

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET	4
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET	5
Section 1 : Historique du projet	5
Section 2 : Caractéristiques du projet envisagé	12
CHAPITRE II – ETUDE DU MARCHÉ VISE	15
Section 1 : La description du marché	15
Section 2 : Analyse de l’offre	16
Section 3 : Analyse de la demande	19
Section 4 : Politiques marketing envisagées et stratégies à suivre	20
CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS, LES CRITERES D’EVALUATION, ET SUR LES STRUCTURES FINANCIERES	25
Section 1 : Les outils d’évaluation du projet	25
Section 2 : Les critères d’évaluation du projet	27
Section 3 : Les structures financières	28
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DE PROJET	33
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION	34
Section 1 : Les techniques à mettre en place	34
Section 2 : La caractéristique de l’approvisionnement	37
CHAPITRE II : LA CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE	38
Section 1 : Production envisagée	38
Section 2 : Le dépense en matières premières	39

Section 3 : Prévision de vente	43
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE	48
Section 1 : Organisation envisagée	48
Section 2 : La description des tâches principales de chaque responsable	50
Section 3 : Chronogramme	52
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET	54
CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS	55
Section 1 : Le coût des investissements	55
Section 2 : Tableau d'amortissement	62
Section 3 : Plan de financement	63
Section 4 : Tableau de remboursement des dettes	65
Section 5 : Le compte de gestion	66
CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE	67
Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité	67
Section 2 : Plan de trésorerie	71
Section 3 : Le tableau des grandeurs caractéristiques de gestion	72
Section 4 : Bilan prévisionnel	73
CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET	75
Section 1 : Evaluation �conomique	75
Section 2 : Evaluation financière	75
Section 3 : Evaluation sociale	79
CONCLUSION GENERALE	80

REMERCIEMENTS

Malgré les efforts qu'on a déployés, ce mémoire de maîtrise n'aurait pu être mené à terme sans la collaboration d'autres personnes. Ainsi, j'adresse mes sincères remerciements et entières reconnaissances tout d'abord à Dieu qui m'a donné le soutien, la force, la motivation et l'intelligence et ensuite à :

- *Monsieur **RAKOTOBÉ** Pascal, professeur titulaire, Président de l'Université d'Antananarivo.*
- *Monsieur **RAKOTOARISON** Rado Zoherilaza, Maître de conférence, Doyen de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie.*
- *Monsieur **RALISON** Roger, Maître de conférence, Chef du Département Gestion, mon encadreur enseignant, qui a bien voulu accepter pour faire l'honneur de présenter ce mémoire de fin d'études en gestion.*
- *Madame **ANDRIANALY** Saholiarimanana, Directeur du centre d'études et de recherches en gestion, professeur responsable de l'option organisation.*
- *Monsieur **RAMINONJATOVO** Etienne, Chef du projet de Télé Centre dans la société Telma, enseignant auprès du département gestion, mon encadreur professionnel qui a apporté sa forte contribution dès le début de mes recherches, malgré ses hautes et lourdes responsabilités, il m'a permis d'acquérir une excellence formation dans la gestion et création d'entreprise.*
- *Tous les enseignants vacataires.*
- *Enfin, je tiens à remercier ma famille, qui m'a soutenu moralement et financièrement.*
- *Mes amis, qui ont aimablement apporté leurs commentaires et remarques.*
- *Toutes les personnes qui, de près ou de loin, m'ont aidées à la réalisation de ce travail.*

Merci

LISTE DES ABREVIATIONS

D C	: Début de la Campagne
PC	: Pleine Campagne
FC	: Fin de la Campagne
VAN	: Valeur Actuelle Nette
MBA	: Marge Brute d'Autofinancement
TRI	: Taux de la Rentabilité Interne
IP	: Indice de la Profitabilité
DRCI	: Délai de la Récupération de Capitaux Investis
C	: Capital Investi
I	: Taux de capitalisation
RFP	: Ratio de Financement Permanent
RAF	: Ratio d'Autonomie Financière
RELT	: Ratio d'Endettement à Long Terme
RC	: Rentabilité Commerciale
RCI	: Rentabilité des Capitaux Investis
RDRP	: Rentabilité De Rendement Propre
RFCP	: Rentabilité Financière des Capitaux Propres
FIFO	: First In First Out
LIFO	: Last In First Out
PDR	: Plan de Développement Régional
INSTAT	: Institut National des Statistiques
IRSA	: Impôt sur les Revenus Salariaux
CNAPS	: Caisse Nationale des Prévoyances Sociales
OSTIE	: Organisme Sanitaire Inter Entreprise
RAF	: Responsable Administratif et Financier
RTP	: Responsable Technique et Production
FDB	: Fourniture De Bureaux
E .elec	: Eau et électricité
MMB	: Matériel et Mobilier de Bureau
BOA	: Bank Of Africa
T.E	: Total des Encaissements
T. DEC	: Total des Décaissements
LMT	: Long et Moyenne Terme
CH	: Charges
RBE	: Résultat Brut Exceptionnel

LISTE DES TABLEAUX

- Tableau N° 01 : Part du marché visé
- Tableau N° 02 : Le tarif d'oignons auprès des cultivateurs et des concurrents
- Tableau N° 03 : Les tarifs des concurrents en dehors de la région (en kilo)
- Tableau N°04 : Situation globale de la demande
- Tableau N°05 : Dépenses sur chaque unité de production pour la culture
- Tableau N°06 : Achat prévisionnel pour l'année 1
- Tableau N°07 : Achat prévisionnel pour l'année 2
- Tableau N°08 : Achat prévisionnel pour l'année 3
- Tableau N°09 : Achat prévisionnel pour l'année 4
- Tableau N°10 : Achat prévisionnel pour l'année 5
- Tableau N°11 : Prévision de vente en quantité pour la première année
- Tableau N°12 : Les prévisions des ventes sur 5ans
- Tableau N°13 : Le chiffre d'affaires prévisionnel pour l'année 1
- Tableau N°14 : Le chiffre d'affaires prévisionnel sur 5ans
- Tableau N°15 : Coût des constructions
- Tableau N°16 : Matériels et mobiliers de bureau
- Tableau N°17 : Coût des matériels informatiques
- Tableau N°18 : Matériels et outillages
- Tableau N°19 : Récapitulation des immobilisations et investissement
- Tableau N° 20 : Charges sur salaire
- Tableau N°21 : Prévision de salaire du personnel sur 5ans
- Tableau N°22 : Autres charges
- Tableau N°23 : Prévision des autres charges sur 5ans
- Tableau N°24 : Tableau des amortissements
- Tableau N°25 : Tableau de financement
- Tableau N°26 : Tableau de remboursement des dettes
- Tableau n°27 : Trésorerie mensuelle prévisionnelle
- Tableau n°28 : Calcul des ratios
- Tableau n°29 : Calcul de rentabilité
- Tableau N°30 : Plan de trésorerie
- Tableau n°31 : Tableau des grandeurs caractéristiques de gestion
- Tableau n°32 : Bilan prévisionnel
- Tableau n°33 : Présentation de calcul de la VAN
- Tableau n°34 : Tableau de calcul TRI
- Tableau n°35 : Tableau de calcul DRCI

INTRODUCTION

Dans le cadre de la stratégie de développement rapide et durable, l'Etat Malagasy encourage le renforcement et l'appui des capacités institutionnelles du secteur productif, particulièrement les secteurs primaires et secondaires qui présentent fortement un impact sur la croissance rapide et la réduction de la pauvreté du pays en mettant en place un plan de développement régional dans chaque chef lieu de région, ce plan vise à améliorer et redéfinir l'efficacité des institutions et acteurs impliqués dans l'exécution de la politique agricole, 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 afin de promouvoir une croissance agricole significative.

La filière oignonnière constitue un créneau bénéfique mais elle semble bien sous exploitée à cause de la méconnaissance de la technique culturale, l'insuffisance de moyen de production et le nombre très restreint des producteurs professionnels d'oignons dans les zones productrices d'Analamanga à savoir Manjakandriana, Talatavolonondry, Anjozorobe et Ambohidratrimo.

C'est pour cette raison que nous avons choisi comme thème de mémoire intitulé : « ***Projet de plantation et de commercialisation d'oignons dans la commune rurale d'Avaratsena : District d'Ambohidratrimo*** »

En tant que projet à but lucratif, notre objectif consiste à assurer une rentabilité propre à nos activités pour la bonne marche et la bonne continuité en vue d'accroître les investissements et d'étendre par la suite le projet partout dans la région d'Analamanga toute entière voire dans les autres provinces.

L'objectif principal du projet consiste à développer et à exploiter la filière oignonnière. Puisque la demande d'oignons sur le marché national et régional est relativement supérieure à l'offre, ce projet envisage donc à produire jusqu' à 500 tonnes d'oignons par an.

Pour ce faire, nous avons besoin de stratégie de développement comme la professionnalisation de la culture, en améliorant le moyen de la productivité pour accroître le rendement et en assurant la qualité de service offerte auprès des clients afin

de pouvoir mieux se positionner. Ainsi, on pourrait faire face à la rude concurrence et satisfaire les besoins et les attentes des clients

La création de ce projet dans la commune d'Avaratsena contribue à une évolution non seulement pour ce district mais aussi pour la région toute entière car ce projet permet :

- _ Du côté des cultivateurs, d'accroître leurs ventes
- _ Et celui des clients, d'obtenir une satisfaction
- _ Pour l'Etat, d'améliorer davantage sa caisse à l'aide de contribution aux droits et taxes.
- _ Sur le plan social, les jeunes surtout, peuvent en profiter pour améliorer leurs conditions de vie par la création d'emploi.

Comme méthodologie d'approche, nous avons adopté pour la recherche la méthode de questionnaire auprès des différentes associations des collecteurs et des cultivateurs d'oignons dans la région d'Analamanga pour bien maîtriser la plantation et la bonne gestion de ce projet. Ensuite, nous avons profité de consulter les ouvrages bibliographiques disponibles auprès des différents ministères comme l'Agriculture , l'Elevage et le ministère de commerce pour mieux comprendre les normes et les qualités de production envisagée et de maîtriser les conditions nécessaires pour sauvegarder la beauté de l'environnement de la région d'exploitation. Enfin, nous avons aussi consulté des documents auprès de l'INSTAT à Anosy pour mieux connaître la situation géographique de la région.

Nous allons faire l'évaluation financière à l'aide des outils et des critères d'évaluation à la première partie de ma recherche.

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

- ❖ La première partie intitulée « ***l'Identification du projet*** » va essayer de montrer successivement la présentation du projet comportant 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 notamment 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 les structures financières du projet.

- ❖ C'est dans la deuxième partie réservée à « ***la Conduite du projet*** » que nous allons parler de la technique de production c'est-à-dire les différentes ressources humaines et matérielles à mettre en place et la caractéristique de l'approvisionnement à adopter.

Ensuite, nous parlerons de la capacité de production envisagée comme la présentation des dépenses en matières premières et la quantité produite prévisionnelle avec les chiffres d'affaires correspondants. Enfin, nous présentons l'organigramme, la description des principales tâches de chaque poste de travail et le calendrier d'activité du projet.

- ❖ La troisième partie consacrée à « ***l'Etude financière du projet*** ». nous permet de savoir le montant des investissements et le compte de gestion, pour cela, il faut mettre en place tout d'abord les immobilisations et investissements nécessaires, les charges de personnels prévisionnelles du projet. Ensuite, nous analysons la rentabilité et la faisabilité du projet à l'aide des formules de structures financières citées au troisième chapitre de la première partie de mon travail. Enfin, nous évaluons le projet à l'aide des outils et des critères d'évaluation à la première partie.

PREMIERE PARTIE

IDENTIFICATION DU PROJET

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET :

Dans ce chapitre, nous présentons successivement l'historique concernant la généralité de la situation géographique, les problèmes politique socio-économique, les principales activités, et la caractéristique du projet envisagée.

Voyons tout d'abord l'historique du projet,

Section 1 : Historique du projet :

Nous avons créé une unité de production et de commercialisation d'oignons dans la commune rurale d'Avaratsena, district d'Ambohidratrimo. Pour cela, nous allons voir en premier lieu la généralité sur la situation géographique de la région d'Ambohidratrimo puis les problèmes politique socio-économique, et enfin les principales activités.

1.1-Généralité sur la situation géographique :

Le district d'Ambohidratrimo est composé de 25 communes rurales et de 313 Fokontany. Il se situe à l'Ouest d'Antananarivo Renivohitra entre la capitale et le district d'Ankazobe et est entouré du district d'Antananarivo Antsimondrano au sud, du district d'Arivonimamo au sud ouest, du district d'Anjozorobe au nord ouest et du district de Manjakandriana au nord.

- ***Localisation :***

Le district d'Ambohidratrimo se situe à l'ouest de la capitale avec une superficie totale de 1.530km², il fait partie de ce qui est communément désigné comme « Grand Antananarivo ». Il est entouré au nord, à l'Est et à l'ouest par des plateaux uniformes, comme le plateau de Tampoketsa et au sud par la plaine du Betsimitatatra.

- ***Délimitation administrative :***

Le district d'Ambohidratrimo est délimité comme suit :

- A l'Est par le district d'Antananarivo renivohitra,
- Au nord par le district d'Antananarivo Avaradrano,

- A l'ouest par le district d'Anjozorobe,
- Et au sud par le district d'Antananarivo et le district d'Arivonimamo.

Nous avons remarqué que la commune d'Avaratsena se situe dans la zone nord d'Ambohidratrimo.

- ***Relief :***

Ambohidratrimo est une région qui présente un relief accidenté parce qu'elle a composé de plateaux, de montagnes ou plutôt de collines de hautes terres et de plaines comme Ambohimanoa, Andringitra, Mananjara, Babay et Lohavohitra.

D'une façon générale, les plaines outre Betsimitatatra dont seulement une portion fait partie d'Ambohidratrimo composent les éléments les plus importants de la région d'Ambohitrimanjaka, Iarinarivo, Fiadanana, Merimandroso, Amparibe et Anketsa constituant 12% de la superficie totale.

- ***Climat :***

Son climat de type « tropical d'altitude » présente deux saisons distinctes marquant la région, un été chaud et pluvieux de novembre à mai et un hiver frais à partir du mois de juin. La température varie entre 10°C et 20°C en hiver, plus de 30°C en été. La pluviométrie présente un niveau total de précipitation dépassant les 1.000mm pour une durée minima de 92jours.

- ***Sols :***

Les sols des collines sont à prédominance ferralitique, de couleur jaune rouge, donc médiocres. Par contre, les zones périphériques des fleuves sont argileuses, alluvionnaires et favorables à la culture. On voit des sols dégradés suite à des feux de brousse quasi annuels.

- ***Population :***

Dans le district d'Ambohidratrimo, le nombre total de la population s'élève à 311.561habitants et 22.211,65 habitants par km², nous avons remarqué que la commune de

Talatamaty est la plus peuplée des communes du district d'Ambohidratrimo, la moins peuplée c'est la commune d'Antsahafilo.

1.2- Problème politique socio-économique :

La présence de l'Aéroport international d'Ivato et des bases militaires aéronavales favorisent les diversités d'activités économiques dans le district d'Ambohidratrimo. Le caractère rural de la région et les principales activités de plus grand nombre de la population permettent d'affirmer que le secteur primaire et le secteur secondaire constituent de loin en terme d'occupation de l'activité économique prédominante de la région.

En matière d'Agriculture, le district d'Ambohidratrimo a une potentialité certaine en matière agricole. Néanmoins, cette potentialité se trouve limiter car seuls 5% des labours se font avec la charrue, la technique agricole traditionnelle reste peu innovatrice..

En ce qui concerne l'élevage, celui du zébu est encore traditionnel, celui des moutons peu répandu et celui des caprins presque interdit contrairement, celui du porc se trouve modernisé et très lucratif.

En ce qui concerne le produit de la ferme, le district possède des fermes de poule de chair et de poule pondeuse dans quelques communes comme à Ivato.

La pêche ne constitue pas une activité importante dans la région dans la mesure où elle ne constitue qu'un passe-temps. De plus, la pratique de la rizipisciculture est encore restreinte.

Concernant l'artisanat, généralement considéré comme activité d'appoint, l'artisanat du district d'Ambohidratrimo est caractérisé par l'utilisation de matières premières et de ressources humaines provenant de la localité. Signalons, entre autres la briqueterie, la fabrication de la charrette, l'exploitation minière, la fabrication de charbon, la broderie, la filature,

Dans le district d'Ambohidratrimo, les jours du marché se répartissent comme suit :

- Lundi à Merimandroso et Anjanadoria,
- Mardi à Ambohidratrimo,
- Mercredi à Talatamaty,
- Vendredi à Ampanotokana et Ambato,
- Samedi à Mahitsy, Ivato et Ampangabe.

