.750	4.830
2-Consommation de l'exercice	24.100	28.805	28.865	35.130	36.740
3-Valeur ajoutée d'exploitation	39.900	51.195	51.135	76.870	83.260
(1-2)=3					
Charges du personnel (3')	9.067	9.067	9.120	9.182	9.236
Impôts, taxes et versements assimilés (3')	200	220	230	240	250
4-Excedent brut d'exploitation (3-3')	30.633	41.908	41.785	67.448	73.774
Dotations aux amortissements	5.029	5.029	5.029	5.029	4.604
5-Résultat opérationnel	25.604	36.879	36.956	62.419	69.170
Charges financières	12 102	9 681	7 261	4 840	2 420
Charges exceptionnelles	0	4.920	0	24.615	22.871
6-Résultat avant impôt	13 502	22 278	29.695	32.964	43 879
Impôt (IRNS)	240	659	758	980	1.976
7-Résultat net de l'exercice	13 262	21 619	28 937	31.984	41.903

Source : calcul du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que les résultats nets de l'exercice ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation du projet. Il est d'Ar 13.262.000 pour l'année 1 et atteint d'Ar 41.903.000 à la cinquième année d'activité. Cela explique que la situation financière de l'entité est saine, donc, le promoteur peut élargir les investissements dans la région d'exploitation.

1.2-Flux net de trésorerie

Dans cette partie, nous allons présenter ci-dessus le flux de trésorerie de l'entreprise au cours des cinq années d'activités.

Tableau N°28 : Flux de trésorerie : (en Ariary)

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
1-Flux de trésorerie liés à l'activité					
Résultat net de l'exercice	13 262 800	21 619 740	28 937 280	31.984 900	41.903 800
Dotations aux amortissements	5 029 200	5 029 200	5 029 200	5 029 200	4 604 200
Variations des stocks	6 040 900	4 884 960	2 595 780	-2 595 780	10 895 080
Variation des clients et autres créances	52 148 700	-19 600 000	38 302 500	-28 160 540	37 744 740
Variations des fournisseurs et autres dettes	70 191 600	-20 815 440	51 554 520	-37 274 160	-14 522 .400
Flux de Trésorerie générée A	146 673 200	-8 881 540	126 419 280	-31 016 380	80 625 420
Flux de trésorerie liés aux investissements	-	-	-	-	-
Décaissements sur immobilisations	-47 221 000	-	-	-	-
Encaissements sur cessions	-	-	-	-	-
Flux de trésorerie aux investissements B	-47 221 000	-	-	-	-
Flux de trésorerie de financement	-	-	-	-	-
Remboursement d'emprunt	24 204 000	21 783 600	19 363 200	16 942 800	14 522 400
Emission d'emprunt	60 510 000	-	-	-	-
Flux de trésorerie de financement C	84 714 000	21 783 600	19 363 200	16 942 800	14 522 400
Variations de trésorerie (A + B + C)	184 166 200	12 972 060	145 782 480	-14 073 580	95 147 820
Trésorerie d'ouverture	0	12 088 000	16 953 340	31 556 620	51 627 360
Trésorerie de clôture	12 088 000	16 953 340	31 556 620	51 627 360	83 612 960
Variations de trésorerie (CL – OV)	12 088 000	4 865 340	14 603 280	20 071 740	31 985 600

Source : Calcul du promoteur

Ce tableau nous présente le flux de trésorerie au cours des cinq années d'exploitation du

projet.

Section 2 : Bilan prévisionnel :

Ce bilan nous permet de connaître la situation globale sur la situation financière de l'entreprise notamment à propos des patrimoines de l'entité. Donc, pour avoir plus d'explication, nous présenterons dans le tableau ci-après la situation de l'actif et de passif de l'entité.

Tableau N°29 : Bilan d'ouverture :

ACTIF	Montant brut	PASSIF	Montant brut
Actif non courant :	51.221.000	Capitaux propres :	8.811.000
Immobilisation incorporelle :	0	Capital social	8.811.000
Frais développement Immobilisation		Passif non courant :	60.510.000
corporelle :	4.000.000	Emprunt	60.510.000
Terrain	35.000.000		
Construction	480.000		
Mobilier de bureau	41.000		
Matériel et outillage	1.700.000		
Matériel informatique	9.000.000		
Matériel de transport	1.000.000		
Agencement et installation			
Actif courant :	18.100.000		
Trésorerie	18.100.000		
TOTAL ACTIF	69.321.000	TOTAL PASSIF	69.321.000

Source : Calcul du promoteur

Ce tableau nous présente la situation financière de l'entité au début d'exploitation. Pour cela, nous avons constaté que la tenue de la trésorerie s'élève à Ar 18.100.000.

Tableau N°30: Bilan prévisionnel pour l'année 1 : en Ariary

Actif	Valeur Brute	Amort	Valeur Nette	Passif	Valeur Nette
Actif non courant				Capitaux propres	
Terrain	4 000 000	0	4 000 000		
Construction	35 000 000	3 500 000	31 500 000	Capital	8 811 000
MB	480 000	96 000	384 000	Report à nouveau	
Matériels info	1 700 000	425 000	1 275 000	Résultat net	13 262 800
Matériels et outillages	41 000	8 200	32 800		
Matériels de transport	9 000 000	900 000	8 100 000		
Agencement	1 000 000	100 000	900 000		
TANC	51 221 000	5 029 200	46 191 800	TCP	22 073 800
Actif courant				Passif non courant	
Stocks	6 040 900		6 040 900	Dettes	70 191 600
Clients	52 148 700		52 148 700	Autres dettes	0
Trésorerie	12 088 000		12 088 000	Fournisseurs	24 204 000
TAC			70 277 600	TPNC	94 395 600
TOTAL ACTIF			116 469 400	TOTAL PASIF	116 469 400

