

SOMMAIRE

REMERCIEMENT

LISTE DES TABLEAUX

LISTE DES ABBREVIATIONS

INTRODUCTION

PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET

Section 1 : Historique du projet

Section 2 : Caractéristiques du projet

Section 3 : Mise en place du Site

CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE

Section 1 : Présentation générale du marché

Section 2 : Analyse de l'offre et de la concurrence

Section 3 : Analyse de la demande

CHAPITRE III : RAPPEL SUR LES OUTILS ET CRITERES D'EVALUATION

Section 1 : Les outils d'évaluation

Section 2 : Les critères d'évaluation

DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION

Section 1 : Les facteurs de production

Section 2 : Processus de production

Section 3 : Capacité de production envisagée

CHAPITRE II : LES STRATEGIES ET POLITIQUES MARKETING

ENVISAGEES

Section 1 : Planification stratégique

Section 2 : Planification du marketing MIX

CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE

Section 1 : Structure organisationnelle

Section 2 : Politiques de recrutement et motivation du personnel

Section 3 : Le calendrier de réalisation du projet

TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET

CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS

Section 1 : Nature et coût des investissements

Section 2 : Le fonds de roulement initial

Section 3 : Le plan de financement

CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE ET DE RENTABILITE

Section 1 : Les comptes de gestion

Section 2 : Les comptes de résultats prévisionnels

Section 3 : Les flux nets de trésorerie

Section 4 : Les bilans prévisionnels

CHAPITRE III : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET

Section 1 : Evaluation financières du projet

Section 2 : Evaluation sur les critères d'évaluation

Section 3 : Evaluation socio-économique

CONCLUSION

ANNEXES

BIBLIOGRAPHIES

TABLES DE MATIERES

REMERCIEMENTS

Grâce à l'aide de divers collaborateurs, l'élaboration de ce présent ouvrage a été rendue possible. Ainsi, je tiens à les remercier vivement, à travers ces quelques phrases qui témoigneront de ma gratitude.

- Mais permettez-moi, d'abord, de rendre gloire à Dieu tout puissant pour sa bienveillance et sa bénédiction de m'avoir donné le courage et la santé pendant l'élaboration de cet ouvrage.

Mes sincères remerciements et ma profonde reconnaissance vont ensuite à l'endroit de :

- Monsieur RAJERISON Wilson Adolphe, professeur titulaire, président de l'Université d'Antananarivo, qui m'a permis de soutenir ce mémoire.
- Monsieur RANOVONA Andriamaro, Maître de conférence, Doyen de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie, qui n'a pas ménagé ses pensées dans le but de rendre meilleur notre faculté.
- Monsieur RALISON Roger, Maître de conférence, chef de Département Gestion de la Faculté DEGS, pour avoir autorisé la tenue de la présente soutenance de mémoire de fin d'étude.
- Monsieur ANDRIANTSEHENO Daniel, Maître de conférence, Directeur du Centre d'Etudes et de Recherches en Gestion, le responsable de l'option pour laquelle j'appartiens, pour ses conseils précieux lors de notre formation.
- Madame ANDRIANALY Saholiarimanana, Professeur, pour la réalisation de ce mémoire.
- Monsieur ANDRIAMASIMANANA Origène Olivier, Maître de conférence, notre encadreur pédagogique, qui a toujours manifesté un grand intérêt pour mes recherches, en prenant sur son temps, pour me prodiguer ses conseils, ses suggestions et ses critiques.
- Monsieur ANDRIAMANANTSOA Victor, Ingénieur agronome de formation, qui nous a apporté son contribution dès le début de nos recherches, malgré ses responsabilités.
- Monsieur RANDRIAMIHARISOA Mamy Alfa, enseignant à l'ISAE, mon encadreur professionnel, pour l'appui considérable qu'il a apporté afin de mener à bien ce travail.

- Tous les professeurs de l'Université, vacataires ou permanents pour leurs dévouements à m'offrir leurs connaissances durant mon passage à l'Université. Qu'ils sachent combien j'ai apprécié leurs précieux conseils et leurs remarquables soutiens.
- Tous les personnels administratifs de pour leur contribution indirecte ou directe à la réalisation de notre formation durant notre passage à l'Université.
- Je ne saurais omettre d'adresser mes sincères remerciements au Président et membres du Jury, qui ont eu l'obligeance de me consacrer leurs temps que je sache précieux, afin de diriger cette séance.
- Ma famille ainsi que mes amis, car sans leurs appuis, moral, financier et matériel, je ne serais pas parvenu à ce stade.
- Mes amis, dont les conseils et les encouragements m'ont été précieux et réconfortants. Ainsi qu'à tous les personnes qui, de près ou de loin, ont participé à la réalisation de ce mémoire.

LISTES DES TABLEAUX

Tableau N°1 : Superficie agricole et surface exploitée en 2001.....	11
Tableau N°2 : Disponibilité en riz à Madagascar.....	14
Tableau N°3 : Production de paddy du District d'Anjozorobe.....	15
Tableau N°4 : Répartition de la production de paddy entre les différentes communes.....	16
Tableau N°5 : Evolution du prix du riz blanc sur le marché.....	17
Tableau N°6 : Evolution du prix de paddy sur le marché.....	18
Tableau N°7 : Evolution des effectifs des personnels administratifs.....	28
Tableau N° 8 : Descriptions des matériels et outillages.....	29
Tableau N° 9 : Descriptions des matériels de transport.....	29
Tableau N°10: Le prix de paddy pour l'année 2006 dans le district d'Anjozorobe.....	31
Tableau N°11 : Prévision de la production.....	33
Tableau N°12 : Planning de vente.....	34
Tableau N°13 : Les prix de vente envisagés.....	39
Tableau N°14 : Salaires mensuels de base des personnels.....	47
Tableau N°15 : Le calendrier de réalisation des activités.....	48
Tableau N°16 : Les matériels et outillages.....	51
Tableau N°17 : Récapitulation matériel de transport.....	51
Tableau N°18 : Récapitulation des investissements.....	52
Tableau N°19 : Evolution des superficies cultivées et production attendue.....	53
Tableau N°20 : Récapitulation des dépenses en fertilisants.....	53
Tableau N°21 : Dépenses sur achat de paddy.....	54
Tableau N°22 : Dépenses sur achat de paddy pour la semence.....	54
Tableau N°23 : Fourniture consommable.....	54
Tableau N°24 : Achat d'emballages.....	54
Tableau N°25 : Carburant et lubrifiant.....	55
Tableau N°26 : Dépenses liées aux autres charges.....	55
Tableau N°27 : Dépenses sur salaire des personnels saisonniers.....	56
Tableau N°28 : Les salaires du personnel administratif.....	57
Tableau N°29 : Récapitulation du fonds de roulement initial.....	58
Tableau N°30 : Récapitulation des investissements.....	58
Tableau N°31 : Financement avant exploitation.....	59
Tableau N°32 : Tableau de remboursement des dettes.....	60