1.3-Les principales activités :

L'établissement a effectué deux activités principales sur ce projet de développement économique et social dans le district d'Ambohidratrimo, en l'occurrence de :

- Plantation d'oignons
- Collecte d'oignons

Donc, nous allons voir successivement ci-après la caractéristique des activités réalisées dans la région d'exploitation.

Voyons tout d'abord la plantation d'oignons dans la commune rurale d'Avaratsena,

1.3.1-Plantation d'oignons :

- *Les techniques culturales :*

a) Pépinières :

a.1-Semences :

Dans le district d'Ambohidratrimo, les paysans produisent eux-mêmes leurs propres graines, sauf quelques uns peuvent être considérés comme des sources utiles au développement de cette culture.

Pour cela, chacun essaie alors de produire de son côté une petite quantité de semences. Les bulbes destinés à la production des graines subissent, bien sûr, une sélection basée sur les critères suivants : bulbes bien ronds, bels aspects, tailles moyennes, bien colorés.

a.2-Préparation de lits de semences :

Le semis s'effectue sur une plate-bande de 12m de large sur 12m de long.

Le labour moyen doit être succédé d'un pulvérisage et aplanissement. On sème à la volée et on recouvre les graines avec une couche de proc. Le tout est protégé par un paillage.

Le labour moyen effectué à l'angady ou à l'aide d'une charrue s'avère convenable. Pour réduire le risque de battage et de tassement, on effectue le pulvérisage avec précaution.

- On exclut, l'émiettement trop fin.
- On garde une certaine proportion entre terre fine et petites mottes.
- La levée se produit à une semaine environ du semis.
- On enlève les pailles quinze jours avant le repiquage.
- On répand alors les cendres, de préférence, issus de paille de riz.

- Une plate-bande reçoit 1 kapoaka de graines (soit environ 150g). Pour repiquer 60 planches, il faut 4 kapoaka.

b) Préparation des plates-bandes ou planches :

b.1-Nettoyage :

Les baiboho, après l'inondation, sont vite occupés par des espèces herbacées et légumineuses les plus variées. Ces missicules rendent les tâches de défrichage très pénibles. On les fauche avec un coupe-coupe. Les débris des végétaux desséchés sont incinérés sur place. Une fois le terrain est bien dégagé, on délimite les planches.

b.2-Labour :

Après cette délimitation, on effectue un labour moyen suivi de l'affinage sans apport ni de fumier, ni d'engrais.

Dans le souci de préserver la structure du sol, il est préférable d'effectuer un labour tardif et léger.

c) Repiquage :

On arrache les plants après arrosage copieux. On enlève une partie des feuilles et des racines avant le repiquage. Cet habillage produit un effet dépressif sur le rendement, mais présente quand même l'avantage de pouvoir favoriser la reprise.

Les repiquages s'effectuent dans tous les sens, mais tout en respectant un certain écartement de l'ordre de 15cm. On peut faire aussi les repiquages en ligne de 15cm sur 10cm.

On compte une densité entre 400 000 à 500 000 plants/ha. Les cultures hâtives donnent de meilleurs rendements et une forte dimension de bulbes.

d) Entretiens et traitements :

d.1-Entretiens :

Pour le sarclage et binage, malgré l'identité des soins apportés, la différence même entre ces deux entretiens requiert, de la part des producteurs, certaines réserves ou précautions, quant au degré d'application de ces entretiens. Ces deux actions s'effectuent en même temps. On recommande d'en effectuer au moins deux fois et si possible au cours des périodes suivantes :

- au début de la plantation
- au début de la tubérisation
- et peu avant la maturité.

Pour l'arrosage, l'oignon est exigeant en soin et particulièrement en eau. D'après les expériences, l'oignon est très avide d'eau. Une parcelle de 12m² nécessite 6 à 10 arrosoirs d'eau tous les deux jours.

Il arrive même aux planteurs d'arroser leurs cultures deux fois par jour, matin et soir avec la même dose. Pour faciliter les travaux d'arrosage, les puits doivent être creusés de 1 à 2m de profondeur. Il faut trois à quatre puits pour 70 planches.

La fréquence et la dose d'arrosage demeurent constante depuis le **repiquage jusqu'à** l'achèvement de la tubérisation. Dès lors, la dose est réduite à moitié. Les périodes critiques sont :

- la période de reprise
- la période de tubérisation.

Par conséquent, tout rationnement au cours de ces deux phases porte préjudice à la production.

d.2-Traitements :

Comme toutes les cultures, la culture d'oignons souffre de ses maladies et ennemis qui nécessitent des traitements adéquats.

En outre, les traitements phytosanitaires exigent un encadrement technique d'un agent spécialisé car l'inadoption des traitements conduit à des problèmes insolubles.

Pour éviter la chute ou l'insuffisance de production due aux ravages causés par les maladies et ennemis. Il est nécessaire de convaincre les planteurs à traiter les maladies et ennemis et les emmener à respecter le calendrier cultural et celui des traitements.

d.3-Maladies :

Symptôme :

En pépinière : plants manquants ou nécrosés pourris à un stade précoce dans les lignes de semis, en particulier dans les endroits déprimés plus humides.

Nom et moyens de lutte :

- Plats manquants
- Eviter l'excès d'humidité
- Rotation des pépinières
- Désinfection du sol au bénomyl (m.a) (BENLATE) dans les lignes de semis ou au permanganate de potasse dilué dans l'eau (1g/10 l/10m)
- Désinfection des semences avec un produit à base de thirame.

Symptômes :

Jaunissement des feuilles et bulbes qui se recouvrent d'une moisissure violacée.

Nom et moyens de lutte :

- MILDOU (champignon)
- Traitement préventif au manèbe méthyl-thyophamate et autre anti-mildou surtout en zones à forte nébulosité.

Symptômes :

- Dessèchement prématuré qui jaunit les extrémités des feuilles,
- Présence d'insectes minuscules sur les feuilles.
- Diminution de la turgescence plus grande sensibilité aux insectes piqueuses

Nom et moyens de lutte :

- THRIPS (Thysanoptères) : Dégâts plus importants en période sèche
- Traitement au deltaméthrine (DECIS) toutes les semaines ou au diméthoate tous les quinze (15) jours.

e) Fertilisation :

La culture oignonnière exige l'utilisation des matières organiques qui améliorent la structure du sol.

La pratique de la fumure d'oignons ne vise pas seulement la production de bulbe, mais aussi bien la bonne conservation. Il faut éviter la mauvaise alimentation en potassium au cours de la végétation et la mauvaise conservation.

f) Récoltes :

En culture oignonnière, on obtient deux produits durant l'année de plantation, les graines et les bulbes d'oignons.

f.1- Mode de récolte et conservation :

Au fur et à mesure du degré du dessèchement des fruits, on les récolte quand les premières semences formées dans les inflorescences commencent à s'éclater ou lorsque les 10% des ces dernières ont de la graine noire.

Les fruits sont mis en sac fermé et disposés dans des cages et ensuite, on procède à l'égrenage une fois les inflorescences séchées.

Les graines obtenues sont séchées au soleil durant une semaine avant la conservation en bouteille bouchée.

1.3.2- Campagne d'oignons : (collecte)

La collecte d'oignons s'effectue chaque année à partir du mois de novembre jusqu'au mois d'avril. Pour solutionner le problème posé par les voies de communication et les moyens de transport, nous avons envisagé un centre d'achat auprès des producteurs autres que notre projet dans la commune d'Avaratsena pouvant fournir plus de cent tonnes (100tonnes) chaque campagne. L'installation de ce point d'achats sera déterminée en fonction des superficies exploitées par le village désigné et ses environnants. Le point d'achat devrait être conditionné par l'accessibilité des voies toute l'année afin d'évacuer les produits vers Ambohidratrimo et dans la capitale où se trouve le central de collecte. Pour cela, le processus de collecte se déroule comme suit :

- Chaque producteur devra livrer ses produits à l'endroit où s'effectuera l'achat après le contrôle technique exécuté par l'agent de projet. Au cas où il y a de problème de moyen de transport, de la part des cultivateurs, ceux-ci ont avisé le service d'achat du lieu de sa résidence avant 48 heures afin de procéder cette opération. Pour cela, le transport est à la charge de producteur.
- L'enlèvement des produits au point d'achat s'effectue tous les trois jours pour être livré à leur destination respective selon le planning de vente.

Comme nous avons dit auparavant, les produits récoltés sont triés par les cultivateurs avant de les vendre. Ils sont mis dans des sacs en filet de 50kg au moins. Puis ils sont contrôlés par l'agent vulgarisateur de produits avant le pesage. Ensuite, ils sont stockés et bien conservés en attendant leurs livraisons respectives.

Abordons maintenant la caractéristique du projet,

Section 2 : Caractéristique du projet envisagé

Les caractéristiques du projet dépendent du type d'activités choisies. Dans notre cas, les activités principales sont basées sur la culture d'oignons dans la commune d'Avaratsena, district d'Ambohidratrimo, la collecte d'oignons dans les différentes régions productrices du pays surtout Anjozorobe et Manjakandrina et la vente d'oignons dans les grands magasins et aux détaillants. Voici les éléments qui caractérise notre projet :

- la bonne conservation d'oignons dans des grands magasins de stockage pendant quelques mois après la campagne,
- la vente directe par la diminution de circuit de distribution.

Nous allons développer maintenant la nature, le but, l'objectif et l'intérêt du projet.

2.1-Nature du projet

Il s'agit de cultiver des plantes herbacées, à usage alimentaire ayant de genre *allium cepa* (oignons), famille liliacée, classe monocotylédone.

La phytologie d'oignons est une plante à bulbe. Sa tige est souterraine. Les feuilles possèdent des nervures parallèles, engainantes, cylindriques et creuses, à sommet pointu. Les racines sont fasciculées, latérales et fortement développées.

Pour l'inflorescence, la hampe florale se dresse et se renfle vers la moitié supérieure. Elle se termine par une panicule de fleurs en ombrelle, à la base de laquelle s'insère deux couples de cocottes bractées. L'ovaire est supère à plantation axile.

Le fruit est une capsule à déficience loculicide parfois septicide. Les capsules sont anguleuses et obtuses. Les graines sont aplaties, anguleuses et noires.

2.2-But et objectif

Puisque la demande sur le marché national et régional d'oignons est encore plus grande que la faculté de l'offre, ce projet a donc pour objectif de produire jusqu'à 500 tonnes d'oignons par an dans la commune d'Avaratsena.

Pour ce faire, nous avons besoin de stratégie de développement comme la professionnalisation de la culture oignonière en maîtrisant la technique culturale, la reconnaissance des lieux à cultiver en améliorant le moyen de productivité pour avoir de rendement suffisant ainsi que la qualité de la service offerte vis à vis des clients, et tout cela afin de pouvoir mieux se positionner, ainsi on peut faire face à la rude concurrence et satisfaire les besoins et les attentes des clients.

L'objectif principal du projet est donc de développer et d'exploiter la filière oignonière dans la commune d'Avaratsena.

Le but est de devenir une grande entreprise dans le District d'Ambohidratrimo, de même dans la province d'Antananarivo toute entière sur le plan cultural et commercial.

En outre, en tant que projet à but lucratif, l'objectif aussi c'est l'augmentation du chiffre d'affaires à 50% dans cinq ans en vue d'accroître les investissements dans cette filière, de conquérir à 90% les marchés dans la région d'Analamanga ainsi que dans les autres régions, et d'étendre 100% le projet dans toutes les zones productrices à Madagascar.

2.3-Intérêt du projet :

La création de ce projet dans la commune d'Avaratsena, district d'Ambohidratrimo engendre une évolution non seulement pour ce district mais aussi pour les agents économiques. Pour cela, ce projet permet :

- pour les clients, d'obtenir de la satisfaction vis-à-vis des produits offerts,
- pour les cultivateurs, d'accroître leurs ventes, leurs récoltes et leurs chiffres d'affaires,
- pour l'Etat, d'augmenter sa caisse à l'aide du paiement des droits et taxes et impôts comme les droits d'exploitation, la TVA, l'IRSA, Vente sur timbre et autres,
- pour les jeunes dans la commune d'Avaratsena et dans le district Ambohidratrimo, d'avoir un emploi pouvant améliorer leurs conditions de vie.

CHAPITRE II – ETUDE DE MARCHE VISE :

L'étude de ce chapitre nous permet de connaître l'existence des personnes et des organisations de toute sorte qui ont et peuvent avoir une influence sur la consommation de notre produit dans un environnement donné.

Donc, nous présentons en premier lieu la description du marché notamment le domaine d'étude du projet et la part du marché cible. Ensuite, nous analysons la situation de l'offre locale et de la demande dans le district d'Ambohidratrimo et en dehors de ce district, enfin, nous déterminons la politique marketing et les stratégies à adopter.

Voyons tout d'abord la description du marché,

Section 1 : La description du marché :

Sur le marché oignonnière d'Analamanga, l'offre est encore largement inférieure par rapport à la demande, et on a constaté que le marché à conquérir est encore très vaste pour ne pas dire énorme, c'est ainsi que nous allons porter beaucoup d'attention sur le marché dans la région d'Analamanga sans trop négliger le marché dans les autres Provinces.

Nous allons voir successivement le domaine d'étude et la part de marché cible du projet dans la région d'exploitation. Pour cela, il faut présenter les zones productrices d'oignons sur les hautes terres, en l'occurrence d'Anjozorobe, Manjakandrina et Ambohidratrimo.

1.1-Domaine d'étude du projet :

Le domaine d'étude du projet se trouve dans la commune d'Avaratsena qui se situe dans la zone nord d'Ambohidratrimo, région d'Analamanga. Ce choix n'a pas été pris au hasard. Car, il n'y a que deux familles qui pratiquent la culture d'oignons en grande surface, beaucoup de surface qu'on peut encore exploiter. En plus, elle est bien placée par rapport aux autres communes productrices. Cette commune a aussi des conditions climatiques favorables à la culture oignonnière. Enfin, les demandes d'oignons dans cette commune ne cessent pas d'augmenter.

Les problèmes majeurs des producteurs dans cette région sont la méconnaissance des techniques culturales, la manque de matériaux de production entraînant l'insuffisance des rendements et le mauvais état de route provoquant le long circuit de la commercialisation.

1.2-La part du marché visé

La part du marché de notre entreprise est calculée selon le pourcentage de notre vente en quantité ou en valeur par rapport au total des ventes de la profession. Pour satisfaire le besoin des clients et pour augmenter la part de marché, ce projet propose de bonne qualité et de quantité suffisante d'oignons. Donc, nous allons présenter ci-dessous dans un tableau la comparaison du marché.

Tableau N° 01 : Part du marché visé :

Rubriques	Part du marché	Oignons vendus
<i>Notre projet par rapport au district d'Ambohidratrimo.</i>	75%	Production d'oignons et oignon collecté
<i>Notre projet par rapport à la région d'Analamanga</i>	55%	Production d'oignons et oignon collecté

D'après ce tableau, nous estimons que notre projet domine jusqu'à 75% du marché global dans le district d'Ambohidratrimo et les concurrents occupent seulement les 25%. Et dans la région d'Analamanga, notre projet occupe 55% du marché et la part des concurrents domine les 45 % du marché.

Section 2 : Analyse de l'offre

Pour l'offre, nous allons analyser successivement les situations de l'offre locale des concurrents dans le district d'Ambohidratrimo et des concurrents en dehors de ce district dans la région d'Analamanga.

2.1-Evaluation de l'offre locale :

Selon une enquête effectuée dans le district d'Ambohidratrimo et plus précisément dans la commune rurale d'Avaratsena, l'offre locale en matière d'oignons ne suffit pas la demandeur car il n'y a que deux familles qui pratiquent ce genre d'activité à titre professionnel.

Donc, la production d'oignons est insuffisante car ces deux familles n'arrivent pas à satisfaire le besoin de leurs clients.

En effet, c'est la région d'Analamanga toute entière qui subit la conséquence de cette carence. En plus, le prix existant sur le marché est trop cher par rapport au prix d'achat auprès des producteurs car l'offre est inférieure à la demande.

Prenons comme exemple le cas d'un kilo d'oignons qui s'élève à Ar.1000 auprès des détaillants dans le district d'Ambohidratrimo à la fin de la campagne. Donc, une des raisons qui nous poussent à prendre l'initiative de créer ce projet.

2.2-Les concurrents

En ce qui concerne les concurrents, on peut les distinguer en deux catégories, à savoir, les concurrents dans la région d'exploitation et ceux en dehors.