Tableau N°31 : Bilan prévisionnel pour l'année 2 : en Ariary

Actif	Valeur Brute	Amort	Valeur Nette	Passif	Valeur Nette
Actif non courant				Capitaux propres	
Terrain	4 000 000	0	4 000 000		
Construction	31 500 000	3 500 000	28 000 000	Capital	8 811 000
MB	384 000	96 000	288 000	Report à nouveau	
Matériels info	1 275 000	425 000	850 000	Résultat net	21 619 740
Matériels et outillages	32 800	8 200	24 600		
Matériels de transport	8 100 000	900 000	7 200 000		
Agencement	900 000	100 000	800 000		
TANC	46 191 800	5 029 200	41 162 600	TCP	30 430 740
Actif courant				Passif non courant	
Stocks	10 925 860		10 925 860	Dettes	49 376 160
Clients	32 548 700		32 548 700	Autres dettes	0
Trésorerie	16 953 340		16 953 340	Fournisseurs	21 783 600
TAC			60 427 900	TPNC	71 159 760
TOTAL ACTIF			101 590 500	TOTAL PASIF	101 590 500

Tableau N°32 : Bilan prévisionnel pour l'année 3 : en Ariary

Actif	Valeur Brute	Amort	Valeur Nette	Passif	Valeur Nette
Actif non courant				Capitaux propres	
Terrain	4 000 000	0	4 000 000		
Construction	28 000 000	3 500 000	24 500 000	Capital	8 811 000
MB	288 000	96 000	192 000	Report à nouveau	6 022 700
Matériels info	850 000	425 000	425 000	Résultat net	28 937 280
Matériels et outillages	24 600	8 200	16 400		
Matériels de transport	7 200 000	900 000	6 300 000		
Agencement	800 000	100 000	700 000		
TANC	41 162 600	5 029 200	36 133 400	TCP	43 770 980
Actif courant				Passif non courant	
Stocks	7 480 740		7 480 740	Dettes	30 739 080
Clients	18 702 500		18 702 500	Autres dettes	0
Trésorerie	31 556 620		31 556 620	Fournisseurs	19 363 200
TAC			57 739 860	TPNC	50 102 280
TOTAL ACTIF			93 873 260	TOTAL PASIF	93 873 260

Tableau N°33 : Bilan prévisionnel pour l'année 4 : en Ariary

Actif	Valeur Brute	Amort	Valeur Nette	Passif	Valeur Nette
Actif non courant				Capitaux propres	
Terrain	4 000 000	0	4 000 000		
Construction	24 500 000	3 500 000	21 000 000	Capital	8 811 000
MB	192 000	96 000	96 000	Report à nouveau	15 606 320
Matériels info	425 000	425 000	0	Résultat net	31 984 340
Matériels et outillages	16 400	8 200	8 200		
Matériels de transport	6 300 000	900 000	5 400 000		
Agencement	700 000	100 000	600 000		
TANC	36 133 400	5 029 200	31 104 200	TCP	56 401 660
Actif courant				Passif non courant	
Stocks	0		0	Dettes	14 280 360
Clients	10 141 960		10 141 960	Autres dettes	4 586 260
Trésorerie	51 627 360		51 627 360	Fournisseurs	16 942 800
TAC			61 769 320	TPNC	35 809 420
TOTAL ACTIF			92 873 520	TOTAL PASIF	92 873 520

Tableau N°34 : Bilan prévisionnel pour l'année 5 : en Ariary

Actif	Valeur Brute	Amort	Valeur Nette	Passif	Valeur Nette
Actif non courant				Capitaux propres	
Terrain	4 000 000	0	4 000 000		
Construction	21 000 000	3 500 000	17 500 000	Capital	8 811 000
MB	96 000	96 000	0	Report à nouveau	20 117 400
Matériels info	0	425 000	-425 000	Résultat net	41 903 800
Matériels et outillages	8 200	8 200	0		
Matériels de transport	5 400 000	900 000	4 500 000		
Agencement	600 000	100 000	500 000		
TANC	31 104 200	5 029 200	26 075 000	TCP	70 832 200
Actif courant				Passif non courant	
Stocks	8 299 300		8 299 300	Dettes	0
Clients	9 584 200		9 584 200	Autres dettes	42 216 860
Trésorerie	83 612 960		83 612 960	Fournisseurs	14 522 400
TAC			101 496 460	TPNC	56 739 260
TOTAL ACTIF			127 571 460	TOTAL PASIF	127 571 460

D'après ces tableaux, nous avons constaté que l'entité a des créances vis à vis de ses clients au cours des cinq années d'activités. Ces créances sont très remarquables à la première année d'activités qui s'élèvent à Ar 52.000.000 environ. La disponibilité, c'est à dire la situation financière à la banque ne cesse d'augmenter au cours de la durée prévue de l'entité. Elle est d'Ar 12 088 000 à la première année et atteint d'Ar 83.612. 960 à la cinquième année. Et pour le passif du bilan, nous avons remarqué que l'entreprise doit payer ses dettes envers la banque avec les intérêts y afférents. En plus, nous avons constaté que le résultat n'arrête d'accroître pendant cinq années d'activités.

CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET :

Nous avons pu démontrer la pertinence du projet et effectuer une analyse de sa faisabilité et

rentabilité au cours des cinq années d'activités. La création de ce projet dans la commune rurale Soamahamanina, district de Miarinarivo, région Itasy constitue un investissement qui se juge sur la rentabilité des activités. Il s'agit maintenant pour valider la création, d'effectuer une évaluation de l'entité, de dégager les valeurs apportées par l'entité sur le plan économique, financier et social. Cette évaluation consiste à mettre en exergue les résultats enfantés par la création au niveau de l'entité mais aussi au niveau macroéconomique et microéconomique de la région d'exploitation. Alors, dans ce chapitre, nous évaluerons successivement ci-après l'entité sur le plan économique, financier, et social à l'aide des outils et des critères d'évaluation cités dans la première partie de ma recherche. Voyons tout d'abord l'évaluation économique.