Tableau N°33 : Achat de paddy nécessaire à la collecte.....	61
Tableau N°34 : Dimensions pépinières.....	62
Tableau N°35 : Achat de paddy nécessaire à la semence.....	62
Tableau N°36 : Fertilisant pour les rizières.....	62
Tableau N°37 : Fertilisant pour les pépinières.....	63
Tableau N°38 : Fournitures consommables.....	63
Tableau N°39 : Achat d'emballage.....	64
Tableau N°40 : Récapitulation des dépenses en carburant et lubrifiant.....	66
Tableau N°41 : Fourniture d'entretien et de petit équipement.....	66
Tableau N°42 : Fourniture de bureau.....	66
Tableau N°43 : Charges externes.....	67
Tableau N°44 : Impôts et taxes.....	67
Tableau N°45 : Prévision de salaire du personnel sur 5 ans.....	68
Tableau N°46 : Tableau des amortissements.....	69
Tableau N°47 : Chiffres d'affaires prévisionnels.....	70
Tableau N°48 : Compte de résultat par nature à la fin de l'exercice.....	71
Tableau N°49 : Compte de résultat par fonction à fin de l'exercice.....	72
Tableau N°50 : Flux de trésorerie prévisionnel à la fin de l'exercice.....	73
Tableau N°51 : Bilan d'ouverture.....	75
Tableau N°52 : Bilan prévisionnel de l'exercice 1.....	76
Tableau N°53 : Bilan prévisionnel de l'exercice 2.....	77
Tableau N°54 : Bilan prévisionnel de l'exercice 3.....	78
Tableau N°55 : Bilan prévisionnel de l'exercice 4.....	79
Tableau N°56 : Bilan prévisionnel de l'exercice 5.....	80
Tableau N°57 : Calcul de la VAN.....	82
Tableau N°58 : Calcul du TRI.....	83
Tableau N°59 : Calcul du DRCI.....	84

LISTES DES ABREVIATIONS

MAP	: Madagascar Action Plan
DSRP	: Document Stratégique Pour la Réduction de la Pauvreté
CITE	: Centre d'Information Technique et Economique
INSTAT	: Institut National de la STATistique
SAF	: Sampan'Asa Fampanandrosoana
FJKM	: Fianganan'ny Jesosy Kristy eto Madagascar
SRI	: Système à Riziculture Intensive
COMESA	: Common Market for Eastern and Southern Africa (Marché Commun d'Afrique Oriental et Austral)
SADC	: Southrn African Development Community (Communauté de Développement de l'Afrique Austral)
PSDR	: Projet de Soutien de Développement Rural
FID	: Fonds d'Intervention pour le Développement
CSA	: Centre de Services Agricoles
FOFIFA	: Foibem-pirenena ho an'ny fikarohana ampiarina ho fampanandrosoana ny eny ambanivohitra
MAEP	: Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche
MICDSP	: Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Développement du Secteur Privé
DRDR	: Direction Régionale
RAF	: Responsable Administratif et Financier
RTC	: Responsable Technique et Collecte
RMC	: Responsable Marketing et Commercial
CNAPS	: Caisse Nationale pour la Prévoyance Sociale
OSIE	: Organisation Sociale Inter-Entreprise
BOA	: Bank of Africa
Ar	: Ariary
ANC	: Actif non courant
AC	: Actif courant
CP	: Capitaux Propres
PNC	: Passif Non Courant
PC	: Passif Courant

INTRODUCTION

En cette ère du troisième millénaire, Madagascar comme la majorité des pays en voie de développement s'est engagée dans la lutte contre la pauvreté tout en affrontant la mondialisation et l'environnement de l'économie libérale qui engendrent avec eux ses facteurs de développement d'un côté mais aussi ses failles de l'autre.

Si nous allons se référer au concept socio-économique, la plupart des malgaches dépendent encore de l'agriculture, les régions rurales des six provinces, à l'exception d'Antananarivo, sont fortement agricoles avec un taux supérieur à 75% dont 73% des ménages sont des rizicultures. Parmi les céréales, le riz est un produit à la fois économique, social et politique. Produit de première nécessité, constituant la nourriture de base de la population, il tient une place importante dans tous les domaines de la vie de Malgaches. Pourtant, la filière est caractérisée par une offre nationale insuffisante, des rendements faibles et une activité de subsistance.

C'est dans ce contexte que le gouvernement actuel donne une importance particulière au développement rural, par le biais d'un plan innovant, qu'est le MAP ou Madagascar Action Plan, qui prendront le relais du DSRP (Document Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté). Le but du MAP est de faire un saut qualitatif dans le processus de développement grâce à un plan innovant sur cinq ans qui mobilisera le peuple malgache ainsi que les partenaires internationaux. Il vise à démarrer une croissance rapide, et mènera à une réduction de la pauvreté, et assurera le développement du pays en réponse aux défis de la mondialisation et conformément à la vision « Madagascar naturellement » et aux objectifs millénaires de développement.

La politique de l'Etat, en ce qui concerne la riziculture est axée sur l'extension et l'intensification de la production rurale par le recours aux techniques escomptable ainsi qu'à l'amélioration de l'organisation de la filière riz. L'objectif est d'accroître la productivité nationale et le grand défi est de supprimer progressivement les importations de riz qui grèvent notre paiement extérieur.

Par ailleurs, des programmes et actions sont entreprises par le gouvernement dont le PADR ou Programmes d'Action pour le Développement Rural, les divers projets de développement, le développement de la recherche, la facilitation aux accès au crédit, ... pour permettre de développer la filière.

C'est pourquoi l'intérêt du projet présente plusieurs avantages. D'une part, au niveau régional, la plupart des riziculteurs adoptent des techniques culturales qui restent encore très traditionnelles, mais nous nous intéressons au système de riziculture intensive d'autant plus que le gouvernement a lancé un concours de meilleur rendement en riz chaque année.

De même, le projet est générateur et créateur d'emplois par le recours important à la main d'œuvre salariée du fait de la conjoncture actuelle de plus en plus difficile. D'autre part, au niveau national, le projet facilite la croissance économique en stimulant l'agriculture par l'augmentation de la production nationale.

Ces raisons essentielles nous ont amené à choisir ce projet : « Projet de création d'une société rizicole dans le district d'Anjozorobe »

Nous allons, de ce fait, mettre en place une société produisant du riz rouge dénommé « rojo mena », par le système de riziculture intensive, et en vue d'atteindre les objectifs visés correspondant aux besoins spécifiques des clientèles cibles. Le choix d'investir dans ce projet doit répondre au souci de l'intérêt des investisseurs mais aussi de Madagascar étant donné que la riziculture industrielle appartient au secteur productif et créateur d'emploi. En plus, il contribue à l'autosuffisance alimentaire.

Nous avons choisi le lieu d'implantation à Anjozorobe pour de multiples raisons à savoir :

- La disponibilité des infrastructures et de la main d'œuvre qualifié.
- La situation écologique favorable à la riziculture
- Les avantages concurrentiels pour mieux se positionner et connaître les attentes du marché.

Pour y parvenir, notre méthodologie va mettre l'accent sur :

- La recherche théorique auprès de la bibliothèque universitaire et du centre de recherche entre autres le CITE, le Centre de recherche Es-DEGS, qui nous a permis de consulter quelques ouvrages tels qu'ils sont mentionnés dans la bibliographie pour mener à bien notre recherche.
- La recherche d'information auprès de l'INSTAT, le ministère de l'agriculture et le ministère du commerce pour savoir plus sur les normes et la qualité ainsi que la capacité productive du pays sur la filière riz.
- La recherche sur terrain nous permettant de recueillir des informations plus fraîches auprès des différentes associations paysannes et du district de la région considérée concernant la production de riz de la région pour mieux maîtriser la collecte et la bonne gestion nécessaire à l'élaboration de ce projet.

Cependant, pour mener à bien ce mémoire, le plan suivant est adopté :

- La première partie sera consacrée à l'identification du projet, partie au cours de laquelle seront traités les éléments caractéristiques du projet, l'étude de marché, et aussi les outils et critères d'évaluation.
- La deuxième partie analysera la conduite du projet, qui mettra en exergue les études techniques du projet, l'étude marketing et l'étude organisationnelle
- Enfin, la troisième partie comprendra l'étude financière du projet renfermant, l'investissement relatif à l'activité, l'étude de faisabilité et l'analyse de la rentabilité et de l'évaluation du projet.