Pour analyser ces concurrents, nous allons voir successivement les concurrents dans la région d'exploitation du projet et ceux en dehors de cette région.

Voyons tout d'abord les concurrents dans le district d'Ambohidratrimo.

2.2.1-Les concurrents dans la région d'Ambohidratrimo :

Comme nous avons déjà expliqué auparavant, deux familles seulement pratiquent ce genre d'activité à titre professionnel, ceci déclenche l'insuffisance des produits à offrir dans la région d'Ambohidratrimo. Le tableau ci-dessous nous présente le prix en kilo d'oignons auprès des cultivateurs, des collecteurs et des détaillants.

Tableau N° 02 : Le tarif d'oignons auprès des concurrents :

Prix	Début de campagne	En pleine campagne	Fin de campagne
Producteur	400,00	500,00	800,00
Collecteur	700,00	800,00	900,00
Détaillant	800,00	900,00	1000,00

D'après le tableau n°2, page 18, nous remarquons que le kilo d'oignons varie de Ar.400,00 à Ar.800,00 auprès des cultivateurs, d'où une différence de Ar.400,00 pendant toute la campagne. Et nous avons aussi remarqué que les collecteurs imposent le prix au producteur ce qui entraîne une augmentation du prix au marché.

Abordons maintenant les concurrents en dehors de la région d'Ambohidratrimo,

2.2.2-Les concurrents en dehors de la région :

En dehors du district d'Ambohidratrimo, il y a beaucoup de concurrents sur la collecte d'oignons dans les zones productrice, plus précisément à Anjozorobe et à Manjakandrina. Mais le problème est le même car les productions offertes restent toujours insuffisantes. Les collecteurs fixent le prix qui provoque le plafonnement du prix sur le marché.

Nous présentons dans un tableau ci-après le prix du kilo appliqué par des collecteurs concurrents en dehors de la région d'Ambohidratrimo pendant la campagne.

Tableau N° 03 : Les tarifs des concurrents en dehors de la région (en kilo) :

Rubriques	Anjozorobe			Manjakandrina		
	DC	PC	FC	DC	PC	FC
Producteur	500,00	500,00	800,00	400,00	300,00	700,00
Collecteur	650,00	650,00	950,00	500,00	400,00	800,00
Détaillant	750,00	750,00	1050,00	600,00	500,00	900,00

D'après ce tableau, nous constatons que le prix du kilo d'oignons varie entre Ar.500,00 à Ar.1050,00 à Anjozorobe. Et nous avons remarqué que les concurrents cités ci-dessus font leurs achats auprès des cultivateurs et vendent directement aux clients. Dans le district de Manjakandrina, le prix d'achat diminue jusqu'à 300,00ariary auprès des producteurs en pleine campagne. Par contre, à la fin de campagne, ce prix augmente progressivement et s'élève à 700,00 ariary.

2.3-Forces et faiblesses des concurrents :

La principale force s'impose sur le prix, la position et le lieu de collecte pour les concurrents dans le district de Manjakandrina car ce district est plus proche de la capitale par rapport aux autres districts. En effet, il arrive facilement de vendre les produits sur le marché. Et pour le district d'Anjozorobe, les autres concurrents sont à la fois collecteurs et détaillants. Donc, ils peuvent vendre les produits très chers aux clients.

La principale faiblesse pour tous les concurrents s'impose sur la qualité de service envers les clients et l'insuffisance des productions offertes pour les demandeurs.

Section 3 : Analyse de la demande :

Cette analyse nous permet de savoir, avant de produire, les quantités demandées et de connaître les qualités de service préférées par nos clients. Donc, pour bien maîtriser le marché, nous avons besoin de connaître les attentes des clients et d'étudier le marché global concernant la demande dans la région d'exploitation du projet.

Voyons tout d'abord la demande globale dans la région,

3.1-Demande globale dans la région :

Dans le district d'Ambohidratrimo, il y a beaucoup de demandeurs en matière d'oignons dans cette ville mais les producteurs ou les cultivateurs existants n'arrivent pas à satisfaire le besoin de ses collecteurs. Cette situation favorise l'accroissement du prix d'achat d'oignons. Pour cela, les collecteurs sont obligés à recourir à d'autres régions d'exploitations d'oignons. Donc, le marché est encore vaste ou bien inexploité et c'est pour cela que notre projet espère viser une part de marché jusqu'à 75% du marché global dans la région d'Ambohidratrimo.

Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous la situation globale de la demande au cours des dernières années (2002-2003-2004) :

Tableau N°04 : Situation globale de la demande :

Campagne	Superficie cultivée (ha)	Nombre de cultivateurs	Production en tonne
2002	120	140	2.100
2003	135	146	2.430
2004	158	170	2.780
TOTAL	413	456	7.310

Ce tableau nous présente que la surface cultivée augmente en fonction de la demande. Nous avons aussi remarqué que la production ne cesse d'augmenter mais cette augmentation reste insuffisante pour les collecteurs. En plus, cette situation nous témoigne qu'il n'y avait pas d'encadreurs techniques ou professionnels dans cette culture durant les périodes données pour motiver les paysans à s'intéresser au métier d'agriculteurs compte tenu de l'importance du

rendement de cette production. Donc, nous espérons que l'implantation de ce projet dans le district d'Ambohidratrimo va aider les paysans à se développer dans l'agriculture.

Abordons maintenant le besoin des clients dans la région

3.2-Besoin des clients :

Les attentes prioritaires des clients sont fixées sur la qualité de service vis-à-vis des produits sur le marché et sur la quantité de production offerte.

Pour notre projet, nous allons construire tout d'abord les infrastructures sur le plan culturel d'oignons dans la commune d'Avaratsena comme la construction de magasin de stockage pour bien conserver les produits après la campagne.

Dans cette commune, il n'y a pas des entreprises qui s'investissent dans cette filière. Nous savons que les clients exigent et cherchent toujours des produits de bonne qualité, qui assurent le maximum de valeur. Donc, les clients ont besoin de produits qui couvrent et répondent aux quantités et qualités demandées. En un mot, les clients cherchent des produits qui les satisfont. Cette satisfaction est le sentiment d'un client résultant d'un jugement comparant les performances d'un produit à ses attentes.

La satisfaction est le contraire du mécontentement, et le mécontentement du client est la voie toute tracée vers la défection. Garder cependant en mémoire que la satisfaction du client est une condition nécessaire mais pas suffisante de sa fidélité. Alors, 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 concurrents par rapport aux produits offerts.

Section 4 : Politiques marketing envisagées et stratégies à suivre

Pour maîtriser le marché dans la région d'Ambohidratrimo, nous sommes obligés de définir les politiques marketing à adopter. Pour cela, nous envisageons déjà comment améliorer la qualité et comment augmenter la quantité des produits ? Et quels sont les moyens pour déterminer le maximum de la qualité de produit, le meilleur prix, la distribution, la communication et la promotion pour atteindre les objectifs visés sur le marché ?

Dans ce chapitre, nous allons voir successivement la politique marketing à choisir et la stratégie à suivre.

Voyons tout d'abord la politique marketing du projet.

4.1-La politique marketing à choisir

4.1.1- Politique de produit

Notre politique de produit a pour objectif d'améliorer la position du projet ou de l'entreprise sur le marché. Donc, nous avons besoin de définir les éléments suivants :

- *Les caractéristiques techniques des produits :*

Elles doivent être bien adaptées aux produits. C'est-à-dire elles doivent remplir le besoin des clients, les améliorations apportées aux caractéristiques techniques peuvent renforcer la compétitivité de l'entreprise vis-à-vis de ses concurrents.

- *La qualité de produit :*

Il ne faut pas oublier qu'il existe souvent une relation psychologique entre la qualité et le prix, mais le prix d'un produit est en fonction de la qualité apportée. Donc, il est nécessaire d'améliorer la technique de plantation et la technique de conditionnement de produit (forme et gabarit) et la qualité des services rendus avec les clients.

- *La marque commerciale :*

La marque commerciale joue un rôle très important car elle permet d'identifier le produit et sert de base aux actions publicitaires du projet. Donc, il est indispensable de mettre en place une marque commerciale spéciale sur l'emballage des produits en vue de faciliter l'action publicitaire de nos produits et pour distinguer nos produits avec ceux des autres producteurs

En plus, nos projets doit tenir compte de l'image de marque de produits car si cette image de marque est prestigieuse, ce projet pourra commercialiser facilement ses produits à des prix compétitif. On pourra aussi utiliser de sous marque pour élargir la vente à de nouvelles couches de clientèle.

4.1.2- Politique de prix :

Nous avons choisi la politique du prix de pénétration qui nous permet de faire un prix de vente relativement bas mais ne dépasse pas le coût de revient de notre entreprise, de conquérir rapidement une part de marché importante. C'est-à-dire que si les concurrents appliquent un prix de 1.000 Ariary le kilo d'oignons, notre projet met le prix de 900 Ariary le kilo. Donc, l'utilisation de ce prix nous permet d'écraser le prix des concurrents sur le marché.

Mais nous devons faire attention quand même car les clients ont toujours tendance à associer le prix élevé et la qualité, et doutent de leurs choix quand ils ont pris des produits à bas prix.

4.1.3- Politique de distribution :

Nous avons appliqué la politique de distribution en fonction de quantité à acheter par les clients. Pour cela, si les clients achètent plus d'une tonne, la livraison des produits est assurée par le service commercial du projet. Dans ce cas, le frais de transport est à la charge de nos projets depuis la sortie de produit dans nos magasins de stockage jusqu'à la livraison auprès du client.

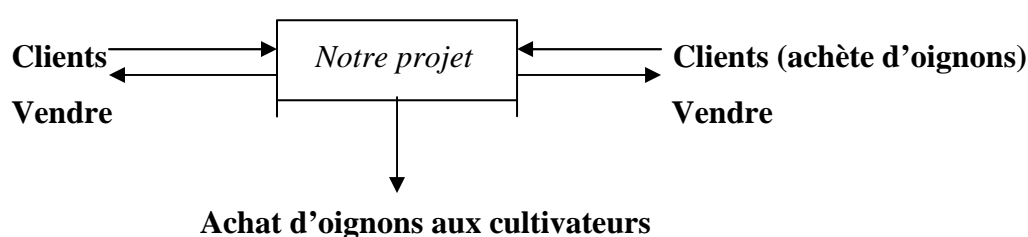
Pour cette politique, l'intérêt de notre entreprise est de pouvoir vendre des oignons directement aux clients à travers un réseau le plus court possible. Car on sait que les frais de distribution, les difficultés du contrôle, et le prix sont en fonction croissant de la longueur du réseau.

On doit faire une politique de distribution fiable pour :

- assurer la présence permanente du produit au point de vente
- limiter le stock roulant qui constitue une charge bloquante
- réduire au minimum les frais qui grèvent le prix de revient

Notre projet utilise aussi la stratégie intensive pour toucher le maximum de clients.

Voici le circuit de distribution directe de notre établissement.



4.1.4- Politique de communication et de promotion :

La promotion a pour rôle de mettre en contact permanent, par le biais d'un canal, l'entreprise et sa clientèle en communiquant un message : c'est l'information.

La communication concerne l'ensemble des actions permettant de faire connaître le produit, le service et l'image qu'elle veut donner à elle-même. L'objectif général de la communication est de créer des conditions favorables à l'achat des produits proposés par l'entreprise.

La promotion est l'ensemble des efforts déployés, d'une part pour organiser et pour conduire les campagnes de vente, d'autre part pour stimuler les achats de consommateur.

D'une façon générale, l'entreprise peut vendre un produit sans publicité mais jamais sans communication. Alors, il n'existe d'autre moyen de communication meilleur que la publicité proprement dite. On pourrait même dire que toutes les décisions et tous les aspects de l'activité des entreprises ont un certain contenu informatif et un rôle de communication.

Le comportement du personnel de l'entreprise avec le public ainsi que l'apparence externe contribue à la formation d'une image institutionnelle de l'entreprise qui peut, à son tour, avoir une influence sur les produits.

La satisfaction des clients qui ont déjà bénéficié notre service forme une autre communication. C'est une publicité de bouche à oreille. Ces informations transmises ont bien souvent une grande influence sur les attitudes et les comportements du public du fait que leur source apparaît plus intéressée et objective que l'entreprise elle-même. Tous ces actes peuvent être des véhicules de communication.

Pour la promotion, on emploie les moyens suivants :

- Réduction de prix à 25% pour les produits de deuxième qualité
- Réduction de prix à 20% pour les produits de première qualité
- Système de cadeaux, cela consiste à offrir aux clients un autre produit comme le stylo, le briqué, et le porte-clé, et ces cadeaux portent le sigle du projet.

4.2-Stratégie marketing à suivre :

Pour notre projet, nous allons adopter deux types de stratégie, à savoir :

- la stratégie push
- la stratégie pull

Voyons tout d'abord la stratégie push.

4.2.1-La stratégie push :

C'est la formulation des stratégies possibles dont on a un choix ou réitération du processus de collecte des produits. Pour cela, l'établissement décide de s'appuyer sur les produits. Donc,

On doit faire les stratégies suivantes pour avoir des produits de bonne qualité et de bonne quantité en l'occurrence de :

- la stratégie d'abandon pour le produit ne satisfait plus les clients
- la stratégie d'adaptation ou de modification pour les produits qui ne donnent pas la satisfaction des clients (quantité et qualité) c'est-à-dire stratégie qui consiste à modifier le produit de façon à le rendre plus conforme aux attentes des clients

Donc, ce stratégie est une technique pour pousser les produits vers les clients.

Abordons maintenant la stratégie pull.

4.2.2-La stratégie pull :

Nous avons appliqué cette stratégie car notre entreprise est en phase de lancement d'un produit sur le marché. Notre objectif sur le produit est de créer la notoriété. Nous avons décidé de faire des actions sur les produits :

- Par l'utilisation de la publicité, on peut citer par exemple la publicité à la radio, télévision, Internet.
- Par l'application de la stratégie de prix de pénétration et par la stratégie de prix de différenciation,
- Par l'amélioration de qualité de service à rendre, plus précisément, la stratégie pour attirer le consommateur vers les produit.

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

Section 1 : Les outils d'évaluation du projet :

1.1- Valeur actuelle nette :

1.1.1- Définition :

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

1.1.2- Formule :

$$VAN = \sum_{j=1}^n \frac{MBA_j}{(1+t)^j} - C$$

1.1.3- Interprétation :

La valeur actuelle nette peut être positive, nulle ou négative

Si $VAN = 0$, cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé « t ».

Si $VAN > 0$, cela veut dire que la rentabilité est supérieure au taux exigé « t ».

Si $VAN < 0$, cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé « t ».

Le critère de la valeur actuelle nette est considéré comme critère de choix. Ce dernier 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 :

Le taux de rentabilité interne est le taux où la somme de marge brute d'autofinancement sera égale à l'investissement.

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

1.2.2- Formule :

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

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 supérieure au taux exigé « t »

Si $i = t$, cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé « t »

Si $i < t$, cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé « t »

1.3- Indice de profitabilité :

1.3.1- Définition :

L'indice de profitabilité s'obtient par le rapport entre la somme actualisée de marge brute d'autofinancement et par des capitaux investis.

1.3.2- Formule :

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

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 supérieure au taux exigé « t »

Si $IP = 1$, cela veut dire que la rentabilité est égale au taux exigé « t »

Si $IP < 1$, cela veut dire que la rentabilité est inférieure au taux exigé « t »

1.4- Le 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 du marge brute d'autofinancement égale au montant du capital investi.

1.4.2- Formule :

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

1.4.3- Interprétation :

Sur les deux investissements, celui qui est le moins risqué est celui qui présente le délai le plus court.

Section 2 : Les critères d'évaluation du projet:

Le succès d'un projet peut être apprécié en combinant divers critères d'évaluation tels que :

2.1- La pertinence :

Elle mesure la corrélation entre les objectifs du projet et les objectifs globaux sur le plan de développement. Ce critère permet aussi de mesurer si les objectifs du projet se rapportent exactement aux besoins et aux attentes des bénéficiaires.

2.2- L'efficacité du projet :

Elle s'apprécie par la comparaison des objectifs et des résultats ou par la différence entre ce qui était prévue et la réalisation. C'est le degré de réalisation des activités à entreprendre par le projet pour atteindre les objectifs fixés sans tenir compte des coûts et moyens utilisés.

2.3- L'efficience :

L'efficience se refaire aux coûts et rythme auxquels les activités sont transformées en résultat. Elle se mesure par la comparaison des coûts et des résultats. C'est l'économie dans la poursuite des objectifs, c'est à dire qu'on atteint les objectifs avec l'utilisation minimale des ressources dans la production d'output.