Section 1 : Evaluation économique :

La création de ce projet dans la commune rurale de Soamahamanina, district Miarinarivo, région Itasy entraîne un développement non seulement sur le plan social mais aussi économique notamment sur le domaine d'élevage. Elle crée aussi un recrutement au sein de l'entité diminuant le taux de chômage de la région. Pendant cinq années d'activités, nous avons remarqué que le chiffre d'affaires prévisionnelles ne cesse d'augmenter. Cette augmentation permet de stimuler la valeur ajoutée de l'entité. Cette dernière est d'Ar 39.900.000 à la première année et atteint d'Ar 83.260.000 en cinquième année d'exploitation de l'entité. En outre, la création du projet dans cette ville contribue à l'accroissement de la richesse de la région d'exploitation. En effet, en mettant à la disposition du marché régional une technique d'élevage participant au développement du pays en général. Ce projet enrichit aussi la région de ses inventions et permet la région d'augmenter les investissements sur le plan social. Abordons maintenant l'évaluation financière du projet à l'aide des outils et critères énoncés dans la première partie de ma recherche.

Section 2 : Marge brute d'autofinancement :

Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous le calcul de la marge brute d'autofinancement du projet sur cinq années d'activités.

Tableau N°35 : Calcul de Marge Brute Autofinancement : (En Ar)

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Résultat	13 262 800	21 619 740	28 937 280	31 984 340	41 903 800
Amortissement	5 029 200	5 029 200	5 029 200	5 029 200	4 604 200
MBA	18 292 000	26 648 940	33 966 480	37 013 540	46 508 000

Source : calcul du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que la marge brute d'autofinancement ne cesse d'augmenter au cours de cinq années d'activités.

Section 3 : Evaluation financière :

Dans cette section, nous évaluerons ce projet à l'aide des outils et des critères d'évaluation cités dans le dernier chapitre de la première partie de ma recherche.

3.1-Sur les outils d'évaluation du projet :

Nous évaluerons ci-après le projet à l'aide de valeur actualisée nette, du taux de rentabilité interne, d'indice de profitabilité et de délai de récupération des capitaux investis.

3.1.1-Valeur actualisée nette :

Nous allons calculer la Valeur Actuelle Nette par la formule suivante :

Avec MBA : Marge Brute d'Autofinancement

i : Taux d'actualisation (20 % dans les banques primaires)

n : la durée de la récupération des capitaux investis

C : montant d'investissement s'élevant à Ar 69.321.000

Tableau N°36 : Calcul de la Valeur Actuelle Nette : En Ariary

Années	MBA	$(1,20)^{-j}$	MBA $(1,20)^{-j}$
1	18 292 000	0,8	14 633 600
2	26 648 940	0,7	18 654 258
3	33 966 480	0,6	20 379 888
4	37 013 540	0,5	18 506 770
5	46 508 000	0,4	18 603 200
TOTAL			90 777 716

D'après ce tableau, nous pouvons calculer facilement la valeur actuelle nette, donc, on peut écrire la relation suivante :

$$VAN = 90\,777\,716 - 69.321.000$$

$$VAN = \text{Ar } 21.456\,716$$

D'où, la valeur actuelle nette est largement positive. Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi. Le projet génère un bénéfice certain. Alors, ce résultat nous permet de dire que le projet est viable à long terme et rentable.

3.1.2-Taux de rentabilité interne :

C'est le taux d'actualisation annulant le bénéfice net du projet.

Tableau N°37 : Calcul du taux de rentabilité interne : En Ariary

Années	MBA	20%	100%
1	18 292 000	14 633 600	9 146 000

2	26 648 940	18 654 258	6 662 235
3	33 966 480	20 379 888	4 245 810
4	37 013 540	18 506 770	2 313 346
5	46 508 000	18 603 200	1 453 375
TOTAL		90 777 716	23 820 766

Pour calculer le taux de rentabilité interne, nous effectuons une interpolation linéaire par la relation suivante :

$$\begin{array}{ccc}
 20 \% & \text{TRI} & 100 \% \\
 \\
 90\,777\,716 & 69.321.000 & 23\,820\,766 \\
 \\
 69.321.000 - 90\,777\,716 & \text{TRI} - 20 \% & \\
 \\
 & = & \\
 23\,820\,766 - 90\,777\,716 & 100 \% - 20 \% &
 \end{array}$$

$$\begin{array}{ccc}
 - 21\,456\,716 & \text{TRI} - 20\% & \\
 \\
 & = & \\
 - 66\,956\,950 & 100 \% - 20 \% &
 \end{array}$$

$$(\text{TRI} - 20 \%) \times 66\,956\,950 = (100 \% - 20 \%) \times 21\,456\,716$$

$$\text{TRI} - 20 \% = 0,32 \times 80\%$$

$$\text{TRI} - 20 \% = 25,6\%$$

$$\text{TRI} = 45,6 \%$$

Le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'actualisation s'élevant à 20%. Donc, le projet dispose d'une marge de sécurité de 25,6% pour l'emprunteur. Alors, cette marge de sécurité permet à l'entreprise de s'endetter davantage.

3.1.3-L'indice de profitabilité :

$$IP = \frac{90\,777\,716}{69.321.000}$$

$$IP = 1,31$$

D'après ce résultat, nous constatons que l'indice de profitabilité est supérieur à 1. Donc, la rentabilité est supérieure aussi au taux de capitalisation. Cela veut dire qu'Ar 1,00 investi rapporte 0,31 Ar environ.

3.1.4-La durée de récupération des capitaux investis :

Pour connaître la capacité de récupération des capitaux investis, nous le calculons à l'aide de la Marge Brute Autofinancement.

Tableau N°38 : Calcul de la durée de récupération des capitaux investis : En Ariary

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
MBA	18 292 000	26 648 940	33 966 480	37 013 540	46 508 000
MBA Cumulée	18 292 000	44 940 940	78 907 420	115 920 960	162 428 960
Investissement		69 321 000			

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

Soit « d » la date à déterminer, donc nous avons :

44 940 940 69.321.000 78 907 420 MBA cumulée

2 d 3 année

$$d = \frac{69.321.000 - 44\,940\,940}{78\,907\,420 - 44\,940\,940} + 2 = \frac{24\,380\,060}{33\,966\,480} + 2 = 2,72$$

$d = 2,72$ années

$0,72 \times 12 \text{ mois} = 8,64 \approx 8 \text{ mois}$

$0,64 \times 30 \text{ jours} = 19,20 \approx 19 \text{ jours}$

Dans notre cas, les capitaux investis sont récupérés durant la troisième année d'exploitation ou plus exactement 8 mois et 18 jours de l'année 3. Donc, les capitaux investis seront récupérés au cours de mois de septembre, c'est-à-dire que le 18 septembre de l'année 3.