Et pour terminer, il est à noter au passage qu'une conclusion va clore notre étude ainsi que quelques suggestions et améliorations possibles sur ce projet.



PREMIERE PARTIE
IDENTIFICATION DU PROJET

Le présent projet vise à mettre en place une infrastructure d'appui technique et matériel adéquat. Il ne s'agit pas tout simplement d'une unité de production et de vente mais aussi d'un centre d'encadrement et de vulgarisation des techniques modernes.

Bref, ce projet s'inscrit dans une stratégie de développement rizicole à long terme contribuant au développement socio-économique de la région considérée et aussi de la nation.

Cette partie consiste donc à rassembler tous les détails nécessaires qui explicitent et cadrent le projet. Il ne suffit pas seulement d'avoir une bonne idée mais aussi et surtout de préciser les détails du comment faire pour atteindre les objectifs fixés.

Cette partie rassemble donc trois chapitres :

- Le premier consiste à déterminer tous les détails nécessaires décrivant l'idée du projet ainsi que les caractéristiques et la mise en place du site d'exploitation du projet.*
- Quant au deuxième chapitre, il sera consacré à l'étude de marché. C'est grâce à cette étude que l'on peut savoir si ce projet est faisable ou non de par les différentes analyses que l'on porte sur elle.*
- Enfin pour le troisième, il portera sur les outils et critères d'évaluation qui sont utiles pour analyser un projet.*

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET

Au terme de ce chapitre, nous allons voir la présentation pure et simple de la recherche en faisant une brève historique, en définissant les objectifs à atteindre et les caractéristiques générales de l'entreprise et enfin en présentant la mise en place du site.

Section 1 : Historique du projet

Cette section mettra en exergue l'origine du projet, l'aperçu général sur la filière ainsi que les opportunités et menaces qui peuvent surprendre le projet.

11. Origine du projet :

A Madagascar, le riz est une denrée stratégique, la place du riz dans l'agriculture et même dans l'économie malagasy est indéniable. En plus, ce produit contribue le plus à la formation de revenu d'une grande majorité des ménages ruraux. Malheureusement, la filière rizicole est caractérisée par une offre nationale insuffisante, des rendements faibles et une activité de subsistance. Cela est dû notamment à l'utilisation des techniques de production et de commercialisation non appropriées, entre autres la pratique des formules traditionnelles en matière de riziculture.

En effet, pour inverser cette tendance, l'établissement de ce projet incite les paysans à produire davantage et de contribuer par la suite à l'autosuffisance alimentaire, dont la production et la collecte de riz créent ces activités, ce qui servirait à l'Etat de réaliser ses objectifs sur la réduction de la pauvreté. Par ailleurs, l'Etat lance un concours de meilleur rendement de riz, en effet, cela motive les paysans à vulgariser les techniques améliorées.

11. Aperçu général sur la filière

Pour Madagascar, le riz est un produit à la fois économique, social et politique. Produit de première nécessité, le riz demeure la denrée alimentaire la plus largement consommée par les différentes couches de la population malagasy. Concernant la culture, elle est pratiquée un peu partout sur tout le territoire malagasy mais parmi les riziculteurs, 60 % ne disposent même pas de 60 ares de rizières et leurs productions ne dépassent pas les quelques 800 kg sur une surface de moins de un hectare. Il convient aussi de dire que la plupart de ces riziculteurs optent pour la technique traditionnelle dont le rendement tourne généralement autour de 2 tonnes à l'hectare alors que celle du système à riziculture intensive peut atteindre jusqu'à 10

tonnes à l'hectare. Et il est observé que les freins à l'utilisation de ce système proviennent notamment de l'exigence en maîtrise de l'eau et en coût de dépenses de production très élevées alors que les paysans cherchent à minimiser leurs apports en travaux. Par voie de conséquence, l'offre nationale de riz n'arrive pas à suivre la demande et le pays est obligé d'acheter à l'extérieur une certaine quantité de cette denrée pour pallier le déficit de production.

Après les affres de pénurie en 2004 – 2005, qui fut une crise exceptionnelle et très improbable dont les causes sont d'origines conjoncturelles, entre autres, la dévaluation de la monnaie locale, l'augmentation du prix du riz sur le marché mondial et l'importance de la taxation appliquée sur l'importation de la denrée. La Plate-forme de concertation sur le riz est créée, afin de restaurer la confiance mutuelle entre l'Etat et les opérateurs. Sa mission est simple : coordonner toute la chaîne depuis la culture, en passant par la collecte jusqu'à la commercialisation avec l'importation et l'exportation. Depuis sa création, le marché a connu une certaine amélioration.

Mais signalons au passage que l'Etat malagasy ne se contente pas seulement dans l'importation et l'exportation sur cette filière rizicole. Il se concentre également d'étudier les techniques modernes de production dont le site vitrine agricole pour servir de modèle aux agriculteurs des zones productrices et qui montre aussi le professionnalisme dans l'agriculture comme l'étude des techniques modernes tel que le SRI.

12. Etudes des opportunités et menaces sur cette filière

En général, une entreprise souhaitant installer sur le marché doit analyser à la fois les forces du macro-environnement (démographiques, économiques, technologiques, politico-légales et socioculturels) ainsi que les acteurs du micro-environnement qui affectent son activité. Alors, il faut à chaque fois reconnaître et apprécier les facteurs contextuels et structurels qui exercent une influence favorable ou défavorable sur la filière riz.

➤ Opportunités :

Les opportunités constituent les domaines d'actions dans lequel nous pouvons espérer jouir d'un avantage concurrentiel.

- La filière rizicole malagasy comporte des atouts comme :
 - un niveau de consommation élevé qui atteint les 120 kg par habitant annuellement
 - le développement d'un potentiel de recherche

- Les impacts positifs non négligeables de la mise en œuvre des projets de développement sur la filière dans la zone de couverture de notre projet.
- La filière est caractérisée par une offre nationale insuffisante alors que la population ne cesse de s'accroître.
- Madagascar peut exporter vers la communauté des pays de l'Afrique de l'Est et de l'Afrique Austral sous le régime tarifaire de COMESA et de SADC qui accordent des droits de douanes préférentiels.
- Dans le cadre du MAP, le gouvernement donne une importance particulière à la filière riz, par ailleurs, la construction et la réhabilitation des routes sont les priorités du gouvernement dont l'accès dans les endroits isolés producteur de riz deviendra plus facile.

➤ **Menaces :**

Les menaces sont les problèmes posés par une tendance défavorable ou une perturbation de l'environnement qui, en l'absence d'une réponse marketing appropriée, conduirait à une détérioration de la position de l'entreprise sur son marché.

- Le niveau du pouvoir d'achat des malgaches est très bas ce qui ne permet pas à tous les citoyens malagasy de consommer du riz quotidiennement.
- La modification de l'environnement économique ou politique tels que la grève, la dépréciation monétaire, l'augmentation du prix du riz sur le marché mondial entravent la diminution de la consommation.
- Les conditions climatiques défavorables comme les dépressions ou cyclones tropicaux et les amplitudes de variations de pluies risqueraient de réduire la production.

Section 2 : Caractéristique du projet

Les caractéristiques d'un projet vont mettre en évidence les activités principales de celle-ci pour pouvoir fixer les objectifs à atteindre de la future entreprise. Pour notre cas, les activités principales sont basées sur la collecte et la production de paddy ainsi que la commercialisation du produit sur le marché intérieur.