2.4- La durée de vie du projet :

C'est le degré de viabilité et profitabilité continue des résultats, et degré d'autonomie du groupe cible, par exemple : si le projet est rentable, nous pouvons élargir la durée d'exploitation et créer un autre investissement à d'autres choses.

Elle vise aussi à évaluer la capacité des résultats à se poursuivre de façon autonome après le retrait de l'assistance extérieur. Il s'agira de la viabilité organisationnelle, technique, économique et financière, c'est à dire le gérant peut fonctionner l'entreprise sans l'assistance extérieur.

2.5- L'impact du projet :

L'impact du projet analyse les effets directs et indirects du projet.

Si le projet est rentable, il y a des impacts sur le plan financier ainsi que sur le plan économique et social de la région d'exploitation et dans notre pays en général.

Section 3 : Les structures financières :

L'analyse financière d'une entreprise consiste à étudier et interpréter sa situation financière. Nous allons donc voir les différents ratios qui mettent en évidence les caractéristiques économiques et financières de notre entreprise.

3.1- Les ratios :

La lecture des ratios permet d'analyser d'une façon expressive la situation financière de l'entreprise, les activités, le rendement de la société considérée, le choix à opérer du point de vue auxquelles 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 entrepris, le ratio est le rapport expressif entre des données caractéristiques de la situation potentielle de l'activité ou de rendement de la société.

3.1.2. Formule :

- ***Ratio de financement permanent :***

$$\text{RFP} = \frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Actifs immobilisés}}$$

- ***Ratio d'autonomie financière :***

$$\text{RAF} = \frac{\text{Capitaux propres}}{\text{Capitaux étrangers}}$$

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

$$\text{RELT} = \frac{\text{Dettes à LMT}}{\text{Capitaux permanents}}$$

3.1.3- Interprétation :

- Le rapport de financement permanent doit être supérieur à 1, ce qui traduit l'existence de fonds de rotation. Donc, le ratio est satisfaisant.
Si ce ratio de financement des immobilisations est supérieur à 1, cela veut dire que l'entreprise peut financer les immobilisations.
- Le ratio d'autonomie financière indique que dans quelle mesure l'entreprise travaille avec son fonds propre et exprime le degré d'indépendance vis à vis des créanciers permanents et des banquiers.

Donc, si ce ratio est supérieur à 0,50, cela veut dire que l'entreprise est indépendante financièrement de ses créanciers et dispose de possibilité complémentaire de fonctionnement par emprunt.

- 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 de l'exploitation.

3.2- La rentabilité :

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

Formules et interprétations :

a) *Rentabilité commerciale*

$RC : \frac{\text{Résultat net}}{\text{Chiffre d'affaires net HT}}$

Interprétation :

Si ce rapport est supérieur à 10%, l'activité est rentable.

b) *Rentabilité des capitaux investis :*

$RCI = \frac{\text{Bénéfice net}}{\text{capitaux permanents}}$
--

Interprétation :

Si le rapport de bénéfice net et de capitaux permanents est supérieur à 10%, les capitaux investis sont récupérés à la 2^{ème} année ou à la 3^{ème} année d'exploitation.

c) ***Rentabilité de rendement propre :***

$\text{RDRP} = \frac{\text{Capacité d'autofinancement}}{\text{Capitaux propres}}$

Interprétation :

Si ce rapport est supérieur à 20%, l'activité est rentable et l'entreprise peut augmenter les capitaux investis à d'autres choses.

d) ***Rentabilité financière des capitaux propres :***

$\text{RFCP} = \frac{\text{Bénéfice net}}{\text{Capitaux propres}}$

Interprétation :

Il mesure le bénéfice obtenu sur le fonds apporté. Il doit être plus élevé que possible.

Conclusion partielle

Pour cette première partie, nous avons vu la présentation du projet abordant la généralité sur la situation géographique du district d'Ambohidratrimo, les problèmes politiques, environnements socio-économiques et les principales activités du projet. Pour cela, nous avons constaté que les investissements sur le plan culturel et la commercialisation d'oignons sont insuffisants, de même pour les infrastructures routières qui empêchent les opérateurs économiques d'investir dans les communes productrices d'oignons dans le district d'Ambohidratrimo. Cela entraîne l'enclavement de cette région en général. En plus, nous avons remarqué aussi qu'il n'y a que deux familles font la culture d'oignons à titre professionnel dans la commune d'Avaratsena déclenchant la carence de productivités oignonnière. C'est le district tout entier qui subit la conséquence de cette manque. Ces problèmes favorisent l'instabilisation du prix d'oignons pendant la campagne et le découragement de producteurs dans la région d'exploitation.

D'après l'enquête que nous avons fait, cette région a une grande potentialité en matière de culture oignonnière. Or la croissance économique d'un district ou d'une région dépend des utilisations équitables des ressources. Alors, nous avons besoin de faire des investissements notamment en matière de culture et de collecte d'oignons dans le district d'Ambohidratrimo afin de rehausser l'économie de la région.

Pour l'étude de marché, nous avons constaté que le marché est encore vaste. Notre projet est en meilleure position dans la région d'exploitation car il s'occupe jusqu'à 75% du marché global dans le district d'Ambohidratrimo et la part de notre concurrent est de 25% seulement. Donc, le marché est encore exploitable dans ce district. En dehors de district d'Ambohidratrimo, c'est-à-dire dans la région d'Analamanga, notre projet s'occupe à 55% du marché. Cela explique qu'il y a une différence de 20% au niveau régional. Alors, quelle politique et stratégie adoptée pour atteindre le maximum de performance du projet ?

Pour ce faire, le projet applique un prix moyen pour la collecte d'oignons dans le district d'Ambohidratrimo, c'est-à-dire que notre projet achète le kilo à 400,00ariary à 500,00ariary auprès des cultivateurs et vend aux clients de 800,00ariary. Enfin, nous citons les formules sur les outils et critères pour évaluer ce projet en dernier chapitre de la première partie de cet ouvrage.

DEUXIEME PARTIE

CONDUITE DE PROJET

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION

Dans ce chapitre, nous parlerons les techniques à mettre en œuvre et les ressources nécessaires de notre projet. Ensuite, nous allons étudier la caractéristique de l'approvisionnement du projet tels que le mode d'achat à adopter et le critère d'évaluation de stocks à suivre.

Section 1 : Les techniques à mettre en œuvre

Il y a plusieurs techniques de plantation d'oignons mais ces techniques dépendent de la culture, du climat, du type des sols de la région ou bien même du pays où on implante le projet d'exploitation. A cause de la technologie, nous avons trouvé des idées innovatrices qui tendent à se rationaliser, et convergent vers une technique d'exploitation perfectionnée.

1.1 Technique de plantation

Nous avons commencé la plantation au mois de Mai de la première année d'exploitation et fait les récoltes des bulbes à partir du mois de Novembre jusqu'au mois de Mai de la deuxième année d'exploitation. On fait le triage pour séparer les calibres. Les petits et les gros calibres sont destinés à la vente et les moyens calibres pour le resemis ; nous avons aussi deux possibilités de reproduire les bulbes comme le semis direct avec plantation et resemis des bulbes. Pour avoir une meilleure production, on doit récolter les bulbes d'oignons s'ils sont murs c'est à dire si leurs feuilles deviennent jaunes et se dessèchent, ensuite ils sont décollectés sur place puis desséchés sur un espace bien ensoleillé et vaste et enfin les bulbes sont transportés au magasin de stockage .

On doit bien conserver les bulbes par confection des clayettes bien espacées laissant une libre circulation de l'air.

La période de collecte s'effectue du mois de Novembre jusqu'au mois d'Avril. La première campagne commence le mois de Novembre et de Décembre, la deuxième campagne se déroule au mois de Décembre, Janvier et Février : c'est la période de pleine production. La troisième campagne s'effectue de Mars à Mai.

Il est indispensable de mettre en place les différentes ressources fiables pour satisfaire le besoin des clients pour avoir une activité rentable et efficace.

Voyons tout d'abord les différentes ressources à mettre en œuvre.

1.2 Les ressources à mettre en place

Pour atteindre les objectifs, nous avons besoin des moyens notamment sur le plan humain et matériel. Pour cela, il est nécessaire de faire un recrutement au sein de l'établissement puis on investira sur les matériels.

1.2.1-Ressources humaines :

Dans notre cas, nous allons mettre en place en premier lieu les ressources humaines, parce que le responsable devra définir la fonction et l'attribution des personnels temporaires et recruter les personnels nécessaires à chaque poste de travail au sein de l'entreprise 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 seront composés d'un Gérant propriétaire, un responsable administratif et financier, un responsable technique et production, quatre ouvriers, deux commerciaux, un chauffeur et un gardien.

Donc, nous allons citer ci-après le profil exigé pour le recrutement au sein du projet.

Gérant :

- Avoir le diplôme de maîtrise en gestion ou équivalent, avoir des connaissances en matière de culture d'oignons, maîtrise de l'outil informatique, 2ans d'expérience dans le poste similaire, sens d'organisation et de leadership,

Responsable technique et production :

- Avoir un diplôme de baccalauréat +3, section agriculture, maîtrise parfaite de l'outil informatique, 2ans d'expérience dans le poste similaire, avoir un sens d'organisation de travail, dynamique,

Responsable administratif et financier :

- Avoir le diplôme de bacc + 3 en gestion (option : finances et comptabilité),

- 3ans d'expérience au minimum, maîtrise parfaite de l'outil informatique, maîtrise des logiciels sages SAARI, ciel compta, avoir le sens d'organisation, dynamique.

Ouvriers :

- Avoir le diplôme CEPE au minimum, 2 ans d'expérience dans le poste similaire, Avoir un sens d'organisation, Apte.

Commerciaux:

- Avoir le diplôme de bacc+2, section commerciale, 2 ans d'expérience dans le poste similaire, avoir la capacité de négociation, dynamique.

Chauffeur :

- Ayant le permis de conduire ABCDE, avoir au minimum le diplôme de BEPC, dynamique.

Gardien :

- Avoir le diplôme de CEPE au minimum, 4ans d'expérience dans le poste similaire,
- Connaissance en arts martiaux sera un atout, dynamique, honnête.

1.2.2-Ressources matérielles

Après le recrutement, il nous faut aussi des matériels complets et sophistiqués nécessaires pour avoir le bon fonctionnement de l'entreprise et pour avoir les rendements suffisants. Donc, nous allons donner ci-dessous la liste des matériels importants pour le projet.

Matériels et mobiliers de bureau :

- Table de bureau : 01, Table ordinateur : 01, Armoire : 01, Chaise : 03, Chaise de visiteur : 04, Machine à calculer : 01

Matériels informatiques :

- Micro-ordinateur : 01, Imprimante : 01, Onduleur : 01, Perforateur : 01

Matériels et outillages :

- Arrosoir plastique : 04, Balance à bascule : 01, Balance portative : 01, Appareil technoma : 01, Angady : 04, Râteaux : 04, Pelle : 04, Brouette : 02

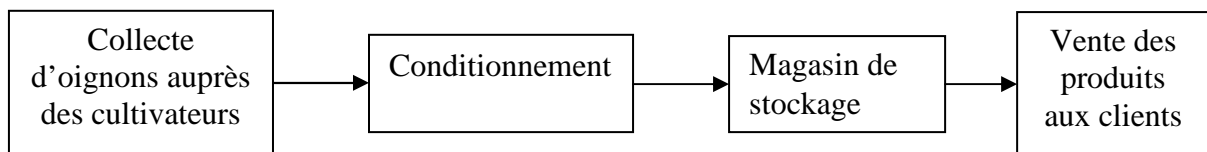
Matériel de transport :

- Camionnette (de 3,5tonnes) : 01

Section 2 : La caractéristique de l'approvisionnement :

Dans notre cas, la technique de l'approvisionnement consiste à réaliser une série d'opération qui permet de disposer un stock compatible au besoin de l'entreprise et d'avoir une bonne gestion de notre stock. Donc, le service approvisionnement occupe deux activités, en l'occurrence de l'achat et de la gestion de stock en magasin.

Alors, le schéma ci-dessous nous présente le processus de l'achat jusqu'à la vente d'oignons.



2.1-Le mode d'achat à adopter :

L'achat d'oignons est effectué trois fois par an, à savoir, au début de campagne, en pleine campagne et à la fin de campagne. Le prix d'oignons auprès des producteurs varie en fonction des campagnes. Pour cela, la stratégie adoptée est de faire un choix sur plusieurs producteurs pour avoir un meilleur prix et une quantité suffisante.

2.2-Le critère d'évaluation de stock à choisir :

Pour notre projet, nous avons utilisés deux méthodes pour évaluer le stock, en l'occurrence de LIFO et de FIFO.

Les oignons sont des produits non périssables s'ils sont bien conservés et bien séchés. Donc, on applique la méthode FIFO, c'est-à-dire les oignons collectés et récoltés qui sont entrés en premier dans notre magasin de stockage doivent être vendus en premier lieu.

On applique la méthode LIFO pour les oignons deuxième qualité : petites tailles, qui ne sont pas très mûrs

Le stock final est valorisé au coût des achats plus récents.

CHAPITRE II : LA CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE

Dans ce chapitre, nous allons mettre en place les différents facteurs de production envisagée, les dépenses de chaque unité de production en matière première, plus précisément les prévisions d'achats au cours des cinq années d'activité du projet. Et enfin, nous essayons de donner les prévisions de vente pendant cinq années d'exploitation.

Section 1 : Production envisagée

1-1 Description des produits envisagés

L'oignon connu sous le nom scientifique *Allium cepa*, appelé « Tongolobe » en malgache est un légume cultivé pour son bulbe, constitué des feuilles renflées en forme d'écailles. Il y a deux variétés de bulbes d'oignons selon la couleur :

- L'oignon à bulbe blanc ou jaune à saveur piquante, de conservation aléatoire.
- L'oignon à bulbe rouge à saveur moins piquante mais de bonne conservation.

Ce projet envisage de produire l'oignon à bulbe rouge, oignon plus réputé pour ses rendements et pour sa conservation.

1-2 Capacité de production

Nous savons que cette localité ne produit pas beaucoup d'oignons pour satisfaire la clientèle à cause de la surface cultivée mal exploitée. Le cultivateur ne produit que 17 tonnes à l'hectare. Donc nous envisageons d'augmenter 19 tonnes le rendement de la production à l'hectare et de produire 50kg d'oignons par planche.

On sait que 1ha de surface cultivée peut avoir un rendement de 19 tonnes, un partiel de 12m² peut produire jusqu'à 50kg d'oignons. Alors pour avoir une tonne d'oignons, il faut avoir 20 planches ou 20 partiels de 12m².

Ce projet envisage de vendre jusqu'à 500 tonnes d'oignons par an, on doit cultiver alors de 3 600 planches dans la commune d'Avaratsena pour avoir 300 tonnes d'oignons et de faire une collecte de 200 tonnes dans les zones productrices.

1.3- Les différents facteurs de production :

Pour notre projet, il est indispensable de mettre en place les facteurs de production fiable pour satisfaire les besoins de client dans la région et aussi d'avoir une activité rentable et efficace.

Dans notre cas, il y a deux facteurs de production, à savoir :

- Les facteurs humains.
- Les facteurs matériels.

- **Facteurs humains :**

Ce sont l'ensemble du personnel du projet, plus précisément le Gérant propriétaire, le responsable administratif et financier, le responsable technique, l'agent d'encadrement technique, les agents commerciaux, les ouvriers, et le gardien.

- **Facteurs matériels :**

Ce sont l'ensemble des matériels et mobiliers de bureau, des matériels agricoles, des matériels informatiques.

Section 2 : Les dépenses en matière première :

2.1-Les dépenses sur chaque unité de production ou une planche :

Nos dépenses varient selon la nature et le prix de la matière première utilisée. Prenons comme exemple le cas de l'urée qui s'élève à 1.000ariary le kilo, 7 000 ar pour le fixateur. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous les différents prix de matière première du projet.

Tableau N°5 : Dépenses sur chaque unité de production pour la culture :

Nature	U	Quantité	Montant (en ariary)
Semence d'oignons	kap	01	5.000
NPK	kg	01	1.000
Urée	kg	01	1.000
Insecticide	kg	01	10.000
Fongicide	l	01	7.000
Fixateur	l	01	7.000

Le tableau N°5 page 39 nous montre le prix unitaire par unité de traitement, l'engrais et la semence utilisée du projet. Et nous avons remarqué que l'insecticide est plus cher par rapport aux autres matières premières.