3.2-Sur les critères d'évaluation du projet :

Dans cette section, nous évaluerons ce projet sur les critères d'évaluation, c'est à dire que nous allons voir successivement la pertinence, l'efficacité, l'efficience, l'impact de projet et la durée de vie de projet.

3.2.1-La pertinence :

Durant l'analyse de la situation financière du projet, nous constatons que le projet est rentable et viable à long terme. Donc, il rapporte des impacts directs pour la population de la région d'exploitation, notamment dans la commune rurale de Soamahamanina, district de Miaraminarivo, région Itasy non seulement sur le plan social mais aussi sur le plan de l'économie de

la région. Alors, ce projet est pertinent et rapporte un développement de l'ensemble de la population de la région.

3.2.2-L'efficacité du projet :

Notre projet est efficace car les objectifs sont atteints sans réduire les moyens utilisés tels que matériels informatiques, matériels et outillages, pendant les cinq années d'exploitations. Cela veut dire que ce projet n'utilise que les matériels au début des activités. Donc, le projet est efficace et produit un effet attendu de la population dans la région d'exploitation.

3.2.3-L'efficience du projet :

A la première année d'activité, les matériels utilisés sont tous neufs. Après un an d'utilisation, ces matériels sont amortis environ de 20 % à 25 % de la valeur d'origine. Donc, il y a une diminution de la valeur des matériels utilisés. Et si nous regardons le chiffre d'affaires prévisionnelles du projet, nous avons constaté qu'ils ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'activités.

3.2.4-Durée de vie du projet :

Comme nous avons vu dans le calcul de la valeur actuelle nette du projet, nous avons constaté qu'elle est largement positive et s'élève à Ar 21.456.716. Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi et le projet génère un bénéfice certain. Alors, ce résultat nous permet de dire que le projet est viable à long terme et rentable.

3.2.5-L'impact du projet :

Après l'analyse à l'aide des outils d'évaluation du projet, nous constatons que le projet est rentable et viable à long terme. Donc, la rentabilité de ce projet entraîne une évolution dans la région d'exploitation surtout au point de vue économique et aussi sur le plan social car la création du projet engendre des emplois pour les jeunes dans la région d'exploitation. Et cette création d'emploi peut diminuer le taux de chômage de la région.

Section 4 : Evaluation sociale :

Pendant l'évaluation financière du projet, nous avons remarqué que ce projet est rentable. Donc, la situation financière de ce projet est viable à long terme et rentable. Alors, le projet pourra contribuer à une création d'emploi dans la région d'exploitation et le responsable du projet pourra aussi améliorer les conditions de travail ou augmenter les masses salariales de ses employés qui

auront un impact favorable et fiable pour l'ensemble du personnel. D'où, le pouvoir d'achat de travailleur augmente en fonction de la rentabilité du projet.

Section 5 : Cadre logique du projet :

Objectifs globaux	Logique d'intervention	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyen de vérification	Hypothèses critiques
	Contribuer au développement de la région d'exploitation.	Pratique d'élevage intensif	Visite sur terrain	Contrôle permanent du parc, confiance de la population.
	Augmenter la production de porcs pour satisfaire, les besoins clientèles.	Augmentation de 40% du cheptel sur 5 ans	Rapport annuel du gérant propriétaire	Faible fluctuation de prix vis-à-vis des concurrents.
	Améliorer le système de production de porcs marchands.	300 à 350kg sur chaque individu à la fin du cycle	Rapport des ouvriers	Application plus stricte des normes à appliquer sur la consommation
Objectifs spécifiques	Renforcer la capacité de production sur le marché.	Augmentation de 18% de production à chaque année d'activité.	Rapport du promoteur	Importation réduite de produits concurrents
Résultats	Extension des investissements	Parc du porc construit ; existence du terrain occupé.	Rapport d'activité annuelle du promoteur, ministère des eaux et forêts	Respect du délai de cycle de vie, des normes à suivre sur la conduite d'élevage
Activités	Acquisition des matériels nécessaires fixes.	Équipements installés	Bon de livraison	Consentement des fournisseurs à livrer les matériels à temps
	Montage des matériels	Installation fonctionnelle	Descente sur terrains	Existence des techniciens compétents
	Acquisition des matériels roulants	1 véhicule	Bon de livraison	Existence des matériels roulants.
	Gestion des fonds	Ar18.100.000 dans le bilan	Livre de compte	Budget prévisionnel réaliste
	Achat des MP	Proviendes et sac plastique	Factures.	Consentement des fournisseurs à livrer les matières premières
	Rémunération du personnel	Personnels du projet y compris gérant	Fiche de paie	Consentement des employés
Intrants	Organisation structurelle	Raison sociale : entreprise individuelle.	Titre de constitution	L'Etat offre un terrain gratuitement

	Dossiers techniques	Types de produits : Large White	Manuel de production	l'entreprise respecte les cahiers de charges
	Technicien spécialisé	1 technicien en même temps gérant	Contrat de travail pour les personnels	Les matériels sont disponibles localement
	Ressources financières	Apport : 8.811.000 Emprunt : 60.510.000	Relevé bancaire	L'inflation est maîtrisée

CONCLUSION

La recherche que nous avons effectuée dans la commune rurale de Soamahamanina, district de Miarinarivo, région Itasy nous permet de dégager un certain nombre des problèmes surtout en matière d'élevage surtout porcin. Dans ce cas, nous avons constaté que l'élevage porcin n'est pas encore développé dans la région. Quelque personne seulement qui fait ce genre d'activité dans la zone. Il s'agit respectivement de X et Y. Néanmoins, les produits offerts sont non seulement chers mais aussi insuffisants par rapport au besoin des clients. Malgré, nous avons pu mener cette recherche d'une façon fructueuse et dans un climat favorable avec la population, les agents économiques de la région, et clients potentiels cibles.