Les caractéristiques de ce projet se reposent sur la description de celle-ci, la fixation des objectifs et enfin sur les intérêts qui portent ce projet.

21. Description du projet

Un projet peut être défini par un ensemble d'activités coordonnées et orientées vers l'obtention d'un résultat et d'un objectif spécifique. L'établissement d'un projet nécessite qu'on s'investisse à fonds, pour créer, développer et améliorer certains moyens afin d'accroître la production de biens et services dans une collectivité pendant une certaine période.

Ce projet consiste à créer dans le district d'Anjozorobe une société rizicole, c'est à dire que l'entreprise a pour mission de produire et d'acheter du paddy dénommé « rojomena » en vue de le commercialiser dans cette région et aussi dans la province d'Antananarivo. Par ailleurs, il utilise les techniques culturales modernes donnant un rendement de 7 tonnes à l'hectare au début du projet. Autrement dit, nous disposons de trois activités principales qui sont:

- la culture
- la collecte
- la commercialisation

22. But et objectif du projet

Comme toutes autres entreprises, notre firme devra assurer sa survie et son développement. Pour y parvenir, elle s'assigne deux objectifs généraux complémentaires à savoir la satisfaction des clients et sa rentabilité financière.

En effet, ces deux objectifs résument l'idée de l'esprit marketing d'un côté, qui considère que la tâche primordiale de l'entreprise est d'analyser constamment les besoins et les désirs de la clientèle visée et de produire les satisfactions souhaitées de façon plus rentable et de manière plus efficace que les concurrents. De cette façon, nous devons mettre en place une stratégie pour l'achat de paddy au moment de la campagne, que nous verrons de plus près dans la deuxième partie de notre devoir.

Bref, ce projet incitera les riziculteurs à produire davantage tout en améliorant autant que possible la qualité de production.

De l'autre côté, du point de vue financière, notre objectif vise à être rentable, d'abord, de façon à maximiser les recettes, par les moyens dont nous disposons, tout en cherchant à optimiser les dépenses. Ensuite, pour pouvoir conquérir le marché du district tout entier, il faut accroître le chiffre d'affaires pour développer les investissements sur cette filière.

Le but étant de devenir une grande entreprise dans le district d'Anjozorobe, de ce fait, l'objectif est de pouvoir produire jusqu'à 2 500 tonnes de paddy pour la première année.

23. Intérêt du projet

Ce projet présente plusieurs intérêts :

➤ Intérêts politiques :

Il contribue à augmenter la production de riz ce qui revient à stabiliser le prix du riz sur le marché. Il est un moyen pour atteindre l'objectif de l'Etat « réduire la pauvreté »

➤ Intérêts sociaux :

Il contribue, d'une part, à motiver les paysans dans ce district à pratiquer la riziculture moderne, d'autre part, il les incite à produire davantage pour source de revenu. Bref, il accroît sa vente, sa récolte et son chiffre d'affaires.

➤ Intérêts économiques :

Il contribue à l'autosuffisance alimentaire et permet ainsi la croissance de l'économie nationale. En outre, il sera une source de revenu établi que ce soit pour les associés ou pour les employés. Il augmente aussi la caisse de l'Etat par le paiement des droits, des taxes et impôts.

➤ Intérêts techniques :

En appliquant le Système à Riziculture Intensive, le rendement obtenu peut être facilement doublé ou triplé tout en utilisant de semences économiques.

24. Caractéristique juridique du projet

Lorsqu'on veut créer une entreprise, on se fait toujours du souci sur le choix de la forme juridique de celle-ci. En général, Madagascar ne comporte que quatre types de société à savoir la Société Anonyme, la Société à Responsabilité Limitée, la Société Collective et la Société Individuelle. Mais pour notre projet, le cadre juridique se présente comme suit :

Raison sociale :

La dénomination de la société est « MIHARY », elle a pour objet la production, la collecte et la commercialisation de riz. Elle est implantée dans la commune rurale d'Anjozorobe mais la collecte se fait dans tout le district.

Forme juridique :

Etant donné qu'une entreprise à exploitation rizicole devra posséder divers matériels pour la transformation de paddy en riz, des matériels de transport exigeant ainsi qu'un capital assez lourd. Alors, nous devons faire appel à d'autres associés pour créer une société beaucoup plus solide et dont les risques sont partagés. Nous avons donc jugé qu'il serait mieux d'opter pour la Société à Responsabilité Limitée ou SARL du fait que sa structure évolutive autorise l'entreprise à accueillir de nouveaux associés et favorise une croissance importante et continue.

Le capital social est fixé à 299 632 000 Ar et la société sera régie par la loi malgache du 07 mars 1925 et par un statut rédigé par les associés.

La durée de la société est fixée à 99 années à compter de la date d'immatriculation au registre de commerce. La société ne peut être définitivement constituée qu'après toutes les parts des associés auront été libérées intégralement dès la constitution.

Section 3 : Mise en place du Site

Dans le cadre cette section, nous allons présenter l'implantation géographique du district d'Anjozorobe, la climatologie, le choix relatif à ce district et enfin la situation économique du District.

31. Implantation géographique

La région où nous allons implanter notre projet se trouve dans le district d'Anjozorobe, plus précisément dans la commune rurale d'Anjozorobe, qui se situe dans la zone des hautes terres centrales de Madagascar, incluse dans la région Analamanga. Il présente un paysage plus ouvert avec des vallées séparant les tanety. Le district est desservi par la route nationale N°3 reliant Antananarivo–Anjozorobe, à 90 km de la capitale. La région s'étend sur une superficie de 4 292 km². Le district est composé de 18 communes où on dénombre actuellement quelques 114 312 habitants, composé d'exploitants agricoles en majorité.

32. Climatologie

La région fait partie du régime climatique tropical d'altitude supérieur à 900 mètres. Elle est caractérisée par une température moyenne annuelle inférieure ou égale à 20° C. L'année comporte deux saisons bien individualisées ; une saison pluvieuse et moyennement chaude, de novembre en mars et une autre fraîche et relativement sèche, durant le reste de l'année.

Limites géographiques : Altitude : 1150 m
 Latitude sud : 18° 23
 Longitude Est : 47° 53
 Pluviométrie annuelle : 1233,3 m

33. Choix de la région

Notre choix s'est porté sur cette région grâce à sa situation météorologique qui est favorable à l'exploitation rizicole, par ailleurs, les paysans qui s'y installent s'intéressent de plus en plus à la riziculture. En plus, sa possession d'infrastructure favorise sa commercialisation vu que la capitale est un lieu d'écoulement très intéressant ce qui présente un avantage concurrentiel pour notre future entreprise.

34. Situation économique

L'agriculture, combiné à l'élevage, constitue la préoccupation principale des ruraux du District d'Anjozorobe dont 70% des ménages concentrent leurs efforts de production vers les cultures vivrières tels que le riz, le manioc, la pomme de terre et le maïs, ce qui représente les 95% des surfaces cultivées. Ainsi, la stratégie d'autosubsistance reste toujours pratiquée par les producteurs de ce district.

Dans l'ensemble, la superficie cultivable représente les 17% de la superficie totale de la région mais seulement les 27% sont cultivées en 2001. Le tableau qui suit permet une comparaison entre les superficies cultivables et les superficies cultivées :

Tableau N°1 : Superficie agricole et surface exploitée en 2001

Sous-Préfecture	Superficie (Ha)	Superficies cultivables	Pourcentage superficie	Superficie cultivée	Pourcentage / superficies cultivées
Anjozorobe	429 200	74 428	17 %	20 114	27%

Source : CSA Anjozorobe

Dans l'ensemble de la région, l'activité agricole est dominée par la riziculture dont 90% pratique la riziculture irriguée et le reste pour la riziculture non irriguée. Le rendement moyen tourne autour de 3,12 à l'hectare.