Dépenses pour une planche en matière première :

Bulbe : 1/50 kg pour 120,00ariary, Semence : 1 kg pour 5000,00ariary, Insecticide : 1/8 kg pour 1.250,00ariary, Fongicide : 1/8 l pour 875,00ariary, Fixateur : 1/4 l pour 1.750,00ariary
NPK : 1/4 kg pour 300,00ariary, Urée : 1/4 kg pour 300,00ariary

Donc, le coût de matière première pour une planche s'élèvent à 11.395,00ariary

2.2-Prévision d'achat

Normalement, l'achat se fait par semestre mais pour minimiser les dépenses, le projet effectue l'approvisionnement des matières de production une fois par an.

2.2.1-Achat prévisionnel pour la première année :

Nous allons présenter au tableau ci-après les dépenses prévisionnelles des matières premières comme les produits de traitement d'oignons au cours de la première année d'exploitation du projet.

Tableau N°06 : Achat prévisionnel pour l'année 1 : (en ariary)

Rubriques	U	Quantité	Prix Unitaire	TOTAL
Semence	kg	1000	5.000	5.000.000
NPK	kg	200	1.000	200.000
Urée	kg	200	1.000	200.000
Insecticide	kg	100	6.000	600.000
Fongicide	l	100	7.000	700.000
Fixateur	l	100	7.000	700.000
Bulbe	kg	1000	5000	5.000.000
Oignons collectés	kg	200.000	400	80.000.000
TOTAL	-	-	-	92.400.000

D'après le tableau d'achat prévisionnel pour l'année 1, nous constatons que les dépenses en matière première varient selon la nature, et nous avons remarqué que le prix unitaire du fongicide et du fixateur est plus cher que celui de l'insecticide. Par contre, le prix par kilo des engrais s'élève à 1.000ariary, et les prix des oignons collectés coûtent 80.000.000,00ariary au cours de la première année.

Donc, le total des dépenses s'élèvent à 92.400.000ariary pour la première année d'exploitation.

2.2.2-Achat prévisionnel sur cinq ans :

D'après le tableau d'achat prévisionnel pour l'année 1, nous devons acheter des bulbes 1000 kg et des semences 1000 kg pour pouvoir atteindre le rendement souhaité.

Nous avons aussi constaté que notre projet est très prudent concernant les différentes maladies qui peuvent frapper la culture oignonnière en achetant de quantité suffisante de traitement.

Nous allons voir l'achat prévisionnel pour l'année 2 et ainsi de suite jusqu'à l'année 5.

Tableau N°07 : Achat prévisionnel pour l'année 2 (en ariary)

Rubriques	U	Quantité	Prix Unitaire	TOTAL
Semence	kg	1000	5.000	5.000.000
NPK	kg	200	1.000	200.000
Urée	kg	200	1.000	200.000
Insecticide	kg	100	6.000	600.000
Fongicide	l	100	7.000	700.000
Fixateur	l	100	7.000	700.000
Bulbe	kg	1000	5000	5.000.000
Oignons collectés	kg	200.000	400	80.000.000
TOTAL	-	-	-	92.400.000

Ce tableau nous montre que le montant des dépenses en matière première pour la production et les quantités collectées pour la 1^{ère} et la 2^{ème} année d'exploitation ne changent pas. Le but de cette technique, c'est de pouvoir bien gérer et bien maîtriser l'activité du projet.

Tableau N°08 : Achat prévisionnel pour l'année trois (en ariary)

Rubriques	U	Quantité	Prix Unitaire	Année 3
Semence	kg	1010	5.000	5.050.000
NPK	kg	200	1.000	200.000
Urée	kg	200	1.000	200.000
Insecticide	kg	100	6.000	600.000
Fongicide	l	100	7.000	700.000
Fixateur	l	100	7.000	700.000
Bulbe	kg	1010	5000	5.050.000
Oignons collectés	kg	201.000	400	80.400.000
TOTAL	-	-	-	92.900.000,00

D'après ce tableau, nous constatons que les dépenses annuelles de l'achat prévisionnel de l'année 3 s'élèvent à 92.900.000ariary. Donc, il y a une augmentation de 500.000ariary par rapport à l'année 2. Cela montre que les clients ne cessent pas d'augmenter vu la qualité de service et le savoir faire des travailleurs notamment le responsable technique du projet.

Tableau N°09 : Achat prévisionnel pour l'année quatre (en ariary)

Rubriques	U	Quantité	Prix Unitaire	Année 4
Semence	kg	1500	5.000	7.500.000
NPK	kg	300	1.000	300.000
Urée	kg	300	1.000	300.000
Insecticide	kg	150	6.000	900.000
Fongicide	l	150	7.000	1.050.000
Fixateur	l	150	7.000	1.050.000
Bulbe	kg	1500	5000	7.500.000
Oignons collectés	kg	300.000	400	120.000.000
TOTAL	-	-	-	138.600.000,00

Ce tableau nous présente le coût total de l'approvisionnement prévisionnel de l'année 4. Pour cela, nous constatons qu'il y a une augmentation de 45.700.000,00ariary par rapport à l'année 3.

Tableau N°10 : Achat prévisionnel pour l'année cinq (en ariary)

Rubriques	U	Quantité	Prix Unitaire	Année 5
Semence	kg	1600	5.000	8.000.000
NPK	kg	350	1.000	350.000
Urée	kg	350	1.000	350.000
Insecticide	kg	200	6.000	1.200.000
Fongicide	l	200	7.000	1.400.000
Fixateur	l	200	7.000	1.400.000
Bulbe	kg	1600	5000	8.000.000
Oignons collectés	kg	320.000	400	128.000.000
TOTAL	-	-	-	148.700.000,00

D'après ce tableau, nous constatons que les dépenses annuelles de l'année 5 s'élèvent à 148.700.000,00ariary. Donc, il y a une augmentation de 10.100.000,00ariary par rapport à l'année 4.

Section 3 : Prévision de vente :

Dans notre cas, le chiffre d'affaires dépend de la quantité collectée et produite et cette dernière est en fonction des matières premières à utiliser. Cela veut dire qu'il y a une dépendance entre le chiffre d'affaires, la quantité à produire et les matières premières. Nous allons voir successivement ci-après la quantité produite prévisionnelle et le chiffre d'affaires correspondant.

3.1-La quantité produite et collectée prévisionnelle :

Pour la première année d'exploitation, nous avons envisagé de produire 380 tonnes d'oignons dans la commune d'Avaratsena et de collecter 20 tonnes dans les zones productrices du district d'Ambohidratrimo à savoir Ambohipihaonana, Ambato, Merimandroso. Pour la première et la deuxième année d'exploitation, on n'envisagera pas encore de collecter des oignons en dehors de la région d'Ambohidratrimo pour éviter l'augmentation de charge de transport.

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

3.1.1-Prévision de vente pour la première année :

Tableau N°11 : Prévision de vente en quantité pour la première année : (en kilo)

Rubriques	Unité	Quantité
Production d'oignons	kg	380.000
Oignon collecté	kg	20.000
TOTAL	-	400.000

Ce tableau nous présente la quantité d'oignons cultivés et collectés en kilo par le projet au cours de la première année d'activité. Notre production d'oignons en quantité est de 380 tonnes et les oignons collectés s'élèvent à 20 tonnes. Cela explique que l'oignon collecté est largement inférieur par rapport à la production d'oignons.

3.1.2 Prévision de vente sur cinq ans :

Tableau N°12 : Les prévisions des ventes sur 5ans :

Année 2 : (en kilo)

Rubriques	Unité	Quantité
Production d'oignons	kg	380.000
Oignon collecté	kg	20.000
TOTAL	-	400.000

D'après ce tableau, nous constatons que la quantité d'oignons produits et collectés ne change pas pour la deuxième année. Cela veut dire que le responsable ne change pas encore la quantité de semence à cultiver, de même pour le montant d'investissement pour l'achat d'oignons.

Année 3 : (en kilo)

Rubriques	Unité	Quantité
------------------	--------------	-----------------

Production d'oignons	kg	429.900
Oignons collecté	kg	20.100
TOTAL	-	450.000

Ce tableau nous montre que la quantité d'oignons produits et collectés s'élève à 450tonnes pour l'année 3. Cela explique qu'il y a une augmentation de production d'oignons et cette augmentation est de 50tonnes.

Année 4 : (en kilo)

Rubriques	Unité	Quantité
Production d'oignons	kg	440.000
Oignon collecté	kg	30.000
TOTAL	-	470.000

Vu ce tableau ci-dessus, on constate que la quantité d'oignons produits et collectés est de 470tonnes pour l'année 4. Donc, il y a une augmentation qui s'élève à 20tonnes par rapport à l'année 3. Cela veut dire aussi qu'on a augmenté la quantité de semence.

Année 5 : (en kilo)

Rubriques	Unité	Quantité
Production d'oignons	kg	478.000
Oignon collecté	kg	32.000
TOTAL	-	510.000

Ce tableau nous montre que le total d'oignons produit et collectés est de 510tonnes. Donc, il y a une augmentation de 38 tonnes pour la production et nous avons remarqué que les oignons collectés ont augmenté par rapport à l'année précédente.

Abordons maintenant le chiffre d'affaires prévisionnel du projet.

3.2-Le chiffre d'affaires prévisionnel :

3.2.1-Le chiffre d'affaires prévisionnel pour la première année :

Tableau N°13 : Le chiffre d'affaires prévisionnel pour l'année 1 : (en ariary)

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Ventes d'oignons : - produits - collectés	kg	400.000	800	320.000.000,00
TOTAL	-	400.000		320.000.000,00

D'après ce tableau, on constate que le chiffre d'affaires annuel s'élève à 320.000.000,00ariary pour l'année 1.

3.2.2-Chiffre d'affaires prévisionnel sur 5ans :

Tableau N°14 : Chiffre d'affaires prévisionnel sur 5ans (en ariary)

Année 2 :

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Vente d'oignons : - produits - collectés	kg	400.000	800	320.000.000,00
TOTAL	-	400.000		320.000.000,00

D'après ce tableau, nous avons constaté que le chiffre d'affaires ne change pas à la deuxième année d'exploitation.

Année 3 : (en ariary)

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Vente d'oignons : - produits - collectés	kg	450.000	800	360.000.000,00
TOTAL	-	450.000		360.000.000,00

Dans le tableau de l'année 3 page 46 , nous avons constaté que le chiffre d'affaires s'élève à 360.000.000,00ariary pour l'année 3. Cela explique que notre vente a une augmentation de 40.000.000,00ariary par rapport à l'année 2.

Année 4 : (en ariary)

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Vente d'oignons : - produits - collectés	kg	470.000	800	376.000.000,00
TOTAL	-	470.000		376.000.000,00

D'après ce tableau, nous avons constaté que le chiffre d'affaires ne cesse pas d'augmenter.

Il s'élève à 376.000.000,00ariary pour l'année 4. Cela veut dire qu'il y a une augmentation par rapport à l'année 3.

Année 5 : (en ariary)

Rubriques	Unité	Quantité	P.U	Montant
Vente d'oignons : - produits - collectés	kg	510.000	800	408.000.000,00
TOTAL	-	510.000		408.000.000,00

A l'égard de ce tableau, nous avons constaté que le chiffre d'affaires s'élève à 408.000.000,00ariary pour l'année 5. Cela explique que le chiffre d'affaires ne cesse pas d'augmenter au cours des cinq années d'activité.

Si on compare la première année et la cinquième année d'exploitation, on constate que nous avons une augmentation de vente de 110 tonnes dans cinq ans. Cela signifie que notre projet essaye de produire davantage pour atteindre notre objectif

CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE :

Dans ce chapitre, nous allons définir l'organisation envisagée, notamment le rôle, l'organigramme choisi et la description des tâches principales de chaque poste de travail du projet.

Voyons tout d'abord l'organisation envisagée.

Section 1 : Organisation envisagée :

L'objectif principal de notre projet c'est de développer le secteur de l'agriculture dans le milieu rural et diminuer le circuit de commercialisation oignonnière. Pour arriver à notre fin, nous devons bien organiser et bien gérer notre travail dans le district d'Ambohidratrimo. Alors, nous allons donner ci-après la fonction de cette organisation et l'organigramme choisi.

1.1-Le Rôle :

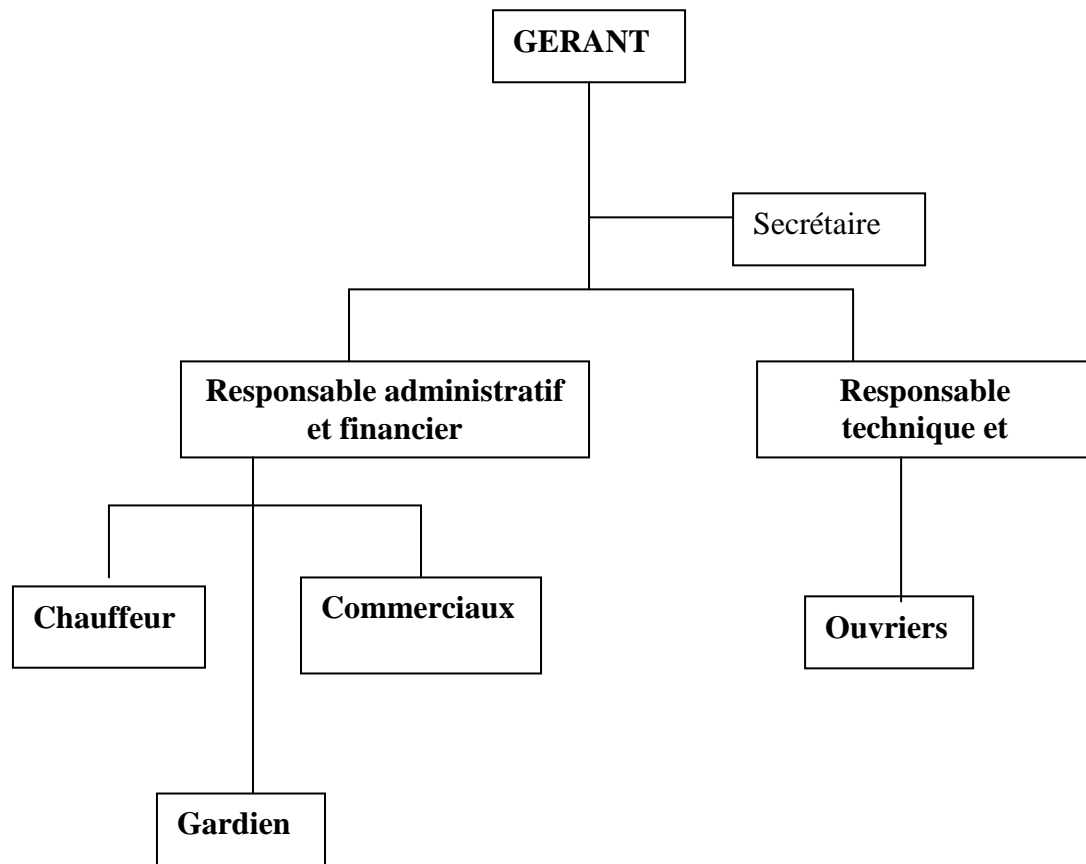
L'organigramme permet au responsable de notre entreprise :

- de connaître la structure de l'entreprise,
- d'éviter les conflits d'autorité entre les personnels,
- d'identifier les responsabilités des personnels,
- de constater les anomalies de l'organisation.

On doit élaborer avec soin cet organigramme pour avoir une image précise des différents services du projet et des liens organiques

1.2-Organigramme choisi :

Pour notre projet, nous choisissons un organigramme d'une entreprise individuelle pour faciliter la gestion des ressources humaines et le contrôle à chaque poste de travail. Donc, nous allons présenter dans la page 49 la structure organisationnelle du projet.



Section 2 : La description des tâches principales de chaque responsable :

Pour notre projet, le personnel est composé de :

- un gérant propriétaire,
- un responsable administratif et financier,
- un responsable technique et production,
- Deux Commerciaux,
- Quatre Ouvriers,
- Un Chauffeur,
- Un gardien.

2.1-La direction :

- ***Le gérant :***

Il se trouve en tête de l'organisation de l'entreprise,

Il dirige l'ensemble du projet

Ses fonctions principales sont de :

- assurer la bonne marche du projet,
- prendre les décisions finales dans l'entreprise en cas de difficulté

- ***Le secrétaire :***

Il assure le classement de dossier, la bonne circulation des informations ainsi que la tenue de tous les documents de l'entreprise.