Pour la réalisation du projet dans la commune de Soamahamanina, nous avons fait une étude de marché notamment sur les produits offerts par les concurrents dans la région d'exploitation. Pour cela, nous avons constaté que notre projet domine en accaparant jusqu'à 38 % du marché global dans la région d'Itasy. Cela veut dire que les concurrents s'occupent 62 % seulement sa part de marché de la région. En dehors de la région, c'est à dire dans la région Analamanga, nous avons constaté que la part du marché du projet diminue à 31 %. Cela explique que les concurrents s'occupent à 69 % sur le marché dans l'ex-province d'Antananarivo. Mais cela dépendra objectivement de notre politique et de notre stratégie d'exploitation. Nous avons constaté aussi qu'il y a beaucoup des concurrents dans la région Analamanga notamment dans la périphérie de la capitale sur l'élevage porcin. Mais cela n'empêche pas de créer ce projet dans la région d'Itasy en vue de créer une nouvelle technique d'élevage et de satisfaire les besoins des clients dans la région.

Pour la politique marketing à suivre, nous avons adopté comme politique l'améliorer de la position de l'entité vis à vis de concurrents sur le marché. Dans ce cas, il faut que le produit offert doit remplir le besoin de clients, la compétitivité des produits vis à vis des concurrents, la maîtrise de relation entre la qualité et le prix de produit, la maîtrise de service après vente. Sur la politique de prix, il suffit d'écraser tout simplement le prix pratiqué de concurrents sur le marché. Pour la

politique de distribution, nous utiliserons la stratégie intensive pour atteindre le maximum de clients. C'est un circuit de distribution direct, c'est à dire une relation entre l'entité et les clients. Pour la politique de communication et de promotion, l'entité a mis en place une communication directe c'est à dire qu'il n'y a pas des intermédiaires entre l'entité et les clients. Cette politique facilite aussi le suivi et le contrôle du service marketing et réduit les charges sur la publicité des produits même elle peut vendre leurs services sans publicité.

En revanche, la promotion c'est l'ensemble de moyens pour stimuler les clients en achetant notre produit. Elle a pour rôle de mettre en contact permanent, par le biais d'un canal entité et sa clientèle se communique un message. Dans notre cas, on emploie le système de réduction de prix sur les produits c'est à dire que l'entité donne une réduction de prix jusqu'à 10 %, si les clients achètent plus de cinq porcs. Réduction de 5 %, si les clients achètent plus de deux porcs.

Avant de réaliser ce projet dans la commune de Soamahamanina, le gérant propriétaire a mis en place les moyens nécessaires comme les moyens humains, financiers et matériels. Puis, nous avons évalué la capacité des produits envisagés. Sur les chiffres d'affaires prévisionnels, nous avons constaté qu'ils ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'activités de l'entité. Il est d'Ar 64.000.000 à la première année et atteint d'Ar 120.000.000 à la cinquième année d'activité. Cette situation permet au promoteur d'accroître aussi les investissements dans la région d'exploitation.

Pour la structure organisationnelle, nous avons choisi un organigramme d'une entité individuelle pour faciliter le contrôle et suivi du personnel. Sur les investissements, le coût total des investissements s'élève à Ar 69.321.000 dont l'apport en capital est d'Ar 8.811.000 et à financer s'élève à Ar 60.510.000. Le remboursement des capitaux investis est fixé de cinq ans, et les intérêts s'élèvent à Ar 36 306 000 pour un taux de 20 % au cours des cinq années d'activités du projet.

Enfin, l'étude financière du projet nous permet la connaissance de la rentabilité des activités à partir des outils et critères d'évaluations. Pour cela, le projet est rentable et viable à long terme car la valeur actuelle nette est largement positive qui s'élève à 21.456.716 Ariarys. Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi. Le projet génère un bénéfice certain. Le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'actualisation s'élevant à 20 %.

Donc, le projet dispose d'une marge de sécurité de 25,6% pour l'emprunteur. Alors, cette marge de sécurité permet à l'entreprise de s'endetter davantage. En plus de cela, nous constatons

que l'indice de rentabilité est supérieur à 1. Donc, la rentabilité est supérieure aussi au taux de capitalisation. Cela veut dire qu'Ar 1,00 investi rapporte 0,31 Ar environ. En outre, les capitaux investis sont récupérés durant la troisième année d'exploitation ou plus exactement 8 mois et 18 jours de l'année 3.

Donc, les capitaux investis seront récupérés au cours de mois de septembre, c'est-à-dire que le 18 septembre de l'année 3. Alors, plus la durée est courte, plus le projet est rentable.

Vu la situation financière saine, le propriétaire peut augmenter les investissements dans la région d'exploitation. Cela procure à une augmentation des produits intérieurs bruts de la région, de même, de notre pays en général. D'où, l'évolution de la production vendue et de chiffre d'affaires prévisionnel provoque l'augmentation de taux de croissance économique de la région.