Concernant l'élevage, les principales ressources du district sont les bovins, les porcins, les volailles.

Par ailleurs, Anjozorobe possède de vastes superficies forestières présentant une dominance en Eucalyptus. Rapporté au nombre de la population, chaque habitant devrait disposer de 30 ares de forêts.

L'encadrement et la vulgarisation agricole et de l'élevage sont assurés essentiellement par le PSDR, le FID, le SAF FJKM, le CSA et le FOFIFA.

Dans ce premier chapitre, nous avons pu mettre en évidence la situation économique du riz dans l'économie malgache, ce qui nous a permis de conclure que cette filière est caractérisée par un manque de la production nationale pour satisfaire les besoins de la population. Nous avons décrits aussi certaines caractéristiques du projet. Nous avons vu entre autres le site d'implantation de celle-ci ce qui nous montre que la riziculture est faisable dans cette région. Mais avant de se lancer dans ce projet, une étude de marché est indispensable pour prouver que le marché existe effectivement ce qui fait l'objet du chapitre suivant.

CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHÉ

Pour pouvoir s'adapter à son marché et agir sur lui, une entreprise doit au préalable le connaître. Le terme « étude de marché » désigne l'ensemble des méthodes permettant de recueillir des informations pertinentes et fiables sur le marché de l'entreprise et notamment sur les publics auxquels elle s'intéresse.

Son objectif principal est de déterminer l'adéquation entre le produit et son marché dans le secteur choisi et c'est grâce à cette étude que l'on peut concevoir les stratégies et politiques marketing correspondant à la situation de l'entreprise. Le rôle d'une étude de marché est donc crucial pour que ce projet soit réalisable car elle va déterminer la viabilité du projet et les chances de survie de l'entreprise.

Section I : Analyse de la demande

Afin d'apprécier les opportunités qui lui sont offertes, une entreprise commence en général, par la demande du marché. Ainsi, la demande du marché relative à un produit est le volume total qui serait acheté par une catégorie de clientèle donnée, dans un secteur géographique donné, au cours d'une période donnée, dans des conditions d'environnement données et en réponse à un programme marketing donné. Dans notre cas, la demande du marché est constituée par ceux qui ont besoin de s'approvisionner en riz. Pour ce faire, nous élaborerons dans cette section, l'identification de la clientèle cible, les caractéristiques de leurs besoins et la situation globale de la demande.

11. Identification de la clientèle cible :

Avant de s'introduire sur le marché, il est impératif d'identifier la clientèle cible en question afin de mieux cerner leurs attentes, satisfaire leurs besoins et élaborer une meilleure adaptation de la stratégie marketing par la suite.

Pour ce projet, la clientèle cible est l'ensemble des ménages malgaches et les distributeurs cibles sont composés de grossistes, de grandes surfaces alimentaires et les détaillants. Pour commencer, nous comptons écouler notre produit dans la région d'exploitation et celle de la ville d'Antananarivo, mais plus tard, au fur et à mesure de l'élargissement de notre activité, une extension dans d'autres régions est envisageable.

12. Les caractéristiques de leurs besoins

Le comportement du consommateur et de l'acheteur se trouve au cœur de l'étude de la demande, notamment dès lors que sont constitués les produits et les services de grande consommation par opposition aux produits et services industriels.

D'une manière générale, on pense qu'un client cherche parmi les produits et les services offerts, celui qui procure le maximum de valeur et dans les limites de ses efforts, de son information, de sa mobilité et de son revenu il cherche à maximiser cette valeur. En effet, pour notre cas, le besoin des clients est du riz blanc de bonne qualité, sans cailloux, ni de grains noirs. Donc, il est indispensable d'assurer le stockage de paddy pour avoir une bonne qualité de riz blanc.

13. La situation globale de la demande

Madagascar est classé parmi les plus gros consommateurs de riz au monde étant donné que le riz constitue le principal apport calorique des malagasy. D'après notre enquête auprès de l'INSTAT, les ménages prennent 85% de leurs repas avec du riz, le riz le plus consommé est le riz local jusqu'à concurrence de 91% des ménages et une préférence accentuée pour le « vary gasy » est notée. La consommation moyenne annuelle de riz par habitant s'élève à 120 kilogrammes. Et il importe de dire que, la production nationale s'avère insuffisante pour combler la consommation, car le taux de croissance moyen annuel de la production de paddy n'est que 1,2 % alors que celui de la population s'élève à 2,8 %. Donc, le pays doit avoir recours à l'importation de riz.

Le tableau suivant présente la disponibilité en riz à Madagascar :

Tableau N° 2 : Disponibilité en riz à Madagascar

Année	Production de paddy	Equivalent en riz blanc	Population	Importation
2002	2 604 000	1 718 640	15 655 000	170 800
2003	2 800 000	1 840 080	16 093 000	283 500
2004	3 000 000	1 980 000	17 277 200	380 000
2005	3 400 000	2 244 000	18 548 800	258 733
2006	3 600 000	2 400 000	-	100 000

Source : M.A.E.P : annuaire de la statistique agricole-INSTAT

Ce tableau montre que malgré une hausse de la production nationale, le pays ne dispose pas d'assez de stocks pour satisfaire la consommation, alors le pays importe régulièrement du riz aux pays asiatiques tels que la Chine, la Thaïlande, le Pakistan et le Japon.

Section 2 : Analyse de l'offre et de la concurrence

Une entreprise qui s'intéresse s'introduire sur le marché doit connaître les offres qui s'y installent et le potentiel qu'elles vont présenter sur elle. L'offre sur le marché est définie par la quantité de riz que l'ensemble des producteurs est disposé à vendre pendant une période de temps déterminée à un lieu donné. Cette analyse devra donc nous permettre de distinguer la situation de l'offre locale sur le lieu d'implantation du projet, ensuite nous analyserons les prix du riz, après, nous ferons l'identification des principaux concurrents en distinguant leurs forces et leurs faiblesses et enfin nous évaluerons la part de marché du projet.

21. Caractéristique de l'offre sur le marché local

Lors de l'enquête sur terrain que nous avons effectué dans la région d'Anjozorobe, nous avons remarqué que la majorité de la population oeuvrent pour la riziculture et elle constitue même leur première source de revenu pour subvenir à ses besoins quotidiens. C'est à dire que les paysans vendent leurs productions lors des marchés quotidiens qui a lieu pendant la récolte jusqu'à l'épuisement de stocks. Cependant, 45% de la surface cultivable sont seulement occupés dont 60% sont engagés par des rizières. Notons aussi que la plupart des paysans pratiquent le système traditionnel dont le rendement tourne autour de 3 tonnes par hectare.

Cette région se caractérise aussi par le type de riz à recueillir qui est le « vary gasy » dénommé « rojomena », appartenant à la plus bonne qualité de riz qui existe dans le pays.

Par ailleurs, il y a lieu de signaler aussi que le marché est encore vaste car il n'y a que quelques opérateurs qui font ce genre d'activité de collecte et de commercialisation de riz à titre professionnel et ils font cette activité à titre temporaire (ce qui ne fait qu'entraîner l'insuffisance du produit sur le marché.)

Ces propos nous amènent à dire que la mise en place d'une unité de culture et de collecte de paddy est favorable dans ce district, et en pratiquant le SRI, le rendement à l'hectare pourra toucher les 8 tonnes. Nous allons présenter dans le tableau suivant la production de paddy du District pour la campagne 2004 – 2005

Tableau N°3 : Production de paddy du District d'Anjozorobe

District	2005	2006
Anjozorobe	67 186	72 188

Source : DRDR Anjozorobe

Ce tableau montre que la production de paddy augmente.