2.2-Service administratif et financier :

- ***Responsable administratif et financier :***

- assure la gestion administrative et financière du projet,
- assume toutes les opérations comptables (gestion des encaissements, des décaissements ...),
- assure la déclaration fiscale, et relation avec l'administration,

- ***Commerciaux :***

- assument la commercialisation des produits,
- négocient avec les clients,

- recherchent des clients,
- assurent la gestion de porte feuille des clients,

- ***Gardien :***

- garantit la sécurité des matériels et l'entreprise.
- assure aussi le nettoyage de l'entreprise
- occupe le service de jardinage

- ***Chauffeur :***

- assure la collecte et la livraison de la production,
- assume l'entretien du véhicule en cas de panne,
- assure la visite technique, assurance, vignette....

2.3-Service technique :

- ***Responsable technique et production :***

- assure l'ensemble de la technique appliquée à la production d'oignons,
- assume aussi l'amélioration de production.
- supervise les ouvriers
- assure les techniques de plantation et de magasinage.

- ***Ouvriers :***

- assurent l'exécution de tous les travaux de production (collecte, plantation,....)

Section 3 : Chronogramme :

Le chronogramme nous montre la durée de la réalisation du projet qui débute au montage du projet jusqu'à la date d'arrêt des activités.

Donc, nous allons présenter ci-après le calendrier d'activité du projet.

[illegible]

Conclusion partielle

Nous avons utilisé des techniques de production plus perfectionnées, c'est pour ça que nous avons deux possibilités de reproduire les bulbes comme le semis direct avec plantation et resemis des bulbes. Pour avoir une meilleure production, on doit récolter les bulbes d'oignons s'ils sont murs c'est à dire si leurs feuilles deviennent jaune et se dessèchent, ensuite ils sont décollectés sur place puis desséchés sur un espace bien ensoleillé et vaste et enfin les bulbes sont transportés au magasin de stockage. On doit bien conserver les bulbes par confection des clayettes bien espacées laissant une libre circulation de l'air. Pour arriver à notre fin, notre projet utilise des matériels complets et sophistiqués et des personnels compétents pour avoir le bon fonctionnement de l'entreprise et pour avoir les rendements suffisants.

Dans notre cas, la technique de l'approvisionnement consiste à réaliser une série d'opération qui permet de disposer un stock compatible au besoin de l'entreprise et d'avoir une bonne gestion de notre stock. Nous avons choisi deux modes pour évaluer notre stock, en l'occurrence de LIFO, et de FIFO.

Notre projet envisage de produire des oignons à bulbe rouge et prévoit de vendre jusqu'à 500 tonnes par an. Pour atteindre ce tonnage, on doit cultiver 3600 planches dans la commune d'Avaratsena pour avoir 300 tonnes et de collecter 200 tonnes dans les zones productrices.

Nous avons élaboré des tableaux pour l'achat prévisionnel de matière première pendant cinq années d'exploitation.

Notre service achat a choisi de faire par semestre l'approvisionnement de matière première et trois fois par an pour la collecte d'oignons pour minimiser les dépenses.

Nous avons effectué la prévision de vente pendant cinq ans. On constate que notre projet a une augmentation de vente de 110 tonnes. Cela signifie que notre chiffre d'affaires ne cesse pas d'augmenter.

L'objectif principal de notre projet c'est développer le secteur de l'agriculture et diminuer le circuit de commercialisation oignonnière dans le district d'Ambohidratrimo. Pour arriver à ce but, nous avons bien défini l'organigramme, les différents rôles de chaque responsable et le chronogramme de la réalisation du projet pour faciliter la gestion des ressources humaines et le contrôle à chaque poste de travail.

TROISIEME PARTIE

ETUDE FINANCIERE DU PROJET

CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS

C'est dans cette chapitre que nous allons essayer d'apporter une vision un peu plus concrète a la réalisation de ce projet. En d'autre terme, nous allons voir ici l'avenir probable de l'argent que nous apporterons et de l'argent que nous avons besoin. Pour cela il est nécessaire de présenter le coût d'investissements, le tableau d'amortissement, le plan de financement, le tableau de remboursement des dettes, et le compte de gestion du projet.

Nous allons voir en premier lieu le coût d'investissements.

Section 1 : Le coût d'investissements :

1.1-Immobilisation :

il s'agit des biens de toute nature possédés par notre entreprise pour être utilisé d'une manière durable.

Nous allons nous concentrer sur l'infrastructure, les matériels et mobiliers de bureau, les matériels informatiques, le matériel de transport, l'agencement et l'installation.

Voyons les infrastructures envisagées.

1.1.1-Infrastructure :

C'est la construction d'un bâtiment pour le bureau et le magasin de stockage. La durée d'exécution des travaux est de 3mois.

Le tableau ci-après nous présente la répartition des coûts des travaux à réaliser.

Tableau N°15 : Coût d'infrastructure :

Rubriques	Montant (en Ariary)
Terrassement	200.000,00
Construction	5.800.000,00
Charpente	1.600.000,00
Menuiserie	1.800.000,00
Peinture	600.000,00
Total	10.000.000,00

Nous avons dépensé 10 000 000 Ariary. Ce montant se répartit sur les grands travaux du projet comme le terrassement, la construction, le charpente, le menuiserie et le peinture.

1.1.2-Matériels et mobiliers de bureau :

Ils comprendront une table de bureau, une table pour ordinateur, sept chaises, une machine à calculer, une armoire. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous les coûts de ces matériels.

Tableau N°16 : Matériels et mobiliers de bureau (en Ariary)

Rubriques	Déjà acquis			A acquérir		
	Quantité	P.U	Montant	Quantité	P.U	Montant
Table de bureau	01	30.000,00	30.000,00	-	-	-
Table d'Ordinateur	-	-	-	01	70.000,00	70.000,00
Chaises	03	20.000,00	60.000,00	-	-	-
Machine à calculer	-	-	-	01	10.000,00	10.000,00
Armoire	-	-	-	01	120.000,00	120.000,00
Chaises de visiteur	01	20.000,00	20.000,00	03	20.000,00	60.000,00
TOTAL	-	-	110.000,00	-	-	260.000,00

Ce tableau nous présente que les matériels déjà acquis sont de 29,72% des matériels et mobiliers de bureau du projet. Cela veut dire que les matériels à acquérir sont de 70,27% du coût total des matériels et mobiliers de bureau. Donc, nous avons besoin de financement pour acheter le reste.

1.1.3-Matériels informatiques :

Vu la technologie à grand pas, nous souhaitons informatiser toutes les gestions dans notre entreprise comme la gestion des personnels, des matériels, des commandes et de stocks

Ils sont composés d'un micro-ordinateur, d'un imprimante, d'un onduleur, et d'un perforateur.

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

Rubriques	Déjà acquis			A acquérir		
	Quantité	P.U	Montant	Quantité	P.U	Montant
Ordinateur	-	-	-	01	800.000,00	800.000,00
Imprimante	-	-	-	01	200.000,00	200.000,00
Onduleur	-	-	-	01	120.000,00	120.000,00
Perforateur	-	-	-	01	10.000,00	10.000,00
TOTAL	-	-	-	-	-	1.130.000,00

Vu ce tableau, nous constatons qu'il n'y a pas des matériels informatiques déjà acquis. Cela veut dire que nous devons avoir 1.130.000ariary pour les acheter.

1.1.4-Matériels et outillages

Les matériels et outillages comprendront une balance à bascule, une balance portative de 50kg, un appareil technoma et des outillages agricoles tels que pelles, brouette, râteaux, arrosoir plastique, angady. Ces matériels sont réservés pour l'exploitation c'est-à-dire pour les plantations et les collectes d'oignons

Le tableau ci-après nous présente le coût des matériels et outillages.

Tableau N°18 : Matériels et outillages :

Rubriques	Déjà acquis		
	Quantité	P.U	Montant
Arrosoir. Pl.	06	3.000,00	18.000,00
Angady	04	1.000,00	4.000,00
Râteaux	04	1.000,00	4.000,00
Pelles	03	1.000,00	3.000,00
Balance portative	01	9.000,00	9.000,00
Balance bascule	01	10.000,00	10.000,00
Appareil techno	01	2.000,00	2.000,00
TOTAL	-	-	50.000,00

D'après le tableau n°18 page 57, nous constatons que les matériels et outillages coûtent à 50.000ariary, nous avons signalé que tous les matériels et outillages sont déjà acquis.

1.1.5-Matériel de transport :

Pour faire la collecte d'oignons, il est nécessaire d'acheter une camionnette même en état d'occasion pour éviter la location et aussi pour minimiser la dépense pendant la collecte. Cette voiture coûte à 10.000.000ariary.

1.1.6-Agencement et installation

Ce sont les travaux complémentaires afférents à la construction du nouveau bâtiment pour le bureau du gérant et le magasin de stockage d'oignons.

Le coût total d'installation électrique s'élève à 250.000,00Ariary et le coût d'achat du terrain s'élève à 5.000.000,00Ariary.

1.1.7-Récapitulation des immobilisations et investissements :

Tableau N°18 : Récapitulation des immobilisations et investissements : (en Ariary)

Rubriques	Déjà acquis	A acquérir	TOTAL
Frais d'établissement	198.000,00	-	198.000,00
Terrain	5.000.000,00	-	5.000.000,00
Construction	-	10.000.000,00	10.000.000,00
M .mobilier de bureau	110.000,00	260.000,00	370.000,00
M.informatiques		1.130.000,00	1.130.000,00
Matériel et outillage	50.000,00		50.000,00
Matériel de transport		10.000.000,00	10.000.000,00
A. installation	250.000,00	-	250.000,00
Fonds de roulement	400.000,00	-	400.000,00
Imprévus	-	300.000,00	300.000,00
TOTAL	6.008.000,00	21.690.000,00	27.698.000,00

Ce tableau nous montre le total des matériels déjà acquis et les matériels à acquérir. Nous avons remarqué que le coût des immobilisations déjà acquis est 21,69% du total

des investissements. Le fonds de roulement initial est de 1,44% de l'ensemble des immobilisations et les imprévus s'élèvent à 300 000 Ariary. Cela explique aussi que nous avons encore besoin de financement de 21 690 000 000 Ariary.

1.2-Les charges :

Pour notre projet, les charges comprendront les salaires du personnel et les autres charges. Voyons tout d'abord les salaires du personnel.

1.2.1-Les salaires de personnel :

Les charges sur salaires sont les charges du personnel qui alimentent directement les services des impôts à savoir l'IRSA, CNaPS, et OSIE. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous la répartition des charges sur salaire du personnel du projet et les salaires mensuels.

Tableau N° 20 : Charges sur salaire et salaires mensuels (en Ariary)

Fonctions	Effectif	Salaire mensuel	Charges salariales		Charges patronales		IRSA	Net à payer
			Cnaps	Ostie	Cnaps	Ostie		
Gérant	1	140.000	1 400	1 400	16.600	7.000	8.000	108.400
RAF	1	120.000	1.200	1.200	-	-	7.280	110.320
RTP	1	120.000	1.200	1.200	-	-	7.280	110.320
Commercial	2	60.000	600	600	-	-	2.400	56.400
Ouvrier	04	100.000	1.000	1.000	-	-	5.700	92.200
Chauffeur	1	60.000	600	600			2.400	56.400
Gardien	1	40.000	400	400	-	-	2.050	37.150

D'après ce tableau, nous constatons que les charges patronales s'élèvent à 23.600,00Ariary et les charges salariales à 10.000,00ariary au total. Et nous avons remarqué aussi que les charges payées aux personnels sont de 571.190,00Ariary par mois. L'impôt sur le revenu salarial assimilé s'élève à 35.110,00Ariary. Cette somme est payée auprès du service des impôts dans le district d'Ambohidratrimo.

1.2.2- Salaire du personnel sur 5ans :

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

Fonctions	Effectif	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gérant	1	1.300.800	1.300.800	1.400.000	1.500.000	1.520.000
RAF	1	1.323.840	1.323.840	1.440.000	1.520.000	1.540.000
RTP	1	1.323.840	1.323.840	1.440.000	1.520.000	1.540.000
Commercial	2	676.800	676.800	700.000	800.000	820.000
Ouvrier	04	1.106.400	1.106.400	1.200.000	1.300.000	1.320.000
Chauffeur	1	676.800	676.800	700.000	800.000	820.000
Gardien	1	445.800	445.800	500.000	600.000	620.000
TOTAL	11	6.854.280	6.854.280	7.380.000	8.040.000	8.180.000

Ce tableau nous présente que le salaire du personnel ne cesse pas d'augmenter au cours des cinq années d'activité. Prenons comme exemple la troisième année, il y a une augmentation de 525.720Ariary. Cela explique qu'il y a aussi une augmentation sur le chiffre d'affaires. Nous avons remarqué que le salaire ne change pas à la deuxième année.

Abordons maintenant les autres charges.

1.2.3-Les autres charges

Ce sont les charges indirectes qui ne peuvent pas affecter directement au coût d'unité de production comme l'électricité, publicité, réparation des matériels, l'impôt, petit outillage.

Le tableau n 22, page 61 nous montre les dépenses mensuelles pour la première année.

1.2.4-Les autres charges pour la première année :

Tableau N°22 : Autres charges (en millier d'ariary)

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
E.élect	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
FDB	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192
Publicité	24	24	24										72
Carburant	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
Outillage	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	96
E.Matériels	24			24			24			24			96
Déplacements	40									40			80
Taxes	145												145
TOTAL	317	108	108	108	84	84	108	84	84	148	84	84	1.401

D'après ce tableau, on constate qu'au mois de janvier, les charges s'élèvent jusqu'à 317.000Ariary car au moment de la création, le propriétaire est obligé de payer les taxes. Pour les mois suivants, ces charges sont autour de 108.000ariary par mois.

Dans le tableau ci-dessous, nous allons montrer l'évolution de ces autres charges au cours des cinq années d'exploitation.

Tableau N°23: Prévision des autres charges sur 5ans (en millier d'ariary)

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
E.élect	240	240	260	268	280
FDB	192	192	200	220	240
Publicité	72	72	76	84	90
Carburant	480	480	500	510	520
Outillage	96	96	100	112	120
E.Matériels	96	96	100	112	120
Déplacements	80	80	92	100	104
Taxes	145	145	145	145	145
TOTAL	1.401	1.401	1.473	1.551	1.619

D'après le tableau n°23 dans la page 61, nous avons remarqué que les autres charges ne changent pas à la deuxième année d'activités. A la troisième année, ces charges augmentent de 72.000ariary, de même pour la quatrième et cinquième année d'exploitation.

Section 2 : Tableau d'amortissement

Dans notre cas, le principe de la constitution des amortissements est très important pour pouvoir récupérer notre capital investis lors de l'acquisition des immobilisations. Il est un moyen qui permet d'acquérir de nouveaux matériels.

Dans notre calcul, nous utilisons la méthode d'amortissement linéaire pour tous les matériels parce que la fraction identique d'amortissement pour chaque année est bien favorable à notre trésorerie et nous présentons au tableau ci-après la constitution d'amortissements du projet au cours des cinq années d'activité.

Pour déterminer la durée d'utilisation de ces matériels, nous appliquons la formule suivante :

$$\text{Durée} = 100 / \text{taux}$$

Tableau N°24 : Tableau d'amortissements (en ariary)

Rubriques	Durée	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Frais d'établissement	3	66.000,00	66.000,00	66.000,00	-	-
Constructions	10	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00
M. M de bureau	5	74.000,00	74.000,00	74.000,00	74.000,00	74.000,00
M. informatiques	4	282.500,00	282.500,00	282.500,00	282.500,00	-
Matériel de transport	5	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00
M. et outillages	5	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
A. et installation	10	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
TOTAL		3.457.500,0	3.457.500,0	3.457.500,0	3.391.500,00	3.109.500,00

D'après le tableau n°24 page 62, nous constatons que l'amortissement ne change pas au cours des trois premières années et s'élève à 3.457.500ariary. Et nous avons remarqué que le frais d'établissement sera amorti à la troisième année d'exploitation du projet et les matériels informatiques seront amortis à la quatrième année d'activité.

Donc, il est indispensable d'acheter de nouveaux matériels informatiques pour avoir un maximum de résultat du projet ou bien avoir des activités rentables.

Section 3 : Plan de financement :

Pour notre projet, 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 des emplois qui ont été fait. Donc, pour avoir plus de détail, nous allons essayer d'apparaître les variations de fonds de roulement à partir des variations des ressources et des emplois de l'entreprise. Les ressources sont l'apport en capital, les amortissements, l'emprunt à long et à moyen terme à la BOA. Les emplois sont toutes les immobilisations sauf le fonds de roulement, les imprévus et le remboursement de capital investi.

Alors, le tableau n°25 dans la page 64 nous montre les variations des ressources et des emplois du projet.