BIBLIOGRAPHIE

- ❖ A.MONCHAL et GIRIEUD, **Techniques quantitatives de gestion par la pratique**, Edition Foucher, Année 2000, pages 180
- ❖ **Cabinet L’ACTION, avril 2004**. Etude sur la situation et les perspectives de développement de la filière porcine à Madagascar. MPE, rapport final Mai 2004. 150pages
- ❖ C.CRISTIAN.P, « **Analyse de rentabilité d’entreprise** », Edition FOUCHER, Année 2002, 180 pages,
- ❖ Christian.P, « **Notion fondamentale de la gestion d’entreprise** », Edition Foucher, Année 1996, 180 pages.
- ❖ Daniel SOULIE, « **Analyse économique et stratégique d’Entreprise** », Edition CEF, Année 2000, 200 pages.
- ❖ « **Dictionnaire du Marketing** », Ouvrage collectif, Hatier, Année 1998, 748 pages
- ❖ Edith GINGLINGER, **Gestion financière de l’entreprise**, Mémentos Dalloz, 1991
- ❖ Fabien BAUGARD, « **Gestion et création d’entreprise** », Edition Foucher, Année 2000, 220pages,
- ❖ Fabien BAUGARD, « **Management et gestion d’entreprise** », Edition JEUNE, Année 1999, 240 pages,
- ❖ **HOLMES David, 1991**. Le Porc. Maisonneuve et Larose. CTA. Le technicien d’agriculture tropicale. Paris.180pages
- ❖ Jacques SEGUELA, « **La publicité** », les Essentiels Milan, Année 1997, 200 pages,
- ❖ Octave GELINIER, « **Stratégie de l’entreprise et motivation des hommes** », Paris, Hommes et techniques, Année 1996, 311 pages.
- ❖ **RASOLOMANANA Dieudonné, 1998**. Ny Fiompina Kisoa. Edition Ambozontany-Antananarivo. 178pages
- ❖ « **Cours de Contrôle de gestion et Gestion stratégique en 4^{ème} Année** », **RALISON Roger**, Maître de Conférences, Enseignant au Département en Gestion.
- ❖ **SERRRES H., 1989**. Précis d’élevage du porc dans la zone tropicale. Manuel et précis d’élevage .Institut d’élevage et de médecine vétérinaire des pays tropicaux. Paris. 598pages

ANNEXES

ANNEXE I : Date probable de mise bas selon la date de saillie

S : date de la saillie

MB : date probable de mise bas

<i>S</i>	<i>M</i> <i>B</i>	<i>S</i>	<i>M</i> <i>B</i>	<i>S</i>	<i>M</i> <i>B</i>	<i>S</i>	<i>MB</i>	<i>S</i>	<i>M</i> <i>B</i>	<i>S</i>	<i>MB</i>	<i>S</i>	<i>M</i> <i>B</i>	<i>S</i>	<i>M</i> <i>B</i>	<i>S</i>	<i>M</i> <i>B</i>	<i>S</i>	<i>M</i> <i>B</i>	<i>S</i>	<i>MB</i>	<i>S</i>	<i>MB</i>
<i>ja</i>	<i>Av</i>	<i>Fe</i>	<i>M</i>	<i>Ma</i>	<i>Ju</i>	<i>Av</i>	<i>Jul</i>	<i>M</i>	<i>Ao</i>	<i>Ju</i>	<i>Se</i>	<i>Ju</i>	<i>Oc</i>	<i>Ao</i>	<i>No</i>	<i>Se</i>	<i>De</i>	<i>Oc</i>	<i>Ja</i>	<i>No</i>	<i>F</i>	<i>De</i>	<i>Ma</i>
<i>n</i>	<i>r</i>	<i>v</i>	<i>ai</i>	<i>r</i>	<i>n</i>	<i>r</i>		<i>ai</i>	<i>û</i>	<i>n</i>	<i>pt</i>	<i>l</i>	<i>t</i>	<i>û</i>	<i>v</i>	<i>p</i>	<i>c</i>	<i>t</i>	<i>n</i>	<i>v</i>	<i>evr</i>	<i>c</i>	<i>r</i>
1	25	1	26	1	23	1	24	1	23	1	23	1	23	1	24	1	24	1	23	1	23	1	25
2	26	2	27	2	24	2	25	2	24	2	24	2	24	2	25	2	25	2	24	2	24	2	26
3	27	3	28	3	25	3	26	3	25	3	25	3	25	3	26	3	26	3	25	3	25	3	27
4	28	4	29	4	26	4	27	4	26	4	26	4	26	4	27	4	27	4	26	4	26	4	28
5	29	5	30	5	27	5	28	5	27	5	27	5	27	5	28	5	28	5	27	5	27	5	29
6	30	6	31	6	28	6	29	6	28	6	28	6	28	6	29	6	29	6	28	6	28	6	30
	Ma		Ju	7	29	7	30	7	29	7	29	7	29	7	30	7	30	7	29		Ma	7	31
7	i 1	7	n 1	8	30	8	31	8	30	8	30	8	30	8	31	8	31	8	30	7	r 1		Av r 1
8	2	8	2		Jul		Ao	9	31		Oct	9	31		De		Ja		Fe	8	2	8	
9	3	9	3	9	1	9	1		Se	9	1	²	No	9	1	9	1	9	1	9	3	9	2
								p					v										
10	4	10	4	10	2	10	2	10	1	10	2	10	1	10	2	10	2	10	2	10	4	10	3
11	5	11	5	11	3	11	3	11	2	11	3	11	2	11	3	11	3	11	3	11	5	11	4
12	6	12	6	12	4	12	4	12	3	12	4	12	3	12	4	12	4	12	4	12	6	12	5
13	7	13	7	13	5	13	5	13	4	13	5	13	4	13	5	13	5	13	5	13	7	13	6
14	8	14	8	14	6	14	6	14	5	14	6	14	5	14	6	14	6	14	6	14	8	14	7
15	9	15	9	15	7	15	7	15	6	15	7	15	6	15	7	15	7	15	7	15	9	15	8
16	10	16	10	16	8	16	8	16	7	16	8	16	7	16	8	16	8	16	8	16	10	16	9
17	11	17	11	17	9	17	9	17	8	17	9	17	8	17	9	17	9	17	9	17	11	17	10
18	12	18	12	18	10	18	10	18	9	18	10	18	9	18	10	18	10	18	10	18	12	18	11
19	13	19	13	19	11	19	11	19	10	19	11	19	10	19	11	19	11	19	11	19	13	19	12
20	14	20	14	20	12	20	12	20	11	20	12	20	11	20	12	20	12	20	12	20	14	20	13
21	15	21	15	21	13	21	13	21	12	21	13	21	12	21	13	21	13	21	13	21	15	21	14
22	16	22	16	22	14	22	14	22	13	22	14	22	13	22	14	22	14	22	14	22	16	22	15
23	17	23	17	23	15	23	15	23	14	23	15	23	14	23	15	23	15	23	15	23	17	23	16
24	18	24	18	24	16	24	16	24	15	24	16	24	15	24	16	24	16	24	16	24	18	24	17
25	19	25	19	25	17	25	17	25	16	25	17	25	16	25	17	25	17	25	17	25	19	25	18
26	20	26	20	26	18	26	18	26	17	26	18	26	17	26	18	26	18	26	18	26	20	26	19
27	21	27	21	27	19	27	19	27	18	27	19	27	18	27	19	27	19	27	19	27	21	27	20
28	22	28	22	28	20	28	20	28	19	28	20	28	19	28	20	28	20	28	20	28	22	28	21
29	23	29	23	29	21	29	21	29	20	29	21	29	20	29	21	29	21	29	21	29	23	29	22
30	24	30	24	30	22	30	22	30	21	30	22	30	21	30	22	30	22	30	22	30	24	30	23
31	25	31	25	31	23	31	23	31	22	31	23	31	22	31	23	31	23	31	23	31	25	31	24