Le tableau suivant présente la répartition de la production de paddy entre les différentes communes du District d'Anjozorobe

Tableau N° 4 : Répartition de la production de paddy entre les différentes communes

Commune	Production (en tonne)	Surface cultivée (ha)	Rendement (tonnes/ha)
Alakamisy	750,00	240,00	3,13
Ambatomanoïna	7 100,00	1 950,00	3,64
Amboasary	4 600,00	1 600,00	2,88
Ambohibary	8 100,00	2 740,00	2,96
Ambohimanarina	1 980,00	630,00	3,14
Ambohimirary	1 450,00	480,00	3,02
Ambongamarina	2 250,00	735,00	3,06
Amparatanjona	1 750,00	593,00	2,95
Analao	1 980,00	680,00	2,91
Androvakely	2 100,00	700,00	3,00
Anjozorobe	5 100,00	1 675,00	3,04
Antanetibe	9 500,00	2 640,00	3,60
Belanitra	890,00	245,00	3,63
Beronono	3 250,00	1 060,00	3,07
Betatao	5 200,00	1 745,00	2,98
Mangamila	4 350,00	1 333,00	3,26
Marotsipoy	3 400,00	1 170,00	2,91
Tsarasaotra	870,00	300,00	2,9
Total	64 620	20 516	3,12

Source : Monographie Agricole du District

22. Analyse de prix

Généralement, le prix à la consommation est variable tant dans l'espace que dans le temps. En effet, les facteurs déterminants comprennent le moment par rapport à la récolte, la qualité du riz, la distance par rapport aux centres urbains, l'éloignement, l'existence des monopsones, la disponibilité du riz importé, l'accès au route et les catastrophes naturelles et climatiques. Nous constatons aussi que le prix varie selon le lieu de vente, de ce fait, le riz conditionné et qui sont vendus dans les grandes surfaces sont plus cher que celles vendus dans les marchés au grand public.

Le tableau suivant récapitule la fluctuation du prix sur le marché.

Tableau N° 5 : Evolution du prix du riz blanc sur le marché

Unité : Ariary par kilogramme

PERIODE	TYPES DE RIZ			
	Makalioka	Tsipala	Autres riz locaux	Riz importé
Année 2004	746	748	744	893
Année 2005	966	960	946	978
Année 2006				
1 ^{er} bimestres 2006	920	921	880	909
2 ^{ème} bimestre 2006	880	822	793	864
3 ^{ème} bimestre 2006	730	677	682	930
4 ^{ème} bimestre 2006	758	751	718	813
5 ^{ème} bimestre 2006	828	832	775	804

Sources : INSTAT

Au fur et à mesure que l'on s'éloigne de la période de récolte, le prix du riz local augmente jusqu'à la prochaine récolte. Ceci provient en grande partie du coût financier de stockage supporté par les opérateurs de la filière.

23. Identification des principaux concurrents :

L'évolution de la concurrence mérite d'être connue et analysée pour pouvoir bien maîtriser toutes les activités étant donné que la filière rizicole intéresse beaucoup d'investisseurs notamment les collecteurs qui sillonnent les régions concernées et sont en relation directes avec les cultivateurs. En effet, durant la période de récolte, les collecteurs qui agissent à titre individuel sont nos adversaires sur le marché. Ils exercent ses activités temporairement et ils ne sont pas nombreux mais la non maîtrise de prix et de coût promoteurs perturbent la concurrence pure et parfaite. Concernant les prix appliqués, ils sont différents selon le type et la qualité de produit à acheter et il n'y a pas de prix fixe durant la période de collecte mais ceci dépendra des événements existants (richesse, catastrophes naturelles, engrais utilisés, etc.....). Par contre, pendant la période de soudure, l'Etat engagerait du riz importé provenant des pays asiatiques et vendu à un prix inférieur au prix sur le marché.

Le tableau ci-dessous nous présente l'évolution du prix de paddy sur le marché local.

Tableau N°6 : Evolution du prix de paddy sur le marché local

Rubriques	2005		2006	
	En kg	En vata	En kg	En vata
Au moment de la collecte	300	6 000	350	7 000
A la fin de la collecte	600	12 000	700	14 000

Source : enquête personnelle

Le bidon ici est appelé aussi « vata ». Il permet de mesurer le paddy pendant l'achat, dont un vata peut contenir 20 kg de paddy.

24. Forces et faiblesses des concurrents :

➤ Forces :

Nous sommes en face des concurrents qui existent depuis longtemps, ils sont donc plus connus, plus expérimentés et ils sont en relations avec les producteurs de la région.

➤ Faiblesses :

La principale faiblesse des concurrents s'impose sur la qualité de service envers les clients et l'insuffisance des infrastructures routières.

Ils exercent leurs activités à titre temporaire, et ils ne font pas la production mais seulement la collecte, ainsi, ils n'ont pas la qualité de riz blanc requise sur le marché. Par ailleurs, ils n'ont pas le moyen d'acheter une grande quantité de la production des paysans.

Ils ne disposent pas de machine à décortiquer, alors, ils doivent accepter le prix et le rendement imposé par les riziers.

25. La part de marché

Elle désigne le rapport exprimant la part des ventes d'une entreprise par rapport à un secteur professionnel. Comme notre but est de devenir une grande entreprise rizicole tant du point de vue de la production, de la collecte que de la commercialisation, en effet, pour le lancement nous espérons atteindre à peu près les 12% du marché de riz d'Anjozorobe au cours de la première année d'activité c'est à dire que les autres opérateurs détiennent les 88 % du marché.

Précisons que cette part de marché se réfère à notre capacité actuelle, c'est à dire pour le terrain de 100 hectares et pour les 1800 tonnes de paddy collecté.

$$\text{Part de marché} = \frac{\text{Vente de l'entreprise}}{\Sigma \text{ Vente de toutes entreprises}}$$

$$\text{Part de marché} = \frac{2\,500 \text{ tonnes}}{18\,768 + 700 \text{ tonnes}}$$

$$\text{Part de marché} = 12,84\%$$

Pour le calcul des ventes de toutes entreprises, notons que les 26 % de la production des paysans sont destinés à la commercialisation, c'est à dire 26 % de 72 188 tonnes.

Dans ce second chapitre, nous pouvons affirmer que le marché de riz existe et qu'il est encore vaste étant donné que la population malagasy appartient au plus grand consommateur de riz au monde et que l'offre nationale n'arrive pas à satisfaire la demande. Nous savons, désormais, les forces et les faiblesses des concurrents. Il nous appartient de ce fait de tirer profit de tous ces éléments et de les utiliser pour la réalisation de ce projet. Avant d'entrer dans la réalisation proprement dite, nous verrons tout d'abord quelques théories sur les outils et les critères d'évaluation du projet car ces éléments sont essentiels pour déterminer la faisabilité du projet.

CHAPITRE III : RAPPEL THEORIQUE SUR LES OUTILS ET CRITERES D'EVALUATION

L'évaluation d'un projet nécessite l'utilisation d'outils et de critères qui permettront à l'entreprise de faire un choix et d'opter ou non pour le projet. Il existe quatre outils d'évaluation de projet que nous allons traiter dans ce chapitre et cinq critères d'évaluation qui déterminent la rentabilité économique du projet.

Section 1 : Les outils d'évaluation

Un projet peut être évalué à partir de sa valeur actuelle nette, de son taux de rentabilité interne, de la durée de récupération des capitaux investis et de son indice de profitabilité.