Tableau N°25 : Tableau de financement (en ariary)

Rubriques	Montant	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Apport en capital	6.008.000,00					
Résultat	-	6.170.000,00	6.408.000,00	7.228.400,00	7.480.000,00	8.000.000,00
Amortissements	-	3.457.500,00	3.457.500,00	3.457.500,00	3.391.500,00	3.109.500,00
Emprunt à long et à moyen terme BOA	21.690.000,00					
A- TOTAL DES RESSOURCES	27.698.000,00	9.627.500,00	9.865.500,00	10.685.900,00	10.871.500,00	11.109.500,00
Immobilisations	26.998.000,00					
Remboursement	-	9.109.800,00	8.155.440,00	7.201.080,00	6.246.720,00	5.292.360,00
B- TOTAL DES EMPLOIS	26.998.000,00	9.109.800,00	8.155.440,00	7.201.080,00	6.246.720,00	5.292.360,00
C- Variations de fonds de roulement (A-B)	700.000,00	517.700,00	1.710.060,00	3.484.820,00	4.624.780,00	5.817.140,00
D- Variations de BFR						
E- Variations de trésorerie (C-D)	700.000,00	517.700,00	1.710.060,00	3.484.820,00	4.624.780,00	5.817.140,00
F- Cumul de trésorerie (E+F...)	700.000,00	1.217.700,00	2.927.760,00	6.412.580,00	11.037.360,00	16.854.500,00

D'après ce tableau, nous constatons que la solde de notre trésorerie est de **700.000 ariary** au début de l'exploitation. Cette somme ne cesse pas d'augmenter au cours des cinq années d'activité du projet. Cela veut dire que nous pourrons renouveler les matériels amortis à la cinquième année d'activité.

Section 4 : Tableau de remboursement des dettes :

Pour notre projet, le montant total des investissements est de 27.698.000,00ariary qui se subdivise comme suit : apport en capital de 6.008.000,00ariary, à financer de 21.690.000,00ariary. Cela veut dire que nous avons encore besoin de 21.690.000,00ariary auprès des institutions financières. Pour cela, nous choisissons la **BOA** car son taux d'emprunt de **22%** remboursable pendant 5 ans et son mode de remboursement annuel nous sont favorables. Le projet devra rembourser annuellement 4.338.000ariary avec les intérêts y afférents.

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

$$A = C \frac{1}{n} + i$$

On donne : a : annuité

C : montant de l'emprunt 21.690.000,00ariary

i : taux de capitalisation **22%**

n : la durée de remboursement

Tableau N°26 : Tableau de remboursement des dettes : (en ariary)

Années	Emprunt (début) (1)	Intérêts $C \times i$ (2)	Amortissements C / n (3)	Annuité $C / n + C i$ (4)	Emprunt (fin) (1)-(3)
1	21.690.000,00	4.771.800,00	4.338.000,00	9.109.800,00	17.352.000,00
2	17.352.000,00	3.817.440,00	4.338.000,00	8.155.440,00	13.014.000,00
3	13.014.000,00	2.863.080,00	4.338.000,00	7.201.080,00	8.676.000,00
4	8.676.000,00	1.908.720,00	4.338.000,00	6.246.720,00	4.338.000,00
5	4.338.000,00	954.360,00	4.338.000,00	5.292.360,00	0,00
TOTAL		14.315.400,00	21.690.000,00	36.015.600,00	

Le tableau N°26 page 65 nous montre le montant à payer par an avec les intérêts y afférents et nous remarquons que les emprunts sont payés totalement dans 5ans.

Section 5 : Les comptes de gestion :

Nous avons fait les comptes de gestion pour faciliter les travaux comptables lors de l'enregistrement des opérations courantes de notre entreprise.

Les comptes de gestion sont composés des classes 6 et 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 des cinq années d'activités. Donc, les comptes de gestion appartiennent au compte de résultat d'une entreprise.

Les comptes charges sont des opérations commerciales qui ont une tendance générale à une formation de déficit ou perte.

Donc, pour son enregistrement, nous mettons les comptes charges au débit pour l'augmentation et au crédit pour sa diminution.

En ce qui concerne les comptes produits, ce sont des opérations commerciales qui ont une tendance à créer des bénéfices lors de sa formation. Nous mettons les comptes produits au crédit pour son augmentation et au débit pour sa diminution.

Les comptes affectés par ces opérations dans notre projet seront les comptes achats de matières, le compte dotation aux amortissements ainsi que les comptes des charges (autres charges et charges personnels)

CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE

Dans ce chapitre, nous allons analyser et étudier successivement le compte de résultat prévisionnel, la rentabilité , le plan de la trésorerie annuelle du projet, le tableau des grandeurs caractéristiques de gestion, et enfin le bilan prévisionnel du projet.

Voyons tout d'abord le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité du projet.

Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité :

Pour notre projet, le compte de résultat permet de connaître la performance de la Société. Donc, à partir de ce compte, le responsable peut élaborer la prévision ou le budget pour les exercices suivants et faire le diagnostic financier au sein de la Société. 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 trésorerie mensuelle prévisionnelle

Nous allons présenter dans le tableau n°27, page 68 les comptes de trésorerie mensuelle.

Tableau N° 27 : Trésorerie mensuelle prévisionnelle : (en millier d'Ariary)

Rubriques	Total	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Vente	320.000	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.670	26.670
Apport	6.008	6.008											
Emprunt	21.690	21.690											
T. E	347.698	54.364	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.666	26.670	26.670
Achat. MP	92.400	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700	7700
E. électricité	240	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
FDB	192	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
Publicité	72	24	24	24									
Carburant	480	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Outillage	96	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
E.Matériels	96	24			24			24			24		
Déplacements	80	40						40					
Taxes	145	145											
Salaire pers	6854,28	571,19	571,19	571,19	571,19	571,19	571,19	571,19	571,19	571,19	571,19	571,19	571,19
CH. Patronales	283,20			70,8			70,8			70,8			70,8
Investissements	26.998	26.998											
CH. Financières	4.771,8												4.771,8
Remboursement	9.109,8												9.109,8
CH. Exceptionnelle	206.063,22												206.063,22
Impôts	1.851												1.851
T. DEC	346.480,3	28.150,19	943,19	1.013,99	943,19	919,19	989,99	1.053,99	919,19	989,99	983,19	919,19	312.015,81
Solde du mois	1.217,7	26.213,81	25.722,81	25.652,01	25.722,81	25.746,8	25.676,0	25.612,0	25.746,8	25.676,0	25.686,8	25.750,8	(285.345,81)
Solde cumul		26.213,81	51.936,6	77.588,61	103.311,4	129.058,2	154.734,2	180.346,2	206.093	231.769	260.812,71	286.563,51	1.217,7

1.2-Les ratios :

Pour connaître l'autonomie financière du projet, nous allons calculer ci-après les différents ratios. Mais, avant de calculer ces ratios, il est indispensable de citer les formules correspondantes :

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

$$\text{Financement des immobilisations} = \frac{\text{Capitaux permanents}}{\text{Immobilisations nettes}}$$

$$\text{Endettement} = \frac{\text{Dettes à LMT}}{\text{Capitaux permanents}}$$

Nous allons présenter au tableau ci-dessous les différents ratios de notre projet.

Tableau n°28: Calcul des ratios

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Autonomie financière	0,28	0,69	0,78	0,84	0,89
Financement des immobilisations	1,83	1,34	2,01	3,05	4,90
Endettement	0,72	0,30	0,22	0,16	0,11

Vu ce tableau, nous constatons que le projet est indépendant sur le plan financier envers ses créanciers et dispose de disponibilité de fonctionnement par emprunt car le ratio autonomie financière et le ratio de financement des immobilisations sont toujours supérieurs à 0,50 à partir de la deuxième année d'activité.

Cela veut dire que notre projet est rentable, viable à long terme et en plus nous avons de l'autonomie financière.

1.3-La rentabilité :

Avant de calculer la rentabilité du projet, nous donnons tout d'abord les formules suivantes :

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

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

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

Donc, nous allons présenter au tableau ci-après les résultats de la rentabilité du projet :

Tableau n°29: Calcul des rentabilités

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Rentabilité commerciale	1,93%	2,00%	2,01%	1,99%	1,96%
Rendement des capitaux investis	14,36%	23,96%	21,89%	18,92%	17,17%
Taux de rendement propre	22,40%	36,89%	32,36%	27,49%	23,85%

Le tableau N°29 page 70 nous montre que le projet est rentable car le rendement des capitaux investis est toujours supérieur à 10% au cours des cinq années d'exploitation. Et pour le taux de rendement propre, il est toujours supérieur à 20% au cours des cinq années d'activité.

Section 2 : Plan de trésorerie :

Ce plan regroupe :

- les entrées et les sorties dues à l'exploitation,
- les entrées et les sorties dues à l'opération du bilan.

Donc, le tableau ci-dessous nous présente la tenue de la trésorerie au cours des cinq années d'activité du projet.

Tableau N°30 : Plan de trésorerie : (en ariary)

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Solde début		1.217.700,00	2.927.760,00	6.412.580,00	11.037.360,00
Vente	320.000.000,00	320.000.000,00	360.000.000,00	376.000.000,00	408.000.000,00
Apport	6.008.000,00				
Emprunt	21.690.000,00				
T. E	347.698.000,00	321.217.700,00	362.927.760,00	382.412.580,00	419.037.360,00
Achat. MP	92.400.000,00	92.400.000,00	92.900.000,00	138.600.000,00	148.700.000,00
E.élect	240.000,00	240.000,00	260.000,00	268.000,00	280.000,00
FDB	192.000,00	192.000,00	200.000,00	220.000,00	240.000,00
Publicité	72.000,00	72.000,00	76.000,00	84.000,00	90.000,00
Carburant	480.000,00	480.000,00	500.000,00	510.000,00	520.000,00
Outillage	96.000,00	96.000,00	100.000,00	112.000,00	120.000,00
E.Matériels	96.000,00	96.000,00	100.000,00	112.000,00	120.000,00
Déplacements	80.000,00	80.000,00	92.000,00	100.000,00	104.000,00
Taxes	145.000,00	145.000,00	145.000,00	145.000,00	145.000,00
Salaire pers	6.854.280,00	6.854.280,00	7.380.000,00	8.040.000,00	8.180.000,00
CH. patronales	283.200,00	283.200,00	290.000,00	294.000,00	295.800,00
Investissement	26.998.000,00				
CH. Financières	4.771.800,00	3.817.440,00	2.863.080,00	1.908.720,00	954.360,00
Remboursement	9.109.800,00	8.155.440,00	7.201.080,00	6.246.720,00	5.292.360,00
CH. Except°	206.063.220,00	203.456.180	242.239.500,00	212.490.780,00	234.741.700,00
Impôts	1.851.000,00	1.922.400,00	2.168.520,00	2.244.000,00	2.400.000,00
T. DEC	346.480.300,00	318.289.940,00	356.515.180,00	371.375.220,00	402.182.860,00
Solde fin	1.217.700,00	2.927.760,00	6.412.580,00	11.037.360,00	16.854.500,00

D'après le tableau n°30, page 73, nous constatons que la solde de la trésorerie annuelle ne cesse pas d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation. Prenons comme exemple le montant de trésorerie en première année par rapport à la deuxième année, il y a une augmentation de 1.710.060ariary.

Section 3 : Le tableau des grandeurs caractéristiques de gestion :

Nous allons présenter au tableau ci-dessous la situation des grandeurs caractéristiques de gestion.

Tableau n°31 : Tableau des grandeurs caractéristiques de gestion : (en ariary)

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Production vendue	320.000.000,00	320.000.000,00	360.000.000,00	376.000.000,00	408.000.000,00
Achats utilisés	92.400.000,00	92.400.000,00	92.900.000,00	138.600.000,00	148.700.000,00
Achats non stockés	-	7.200,00	9.000,00	10.000,00	129.440,00
Charges externes	-	2.000,00	46.000,00	53.000,00	1.640.000,00
Valeur ajoutée	227.600.000,00	227.590.800,00	267.045.000,00	237.337.000,00	259.250.560,00
Charges personnelles	6.854.280,00	6.854.280,00	7.380.000,00	8.040.000,00	8.180.000,00
Taxes	145.000,00	145.000,00	145.000,00	145.000,00	145.000,00
Résultat brut E	222.313.520,00	219.061.580,00	259.520.000,00	229.152.000,00	250.925.560,00
D .A.A	3.457.500,00	3.457.500,00	3.457.500,00	3.391.500,00	3.109.500,00
Charges financières	4.771.800,00	3.817.440,00	2.863.080,00	1.908.720,00	954.360,00
Charges except°	206.063.220,00	203.456.180,00	242.239.500,00	212.490.780,00	234.741.700,00
Résultats av impôts	8.021.000,00	8.330.400,00	9.396.920,00	9.724.000,00	10.400.000,00
Impôts	1.851.000,00	1.922.400,00	2.168.520,00	2.244.000,00	2.400.000,00
Bénéfice (ou perte)	6.170.000,00	6.408.000,00	7.228.400,00	7.480.000,00	8.000.000,00
D.A.A	3.457.500,00	3.457.500,00	3.457.500,00	3.391.500,00	3.109.500,00
Cash flow	9.627.500,00	9.865.500,00	10.685.900,00	10.871.500,00	11.109.500,00

Ce tableau nous présente que la capacité d'autofinancement ne cesse pas d'augmenter pendant cinq années d'activité. De même pour la valeur ajoutée car elle est de 227.600.000,00ariary pour l'année 1, et atteinte 259.250.560,00ariary à la cinquième année. Cela entraîne une augmentation des produits intérieurs bruts de notre pays.

Section 4 : Bilan prévisionnel :

Le bilan nous permet de connaître la situation globale de l'entreprise, surtout les actifs courants et non courants. Il nous permet aussi de connaître les ressources (capitaux permanents,...). Donc, pour avoir plus d'explication, nous présentons au tableau ci-après l'emploi et la ressource.

Tableau n°32 : Bilan prévisionnel (en ariary)

ACTIF	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<i>Immo.incorporelles :</i>					
Frais d'établissement	198.000,00	198.000,00	198.000,00		
Amortissement	66.000,00	132.000,00	198.000,00		
Valeur Nette	132.000,00	66.000,00	0,00		
<i>Immo.corporelles :</i>					
Terrain	5.000.000,00	5.000.000,00	5.000.000,00	5.000.000,00	5.000.000,00
Construction	10.000.000,00	10.000.000,00	10.000.000,00	10.000.000,00	10.000.000,00
Matériels informatiques	1.130.000,00	1.130.000,00	1.130.000,00	1.130.000,00	
Matériel de transport	10.000.000,00	10.000.000,00	10.000.000,00	10.000.000,00	10.000.000,00
Matériels et outillages	105.500,00	105.500,00	105.500,00	105.500,00	105.500,00
Agencement. installation	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00
Amortissements	3.383.500,00	6.767.000,00	10.150.500,00	13.534.000,00	16.917.500,00
Valeur Nette	23.046.500,00	19.663.000,00	16.279.500,00	12.896.000,00	9.512.500,00
<i>Autres I. Corporelles</i>					
Matériels et M.B	370.000,00	370.000,00	370.000,00	370.000,00	370.000,00
Amortissements	74.000,00	148.000,00	222.000,00	296.000,00	370.000,00
Valeur Nette	296.000,00	222.000,00	148.000,00	74.000,00	0,00
<i>Créance :</i>					
Clients	18.285.600,00	3.862.680,00	10.175.400,00	15.533.760,00	20.219.760,00
<i>Disponibilité</i>	<i>1.217.700,00</i>	<i>2.927.760,00</i>	<i>6.412.580,00</i>	<i>11.037.360,00</i>	<i>16.854.500,00</i>
TOTAL ACTIF	42.977.800,00	26.741.440,00	33.015.480,00	39.541.120,00	46.586.760,00

Suite de tableau n°32

PASSIF	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
<i>Capitaux propres</i>					
Capital	6.008.000,00	6.008.000,00	6.008.000,00	6.008.000,00	6.008.000,00
Report à nouveau		6.170.000,00	12.578.000,00	19.806.400,00	27.286.400,00
Résultat net	6.170.000,00	6.408.000,00	7.228.400,00	7.480.000,00	8.000.000,00
TOTAL 1	12.178.000,00	18.586.000,00	25.814.400,00	33.294.400,00	41.294.400,00
<i>Dettes</i>					
Emprunt à LMT	21.690.000,00				
Fournisseurs	9.109.800,00	8.155.440,00	7.201.080,00	6.246.720,00	5.292.360,00
TOTAL 2	30.799.800,00	8.155.440,00	7.201.080,00	6.246.720,00	5.292.360,00
TOTAL PASSIF	42.977.800,00	26.741.440,00	33.015.480,00	39.541.120,00	46.586.760,00

CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET :

Dans ce chapitre, nous évaluons successivement ce projet sur le plan économique, financier, et social. Voyons tout d'abord l'évaluation économique du projet :

Section 1 : Evaluation économique :

La création de ce projet dans le district d'Ambohidratrimo plus précisément dans la commune d'Avaratsena entraîne une évolution sur le plan économique. Car l'implantation de ce projet nécessite des ressources humaines donc il faut faire des recrutements au sein de l'établissement, ce qui diminue le taux de chômage dans cette région.