ANNEXE VII : Poids de lisier d'un porc à l'engraissement

Poids vif (kg)	Age Ci	Semaine d'engraissement	Poids de lisier (gr)/jour	Poids de lisier (gr)/semaine
25	77-83	1	100	700
29	84-90	2	116	812
34	91-97	3	136	952
39	98-104	4	156	1092
44	105-111	5	176	1232
49	112-118	6	196	1372

55	119-125	7	220	1540
60	126-132	8	240	1 680
65	133-139	9	260	1820
70	140-146	10	280	1960
76	147-153	11	304	2 128
81	154-160	12	324	2268
86	161-167	13	344	2408
91	168-174	14	364	2548
97	175-181	15	388	2716
102	182-188	16	408	2856
107	189-195	17	428	2996
112	196-203	18	448	3 136
TOTAL				34216

QUESTIONNAIRES

Nom de l'enquêté : x

Du 24 Juillet 2007

Lieu Miarinarivo

1-Est ce que vous connaissez bien l'élevage porcin?

Oui Non

2-Est ce que vous êtes d'accord pour la mise en place d'un élevage porcin ?

Oui Non

3-Combien coûte le kilo de viande de porcs?

Ar 5600 ou Ar 5800 ou Ar 6000

4-Chaque jour, combien de kilo de viande de porcs vendez-vous ?

5-Combien est-il votre revenu mensuel ?

6-Combien est-il votre revenu annuel ?

QUESTIONNAIRES

Nom de l'enquêté : y

Du 24 Juillet 2007

Lieu Soamahamanina

1-Est ce que vous connaissez bien l'élevage porcin?

Oui Non

2-Est ce que vous êtes d'accord pour la mise en place d'un élevage porcin?

Oui Non

3-Combien coûte le kilo de viande de porcs?

Ar 5600 ou Ar 5800 ou Ar 6000

4-Chaque jour, combien de kilo de viande de porcs vendez-vous ?

5-Combien est-il votre revenu mensuel ?

6-Combien est-il votre revenu annuel ?

QUESTIONNAIRES

Nom de l'enquêté : z

Du 24 Juillet 2007

Lieu Analakely

1-Est ce que vous connaissez bien l'élevage porcin ?

Oui Non

2-Est ce que vous êtes d'accord pour la mise en place d'un élevage porcin ?

Oui Non

3-Combien coûte le kilo de viande de porcs?

Ar 5600 ou Ar 5800 ou Ar 6000

4-Chaque jour, combien de kilo de viande de porcs vendez-vous ?

5-Combien est-il votre revenu mensuel ?

6-Combien est-il votre revenu annuel ?

QUESTIONNAIRES

Nom de l'enquêté : w

Du 24 Juillet 2007

Lieu Anosibe

1-Est ce que vous connaissez bien l'élevage porcin?

Oui Non

2-Est ce que vous êtes d'accord pour la mise en place d'un élevage porcin ?

Oui Non

3-Combien coûte le kilo de viande de porcs ?

Ar 5600 ou Ar 5800 ou Ar 6000

4-Chaque jour, combien de kilo de viande de porcs vendez-vous ?

5-Combien est-il votre revenu mensuel ?

6-Combien est-il votre revenu annuel ?

QUESTIONNAIRES

Nom de l'enquêté : o

Du 24 Juillet 2007

Lieu Ambolokandrina

1-Est ce que vous connaissez bien l'élevage porcin?

Oui Non

2-Est ce que vous êtes d'accord pour la mise en place d'un élevage porcin ?

Oui Non

3-Combien coûte le kilo de viande de porcs?

Ar 5600ou Ar 5800 ou Ar 6000

4-Chaque jour, combien de kilo de viande de porcs vendez-vous ?

5-Combien est-il votre revenu mensuel ?

6-Combien est-il votre revenu annuel ?

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET	
CHAPITRE I: PRESENTATION DU PROJET.....	4
Section 1 : Historique du projet	4
1.1- Origine	4
1.2- Maladie et évolution.....	4
1.3- Choix de zone d'implantation du projet.....	6
1.4- Principales activités du projet.....	7
1.4.1- Elevage porcin et vente des fumiers.....	7
1.4.2- Commercialisation des produits.....	7
Section 2 : Caractéristiques du projet.....	8
2.1- But et objectif du projet	8
2.2- Intérêt du projet.....	9
CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE ET ASPECT MARKETING	10
Section 1 : Description du marché cible	10
1.1- Domaine d'élevage et d'exploitation du projet.....	10
1.2-Part du marché visé.....	10
Section 2 : Etude marché dans la région d'exploitation.....	12
2.1-Analyse de l'offre.....	12
2.1.1- Quantité et qualité de produit à offrir dans la région d'exploitation.....	12
2.1.2- Clientèle cible.....	12
2.2- Analyse de la concurrence.....	12
2.2.1- Concurrents dans la région d'exploitation.....	13
2.2.2- Concurrents en dehors de la région d'exploitation.....	13
2.2.3- Concurrents indirects.....	14
2.3 – Analyse de la demande.....	14
2.3.1- Volume de la demande dans la région.....	15
2.3.2- Besoin des clients.....	15
2.4- Stratégie et Politique marketing envisagée.....	16
2.4.1- Stratégie marketing à adopter.....	16
2.4.1.1- Stratégie push.....	16
2.4.1.2- Stratégie pull.....	17
2.4.2- Politique marketing mix.....	17
2.4.2.1- Politique de produit.....	17