11. La valeur actuelle nette ou VAN

111. Définition

La valeur actuelle nette est la différence entre les flux nets de trésorerie actualisés sur la durée de vie de l'investissement et le montant du capital investi. La méthode consiste donc à comparer les économies nettes, augmentées des amortissements (appelé « cash-flow ») pendant la durée de vie de l'investissement ou pendant une période donnée au montant de l'investissement initial.

112. Formule

La valeur actuelle nette se calcule par la formule suivante :

$$VAN = \text{Flux nets trésorerie actualisés} - \text{Investissement}$$

$$VAN = \sum_{n=1}^p CF_n (1+i)^{-n} - I$$

Avec:

I = Montant de l'investissement

CF = Cash-Flow

i = taux d'actualisation

n = durée de vie économique du projet

113. Interprétation

La VAN permet de mesurer la création de richesse attendue d'un projet d'investissement.

- Si la VAN est positive, la rentabilité des investissements est supérieure au taux d'actualisation retenu. C'est à dire que le projet envisagé permet grâce aux revenus futurs qu'il semble devoir produire, de reconstituer les capitaux initialement avancés et de dégager un surcroît de richesse. Donc, la VAN constitue ici un critère de sélection.
- Si la VAN est négative, l'investissement a une rentabilité inférieure au taux d'intérêt. Autrement dit, les revenus espérés ne parviennent pas à compenser l'avance initiale en capitale. Dans cette optique, le projet étudié apparaît comme destructeur de ressources ou de richesses. Ainsi, la VAN constitue un critère de rejet.
- Si la VAN est égale à 0, l'investissement a une rentabilité égale au taux d'intérêt. Et le projet d'investissement concerné apparaît strictement équilibré : il n'enrichit pas l'entreprise mais ne l'appauvrit pas non plus.

Mais la VAN à elle seule ne permet pas de classer des investissements entre eux mais simplement de les accepter ou de les rejeter. Et pour les classer, il faut connaître la rentabilité interne de ceci.

12. Le taux de rentabilité interne ou TRI

121. Définition

Le taux de rentabilité interne est le taux d'actualisation pour lequel la VAN est nulle. Autrement dit, c'est le taux qui rend égaux le montant de l'investissement et les cash-flows induits par ce même investissement.

Le TRI doit être le taux maximal auquel est possible l'emprunt du capital nécessaire au financement de l'investissement pour que l'opération ne soit pas déficitaire.

122. Formule

Nous pouvons déterminer le taux de rentabilité interne à partir la formule suivante :

$$\sum_{n=1}^p CF_n (1+i)^{-n} - I = 0$$

Avec:

i = taux de rentabilité interne

Pratiquement pour trouver ce taux, on procède à une interpolation linéaire

123. Interprétation

Le taux de rentabilité interne constitue :

- Un critère de rejet : sera rejeté tout projet dont le TRI est inférieur aux taux d'actualisation plancher requis par l'investisseur. C'est à dire que le projet n'est pas rentable.
- Un critère de sélection : si le TRI est supérieur au taux d'actualisation requis par l'investisseur, le projet est donc rentable. Et entre deux projet, sera retenu celui dont le TRI est le plus élevé.
- Si une entreprise adopte un projet à un TRI égal au coût du capital avant investissement, l'investissement n'apporte ni gain ni perte pour l'entreprise.

13. L'indice de profitabilité ou IP

131. Définition

L'indice de profitabilité mesure le profit induit par un franc de capital investi. Il doit être supérieur à 1 pour que le projet d'investissement soit rentable.

132. Formule

L'indice de profitabilité se calcule par le rapport entre les flux nets de trésorerie actualisés et le montant de l'investissement.

$$IP = \frac{\sum_{n=1}^p CF_n (1+i)^{-n}}{I}$$

133. Interprétation

L'indice de profitabilité constitue :

- Un critère de rejet : pour tout projet dont l'indice de profitabilité est inférieur à 1,
- Un critère de sélection : entre deux projets, sera retenu celui dont l'indice de profitabilité est le plus élevé.

14 : Le délais de récupération des capitaux investi ou DRCI

141. Définition

La durée de récupération des capitaux investis correspond au délai au bout duquel les flux nets de trésorerie générés par l'investissement initial remboursent les flux nets de

trésorerie . Autrement dit, c'est le nombre d'années nécessaires pour reconstituer ou récupérer le capital investi en fonction de la valeur actuelle nette.

142. Formule

Nous pouvons déterminer la durée de récupération des capitaux investis à partir des flux nets de trésorerie actualisés et cumulés à l'aide d'un tableau. On procède ensuite par interpolation en déterminant à quel intervalle se situe le montant de l'investissement.

143. Interprétation

Le délai de récupération des capitaux investis constitue :

- Un critère de rejet : sera rejeté tout projet dont le DRCI est supérieur à la norme fixée par l'entreprise.
- Un critère de sélection : entre deux projets, sera retenu celui dont le DRCI est le plus court.

L'utilisation du DRCI en tant que critère de sélection n'est valable que pour des projets à durée de vie identique. Cette remarque n'affecte pas l'opportunité du DRCI comme critère de rejet. Elle en limite sa portée en tant que critère de sélection.

Section 2 : Les critères d'évaluation du projet

Les critères d'évaluation retenus pour l'évaluation d'un projet sont la pertinence, l'efficacité, l'efficience, la durée de vie du projet et l'impact du projet. Le succès d'un projet peut être apprécié en combinant ces différents critères.

21. La pertinence

Elle mesure la corrélation entre les objectifs du projet et les objectifs et priorités de développement sur le plan global et sectoriel et le bien fondé du concept du projet par rapport aux besoins réels des groupes cibles. On mesure notamment la pertinence des objectifs par rapport aux besoins et attentes des bénéficiaires.

22. L'efficacité

Elle s'apprécie par la comparaison des objectifs et des résultats c'est à dire la différence entre ce qui était prévu et les réalisations. C'est donc le degré de réalisation des objectifs (ou des résultats).

Elle peut s'apprécier également par rapport à des objectifs de référence qui peuvent être exprimés en terme physique (augmentation de la productivité ou diminution du taux de rébus, etc.) ou en terme monétaire (augmentation du chiffre d'affaires ou des marges etc.)

23. L'efficience

Ce critère se réfère au coût et rythme auquel les interventions sont transformées en résultats. Elle se mesure par la comparaison des coûts et des résultats. L'efficience se réfère plus exactement à l'utilisation optimale des ressources dans la production des outputs. C'est l'économie dans la poursuite des objectifs.

L'efficacité et l'efficience font souvent l'objet d'appréciation convergente. Il en va ainsi chaque fois que des progrès de productivité favorise la réalisation des objectifs majeurs assignés à une unité. Ainsi, la réalisation d'un objectif d'augmentation du chiffre d'affaires (test d'efficacité) peut être assurée par la diminution des consommations intermédiaires (signe d'efficience) qui, en réduisant le coût de production, améliore la compétitivité prix de l'entreprise sur le marché.

Son appréciation renvoie à la notion de productivité et met en rapport les ressources consommées et la production obtenue de façon générale. Elle s'attache à évaluer la maîtrise par l'entreprise de processus technico-économique qu'elle conduit. Une entreprise ou une unité quelconque fait preuve d'efficience quand elle manifeste leur aptitude à tirer parti au mieux de ressources qui lui est confiée. Elle traduit la productivité d'une unité.

24. Durée de vie du projet

La durabilité ou viabilité vise à évaluer la capacité de l'action ou des résultats à se poursuivre de façon autonome après le retrait de l'assistance (nationale ou étrangère). Il s'agira de la viabilité organisationnelle, technique, économique, financière, politique et culturelle.