L'augmentation du chiffre d'affaires au cours des cinq années d'activité nous permet de stimuler à accroître la valeur ajoutée du projet. Nous savons que la valeur ajoutée est due à l'excédent de la production de l'exercice et la consommation intermédiaire. Et cette dernière est la somme des achats et charges externes de la société. Nous avons remarqué que la valeur ajoutée est de 227.600.000,00ariary pour l'année 1 et s'élève à 259.250.560,00ariary à la cinquième année. En effet, l'évolution de la production vendue et le chiffre d'affaires chaque année provoque l'augmentation du taux de croissance économique du district d'Ambohidratrimo, et aussi dans la région d'Analamanga à l'aide des taxes et impôts payés par la société.

Maintenant abordons l'évaluation financière du projet à l'aide des outils et des critères d'évaluation dans la deuxième section.

Section 2 : Evaluation financière :

2.1-Selon les outils d'évaluation du projet :

2.1.1-La valeur actuelle nette (VAN) :

Nous allons calculer la VAN par la formule suivante :

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

On donne : MBA : Marge Brute d'Autofinancement

i : Taux d'actualisation 22%

n : la durée de la récupération des capitaux investis

C : capital investis 27.698.000,00ariary

Tableau n°33 : Présentation de calcul de la VAN :

Rubriques	MBA	$(1,22)^{-n}$	MBA $(1,22)^{-n}$
1	9.627.500,00	0,819672131	7.891.393,00
2	9.865.500,00	0,671862402	6.628.258,00
3	10.685.900,00	0,550706887	5.884.800,00
4	10.871.500,00	0,451399088	4.907.385,00
5	11.109.500,00	0,369999252	4.110.507,00
TOTAL	-	-	29.422.343,00

Donc, $VAN = 29.422.343,00 - 27.698.000,00$

$VAN = 1.724.343,00\text{ariary}$

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, rentable et réalisable.

2.1.2-Le taux de rentabilité interne :

Calculons d'abord le taux de rentabilité interne.

Tableau n°34 : Présentation de calcul de la TRI

Rubriques	MBA	22%	100%
1	9.627.500,00	7.891.393,00	4.813.750,00
2	9.865.500,00	6.628.258,00	2.466.375,00
3	10.685.900,00	5.884.800,00	1.335.737,00
4	10.871.500,00	4.907.385,00	679.469,00
5	11.109.500,00	4.110.507,00	347.172,00
TOTAL		29.422.343,00	9.642.503,00

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

$$\left\{ \begin{array}{l} 22\% < \text{TRI} < 100\% \\ 29.422.343,00 > 27.698.000,00 > 9.642.503,00 \end{array} \right.$$

$$\frac{27.698.000,00 - 29.422.343,00}{9.642.503,00 - 29.422.343,00} = \frac{\text{TRI} - 22\%}{100\% - 22\%}$$

$$\text{TRI} - 22\% = 0,09 \times 78\%$$

$\text{TRI} = 29,02\%$

Le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'actualisation s'élevant à 29,02%. Donc, le projet dispose d'une marge de sécurité de 7,02% qui permettra à l'initiateur de projet de s'endetter davantage.

2.1.3-L'indice de profitabilité :

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

$$\text{IP} = \frac{29.422.343,00}{27.698.000,00}$$

$\text{IP} = 1,06$

D'après ce résultat, nous constatons que l'indice de profitabilité est supérieur à 1. Donc, la rentabilité est aussi supérieure au taux de capitalisation. Donc le projet génère un bénéfice important. Cela veut dire que l'ariary investi rapporte 0,06 ariary.

2.1.4-La durée de récupération des capitaux investis :

Pour connaître la capacité de récupération des capitaux investis, nous allons calculer la MBA

Tableau n°35 : Présentation de calcul de la DRCI

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
MBA actualisée	7.891.393,00	6.628.800,00	4.884.800,00	4.907.385,00	4.110.507,00
MBA actualisée Cumulée	7.891.393,00	14.519.651,00	20.404.451,00	25.311.836,00	29.422.343,00
Investissement				27.698.000,00	

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

Soit n la date à déterminer, donc nous avons :

$$\left\{ \begin{array}{l} 25.311.836,00 < 27.698.000,00 < 29.422.343,00 \\ 4 < n < 5 \end{array} \right.$$

$$n = \frac{27.698.000,00 - 25.311.836,00}{29.422.343,00 - 25.311.836,00} = \frac{n - 4}{5 - 4} = \frac{2.386.164,00}{4.110.507,00} + 4$$

$$n = 4,58$$

$$0,58 \times 12 \text{ mois} = 6,96$$

$$0,96 \times 30 \text{ jours} = 28 \text{ jours}$$

Les capitaux investis sont récupérés durant la quatrième année d'exploitation ou plus exactement le 28 juillet de l'année 4. Donc, notre projet est rentable car d'après la théorie, si la DRCI est plus courte, le projet est moins risqué.

2.2-Selon les critères d'évaluation du projet :

2.2.1-La pertinence :

Un des objectifs de la commune d'Avaratsena est de développer la filière oignonnière par l'encouragement des paysans à s'intéresser davantage à cette filière et d'après les enquêtes que

nous avons mené, on a remarqué que les producteurs ne satisfont pas aux besoins et aux attentes de leurs clients à cause de l'insuffisance de production.

Notre objectif est de produire jusqu'à 500 tonnes d'oignons par an pour satisfaire les besoins et les attentes des demandeurs. Donc ce projet est pertinent car il se rapporte bien sur le plan de développement et aux besoins des clients.

2.2.2-Efficience:

Au cours de l'analyse de la situation financière du projet, nous avons constaté que la productivité de notre entreprise augmente chaque année ainsi que le chiffre d'affaires en utilisant que les ressources au début de l'année de l'exploitation.

Donc ce projet est efficient car nous avons atteint notre objectif avec le minimum de coût.

2.2.3-La durée de vie du projet :

Comme nous avons vu dans le calcul de la valeur actuelle nette du projet, la VAN est largement positive car elle s'élève à 1.724.343,00 ariary.

Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi, le projet génère un bénéfice certain, ce résultat nous permet donc de dire que le projet est viable à long terme, rentable et sa durée de vie est assurée.

2.2.4-L'impact du projet :

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

Section 3 : Evaluation sociale :

Comme nous avons déjà dit auparavant, ce projet procurera des profits tant au niveau de la société qu'au niveau de la région.

Autre que la création d'emploi généré par ce projet, il améliorera bien sûr le revenu de la population de la région et luttera contre l'insécurité qui peut exister dans la région.

La réalisation de ce projet améliorera aussi l'environnement économique par l'utilisation des techniques modernes relative aux cultures oignonnières et contribuera à la mise en valeur des terres ayant des surfaces cultivables non exploitées par leurs propriétaires.

CONCLUSION GENERALE

La recherche que nous avons effectuée dans le district d'Ambohidratrimo nous permet de savoir de nombreux problèmes notamment en matière de plantation et de commercialisation d'oignons. Nous avons aussi remarqué que cette recherche déroule d'une façon fructueuse grâce à l'aide de la population comme des cultivateurs, des collecteurs, et aussi des responsables du service de l'agriculture dans ce district. Ces derniers nous permettent d'avoir une vision plus claire sur la technique culturale.

Au cours de notre descente aussi, nous avons rencontré des problèmes comme l'insuffisance concernant des produits à collecter car il n'y a que deux familles qui pratiquent la culture oignonnière à titre professionnel.

Pour résoudre ces problèmes, il est indispensable de mettre en place un projet de plantation et de commercialisation pour améliorer la production dans le district d'Ambohidratrimo et pour satisfaire les demandeurs d'oignons.

L'étude financière du projet nous permet de connaître la rentabilité des activités à l'aide des outils et des critères d'évaluations. Le projet est rentable et viable à long terme car la valeur actuelle nette est largement positive s'élevant à 1.724.343,00ariary, le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'actualisation s'élevant à 29,02%.

L'emprunteur dispose une marge de sécurité de 7,02% pour s'endetter davantage. Notre projet est moins risqué car la durée de récupération de capital investis est inférieure à 5 ans. Notre objectif est de produire jusqu'à 500 tonnes d'oignons par an pour satisfaire les besoins de clients donc ce projet est pertinent. Il est efficient parce que le personnel cherche toujours de moyens pour minimiser le coût et maximiser le bénéfice. Sur le plan social, la création de ce projet engendre une création d'emploi qui peut diminuer le taux de chômage, améliorer le revenu de la population et lutter contre l'insécurité.

Le propriétaire peut augmenter les investissements dans la région d'exploitation. L'évolution de la production vendue et de chiffre d'affaires provoque l'augmentation de taux de croissance économique de la région et cette augmentation peut aussi développer les autres secteurs d'activités dans le district d'Ambohidratrimo.

ANNEXE

BIBLIOGRAPHIE

- ◆ Monographie de la Région d'Analamanga auprès de l'INSTAT à Anosy Antananarivo, juin 2003.
- ◆ STRATEGIE (Stratégie, Segmentation, positionnement marketing mixte et politique de l'offre).
Edition MARKETING, COPPRINGT, 1997, 220pages.
- ◆ Document auprès du Ministère de l'Agriculture, de l'élevage et de la pêche pour l'unité de
politique de développement rural (UPRD)
- ◆ Gestion de Projet, par FABIEN BAUGARD, Edition FOURCHER, 1998, 200 pages
- ◆ YVES CHIROOZE (Enseignement Supérieur tertiaire) LE MARKETING. Edition
MARKETING, COPYRING, 1996, 200 pages
- ◆ FABIEN BAUGARD (Direction des relations économiques extérieures) « Le métier de la publicité
et du Marketing ». Edition CECOM, 01 Octobre 1992, 150 pages.
- ◆ Management d'Entreprise, par FABIEN BAUGERD Edition JEUNE, 1995, 180 pages.
- ◆ Analyse de rentabilité d'entreprise, par C- CRISTIAN –P, Edition FOUCHER, 1999, 180 pages.
- ◆ Gestion et création d'entreprise, par Fabien Baugerd, Edition Foucher, 1999, 240pages

TABLE DES MATIERES

	Pages
INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET	4
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET	5
Section 1 : Historique du projet	5
1.1-Généralité sur la situation géographique	5
1.2- Problème politique socio-économique	7
1.3-Les principales activités	8
1.3.1-Plantation d'oignons	8
1.3.2- Campagne d'oignons	12
Section 2 : Caractéristiques du projet envisagé	12
2.1-Nature du projet	13
2.2-But et objectif	13
2.3-Intérêt de projet	14
CHAPITRE II – ETUDE DU MARCHE VISE	15
Section 1 : La description du marché	15
1.1-Domaine d'étude du projet	15
1.2-La part du marché visé	16
Section 2 : Analyse de l'offre	16
2.1-Evaluation de l'offre locale	16
2.2-Les concurrents	17
2.2.1-Les concurrents dans la région d'Ambohidratrimo	17
2.2.2-Les concurrents en dehors de la région	18
2.3-Forces et faiblesses des concurrents	18
Section 3 : Analyse de la demande	19
3.1-Demande globale dans la région	19
3.2-Besoin de la population et des clients	20
Section 4 : Politiques marketing envisagées et stratégies à suivre	20
4.1-La politique marketing à choisir	21
4.1.1-Politique de produit	21

4.1.2-Politiques de prix	21
4.1.3-Politiques de distribution	22
4.1.4-Politique de communication et de promotion	22
4.2-Stratégie marketing à suivre	23
4.2.1-La stratégie push	24
4.2.2-La stratégie pull	24
CHAPITRE III : THEORIE GENERALE SUR LES OUTILS, LES CRITERES	
D'EVALUATION, ET SUR LES STRUCTURES FINANCIERES	25
Section 1 : Les outils d'évaluation du projet	25
1.1- Valeur actuelle nette	25
1.1.1-Définition	25
1.1.2- Formule	25
1.1.3-Interprétation	25
1.2- Taux de rentabilité interne	26
1.2.1-Définition	26
1.2.2- Formule	26
1.2.3- Interprétation	26
1.3- Indice de profitabilité	26
1.3.1- Définition	26
1.3.2- Formule	26
1.3.3- Interprétation	27
1.4- Le délai de récupération des capitaux investis	27
1.4.1-Définition	27
1.4.2- Formule	27
1.4.3- Interprétation	27
Section 2 : Les critères d'évaluation du projet	27
2.1- La pertinence	27
2.2- L'efficacité du projet	28
2.3- L'efficience	28
2.4- La durée de vie du projet	28
2.5- L'impact du projet	28
Section 3 : Les structures financières	28
3.1- Les ratios	29

3.1.1-Définition	29
3.1.2. Formule	29
3.1.3- Interprétation	29
3.2-La rentabilité	30
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET	33
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION	34
Section 1 : Les techniques à mettre en place	34
1.1- techniques des plantations	34
1.2-Ressources à mettre en place	35
1.2.1-Ressources humaines	35
1.2.2-Ressources matérielles	36
Section 2 : La caractéristique de l'approvisionnement	37
2.1-Le mode d'achat à adopter	37
2.2-Le critère d'évaluation de stock à choisir	37
CHAPITRE II : LA CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE	38
Section 1 : Production envisagée	38
1.1- Les descriptions des produits envisagés	38
1.2-Les capacités des productions envisagées	38
1.3-Les différents facteurs à mettre en œuvre	39
Section 2 : Les dépenses en matières premières	39
2.1-Les dépenses sur chaque unité de production	39
2.2-Prévision d'achat	40
2.2.1-Achat prévisionnel pour la première année	40
2.2.2-Achat prévisionnel sur cinq ans	41
Section 3 : Prévision de vente	43
3.1-La quantité produite collectée prévisionnelle	43
3.1.1-Prévision de vente pour la première année	44
3.1.2-Prévision de vente sur cinq ans	44
3.2-Le chiffre d'affaires prévisionnel	46
3.2.1-Le chiffre d'affaires prévisionnel pour la première année	46

CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE	48
Section 1 : Organisation envisagée	48
1.1-La fonction	48
1.2-Organigramme choisi	48
Section 2 : La description des tâches principales de chaque responsable	50
2.1-La direction	50
2.2-Service administratif et financier	50
2.3-Service technique	51
Section 3 : Chronogramme	52
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET	54
CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS	55
Section 1 : Le coût des investissements et les comptes de gestion	55
1.1-Immobilisation	55
1.1.1-Infrastructure	55
1.1.2-Matériels et mobiliers de bureau	56
1.1.3-Matériels informatiques	56
1.1.4-Matériels et outillages	57
1.1.5-Matériel de transport	58
1.1.6-Agencement et installation	58
1.1.7-Récapitulation des immobilisations et investissement	58
1.2-Les charges	59
1.2.1-Les salaires du personnel pour l'année un	59
1.2.2-Les salaires du personnel sur cinq ans	60
1.2.3- Les autres charges pour l'année un	60
1.2.4- Les autres charges sur cinq ans	61
Section 2 : Tableau d'amortissement	62
Section 3 : Plan de financement	63

Section 4 : Tableau de remboursement des dettes	65
Section 5 : Le compte de gestion	66
CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE	
ET ETUDE DE FAISABILITE	67
Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel et la rentabilité	67
1.1- Tableau de trésorerie mensuelles prévisionnelles ratios	67
1.2-Les ratios	69
1.3-La rentabilité	70
Section 2 : Plan de trésorerie	71
Section 3 : Le tableau des grandeurs caractéristiques de gestion	72
Section 4 : Bilan prévisionnel	73
CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET	75
Section 1 : Evaluation économique	75
Section 2 : Evaluation financière	75
2.1-Sur les outils d'évaluation du projet	75
2.1.1-La valeur actualisée nette (VAN)	75
2.1.2-Le taux de rentabilité interne	76
2.1.3-L'indice de profitabilité	77
2.1.4-La durée de récupération des capitaux investis	77
2.2-Sur les critères d'évaluation du projet	78
2.2.1-La pertinence	78
2.2.2-L'efficience du projet	79
2.2.3-La durée de vie du projet	79
2.2.4-L'impact du projet	79
Section 3 : Evaluation sociale	79
CONCLUSION GENERALE	80