2.4.2.2- Politique de prix.....	18
2.4.2.3- Politique de distribution.....	18
2.4.2.4- Politique de communication et de promotion.....	19
CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS, LES CRITERES D'EVALUATION ET LA STRUCTURE FINANCIERE	20
Section 1 : Outils d'évaluation du projet.....	20
1.1- Valeur actuelle nette	20
1.1.1- Définition	20
1.1.2- Formule	20
1.1.3- Interprétation	20
1.2- Taux de rentabilité interne	21
1.2.1- Définition	21
1.2.2- Formule	21
1.2.3- Interprétation	21
1.3- Indice de profitabilité	21
1.3.1- Définition	21
1.3.2- Formule	21
1.3.3- Interprétation	21
1.4- Délai de récupération des capitaux investis	22
1.4.1- Définition	22
1.4.2- Formule	22
1.4.3- Interprétation	22
Section 2 : Critères d'évaluation du projet	22
2.1- Pertinence	22
2.2- Efficacité	22
2.3- Efficience	23
2.4- Durée de vie	23
2.5- Impact	23
Section 3 : Structure financière	24
3.1- Les ratios	24
3.1.1- Définition	24
3.1.2- Formules	24
3.1.3- Interprétations	25
3.2- La rentabilité	25
3.2.1- Formules	26

3.2.2- Interprétations	26
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET	
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION ET DE REALISATION	27
Section 1 : Ressources à mettre en place.....	27
1.1- Ressources financières.....	27
1.2- Ressources humaines.....	27
1.3- Ressources matérielles.....	28
Section 2 : Caractéristique d’approvisionnement.....	29
2.1- Méthode d’achat de matière première à adopter.....	30
2.2- Processus de production.....	30
2.3- Critère d’évaluation de stock à choisir.....	32
CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ET DE REALISATION ENVISAGEE...	33
Section 1 : Facteurs de production à mettre en place	33
1.1-Différents facteurs de production et de réalisation.....	33
1.1.1- Facteurs humains.....	33
1.1.2- Facteur financiers.....	33
1.1.3- Facteurs matériels.....	34
1.2- Capacité d’accueil de porc envisagé.....	34
Section 2 : Dépenses sur la production en matières premières	34
2.1-Dépenses sur chaque unité de réalisation.....	34
2.2-Prévision d’achat de porcelet et de matière première.....	35
2.2.1-Achat prévisionnel pour l’année 1	35
2.2.2-Achat prévisionnel sur cinq années	35
Section 3 : Prévision de vente envisagée.....	37
3.1-Quantité produite prévisionnelle	37
3.1.1- Quantité produite réalisé en nombre pour la première année.....	37
3.1.2- Quantité produite réalisé sur cinq ans	38
3.2- Chiffres d’affaires prévisionnels.....	38
3.2.1- Chiffre d’affaires prévisionnel pour la première année.....	38
3.2.2- Chiffre d’affaires prévisionnel sur cinq ans.....	39
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE.....	40
Section 1 : Structure organisationnelle	40
1.1- Fonction.....	40
1.2-Organigramme choisi	40
Section 2 : Organisation de travail à adopter.....	41

2.1-Service de direction.....	41
2.2-Service de d'exploitation.....	42
2.3-Service commercial	42
Section 3 : Chronogramme.....	42
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINNCIERE DU PROJET	
CHAPITRE I : COUT D'INVESTISSEMENT ET FINANCEMENT.....	43
Section 1 : Coût des investissements.....	43
1.1-Immobilisations	43
1.1.1- Infrastructures envisagées.....	43
1.1.2- Mobiliers du bureau.....	44
1.1.3- Matériels informatique.....	44
1.1.4- Matériels et outillages.....	45
1.1.5- Matériel de transport.....	45
1.1.6- Agencement et installation de chantier	45
1.1.7- Récapitulation des immobilisations et investissement.....	46
1.2- Charges liées à l'exploitation.....	46
1.2.1- Salaires prévisionnels pour l'année1.....	47
1.2.2- Salaire prévisionnels du personnel sur cinq ans.....	47
1.2.3-Autres charges prévisionnelles pour l'année1.....	48
1.2.4- Les autres charges sur cinq ans.....	48
Section 2 : Tableau d'amortissement	49
Section 3 : Tableau de remboursement des dettes	52
Section 4 : Plan de financement	53
Section 5 : Compte de gestion.....	54
CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE LA FAISABILITE....	55
Section 1 : Comptes de résultat prévisionnel et la rentabilité.....	55
1.1- Compte de résultats prévisionnels.....	55
1.2- Flux net de trésorerie.....	57
Section 2 : Bilan prévisionnel	61
CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET	65
Section 1 : Evaluation économique	65
Section 2 : Marge brute d'autofinancement.....	66
Section 3 : Evaluation financière.....	66

3.1-Sur les outils d'évaluation du projet	66
3.1.1- Valeur actualisée nette (VAN).....	66
3.1.2- Taux de rentabilité interne	67
3.1.3- Indice de profitabilité	69
3.1.4- La durée de récupération des capitaux investis	69
3.2-Sur les critères d'évaluation du projet	70
3.2.1- La pertinence	71
3.2.2-L'efficacité du projet	71
3.2.3-L'efficience du projet	71
2.2.4-Durée de vie du projet	71
2.2.5-L'impact du projet	71
Section 4 : Evaluation sociale	72
Section 5 : Cadre logique du projet.....	73
CONCLUSION	74
BIBLIOGRAPHIE	
ANNEXES	
TABLE DES MATIERES	