25. Impact du projet

C'est l'analyse des effets directs et indirects du projet à savoir :

- Les effets du projet sur les bénéficiaires.
- Les effets inattendus du projet sur les bénéficiaires et au-delà d'eux.

En bref, cette partie nous permet d'établir le potentiel d'affaires du projet. Nous avons identifié la future entreprise, sa localisation, mais surtout ses activités. Nous avons déterminé le marché dans lequel elle va évoluer compte tenu de la demande et de l'offre. Cette étude nous amène à la conclusion que le marché n'est pas quelque chose qui reste figé éternellement. Au contraire, il évolue sans cesse et nous avons le choix entre subir cette évolution ou alors le déclencher. Enfin, nous avons déterminé les critères et outils d'évaluation du projet qui sont des moyens importants pour déterminer la faisabilité du projet dans la troisième partie. Maintenant nous allons entamer la deuxième partie dans laquelle nous saurons comment se déroulera exactement l'activité du projet.



DEUXIEME PARTIE

CONDUITE DU PROJET

Cette partie nous conduira à la description du projet dans son ensemble. Et comme notre projet d'activité se base sur la production rizicole, en effet, l'étude technique est une condition préalable pour la réussite de l'activité. Cette partie se repose donc sur la maîtrise des techniques de production, la domination de la stratégie retenue et enfin sur l'importance de l'aspect organisationnel.

La maîtrise des techniques de production concerne la combinaison des différents facteurs de production de manière à ce qu'ils s'opèrent à un maximum d'efficacité et de rentabilité en vue de rendre optimal la production tant sur l'aspect qualitatif que quantitatif. En d'autres termes, le produit doit correspondre au besoin de la clientèle et à un prix avantageux.

La domination de la stratégie insiste sur la manière dont l'entreprise agit sur le marché. Ici, l'entreprise va mettre en œuvre des stratégies marketing qui conviennent à sa potentialité pour qu'elle puisse survivre et développer sur le marché.

L'aspect organisationnel consiste à établir la planification des programmes de production en vue de maximiser la qualité de travail des personnels allant de la culture jusqu'à la commercialisation. Mais les programmes de production ne suffisent pas à elles seules mais les relations de travail entre les différentes fonctions dans l'entreprise doivent être installées pour établir un bon climat social dans l'entreprise.

Alors, nous allons traiter successivement les techniques de production, les stratégies et politiques marketing adoptées et enfin l'étude organisationnel.

CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION

En vue de réaliser notre projet d'exploitation rizicole, il nous semble indispensable d'apprécier les moyens à mettre en œuvre ainsi que les différentes techniques de production envisagées dans la réalisation pratique de notre système productif et enfin nous évaluerons la capacité de production de notre projet.

Section I : Les facteurs de production

Pour atteindre les objectifs de production, il convient de disposer les différents facteurs de production notamment sur le plan humain, matériel et financiers. L'évaluation de ces moyens devra permettre de situer l'entreprise par rapport à la concurrence.

11. Les moyens humains

Les moyens humains constituent l'un des piliers de l'entreprise du fait que la disposition de ressources humaines compétentes contribue le plus à la réalisation des activités en vue d'atteindre les objectifs fixés. Par ailleurs, l'évaluation du personnel à embaucher est nécessaire pour définir le montant de l'investissement.

En effet, il nous faut recruter des personnels liés à chaque poste de travail avec une meilleure condition de coût et de qualité. Et au niveau de chaque poste de travail, il convient d'attribuer aux employés une condition de travail favorable pour les motiver à travailler de façon le plus efficacement possible afin d'éviter tout gaspillage de temps et d'équipements.

Au terme de ce projet, les ressources humaines sont composées de personnels permanents et de personnels temporaires. Les personnels permanents travaillent dans l'enceinte de l'entreprise, et ce sont les employés de bureau alors que les personnels temporaires travaillent dans la rizière tout au long du cycle de production c'est à dire pendant la période culturale.

Nous présentons dans le tableau ci-dessous l'effectif respectif du personnel de l'entreprise.

Tableau N° 7 : Evolution des effectifs des personnels administratifs

Catégorie professionnelle	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
<u>Administration :</u>					
Gérant	1	1	1	1	1
Technicien Agricole	3	3	3	3	3
R.A.F	1	1	1	1	1
R.T.C	1	1	1	1	1
R.M.C	1	1	1	1	1
Comptable	1	1	1	1	1
<u>Exécution :</u>					
Agent de collecte	3	3	4	4	4
Agent commercial	2	2	3	3	3
Magasinier	1	1	1	1	1
Chauffeurs	4	4	4	4	4
Ouvriers permanents	5	5	6	6	6
Total	23	23	26	26	26

12. Les moyens financiers

Pour toute activité dans l'entreprise, elle doit avoir recours au moyen financier pour lui permettre de payer tous les investissements. Et pour financer les investissements, l'entreprise doit déjà avoir à sa possession toutes les ressources financières nécessaires ou bien elle va emprunter de l'argent auprès des institutions financières ou des bailleurs de fonds.

Pour notre cas, les moyens financiers sont constitués par l'apport en capital du propriétaire ainsi que de l'emprunt contracté auprès des institutions financières.

13. Les moyens matériels

Les ressources humaines compétentes ne sont pas suffisantes à elles-même pour mener à bien l'activité de notre entreprise, il leur faut également des matériels pour qu'ils puissent accomplir leurs tâches et responsabilités.

Les moyens matériels concernent tous les aspects matériels du système productif allant de la culture et de la collecte jusqu'à la commercialisation.

La description des matériels permet de définir les engagements financiers et humains dont l'entreprise devra prendre pour le bon fonctionnement de celle-ci. Ils sont composés par les éléments suivants :

- Les matériels et outillages
- Les matériels de transport
- Les infrastructures ou bâtiments qui vont servir pour le stockage

Tableau N° 8 : descriptions des matériels et outillages

Désignation	Prix unitaire (en Ar)
Motoculteur	4 000 000
Bascule automatique	160 000
Décortiqueuse combinée	7 740 000
Moteur Diesel	6 000 000
Sarcluse	4 000
Angady avec manche	3 000
Pelles avec manche	3 000
Faucilles	2 000
Brouettes	50 000

Ces matériels et outillages sont constitués par les matériaux nécessaires à la culture et à la transformation de paddy et qui sont accompagnés par certains matériels qui sont très essentiels pour rendre meilleur la production.

Tableau N° 9 : descriptions des matériels de transport

Désignation	Prix unitaire en (Ar)
Camion de 10 tonnes	20 000 000
Camion de 6 tonnes	16 000 000
Moto	3 600 000

Section 2 : Le planning de production

Le planning de production a pour objet d'optimiser le rendement de l'entreprise de telle sorte que les moyens à mettre en œuvre soient utilisés de façon optimale et que la firme fonctionne avec le maximum d'efficacité et d'efficience.

21. Les techniques culturales

Pour rendre optimal la production, nous utilisons le Système à Riziculture Intensive. Mais pour atteindre ses objectifs, le SRI exige de traitements spécifiques différents des autres techniques agricoles. Ses spécificités qui sont à l'encontre des habitudes des riziculteurs sont :

- le repiquage de plants jeunes de 8 à 15 jours, pour une vitalité et tallage maximum
- Le repiquage un par un très espacé en ligne et en carré, c'est à dire entre 25 cm x 25 cm et 40 cm x 40 cm selon le climat de la région, pour permettre aux plants d'avoir un maximum de lumière et d'espace vital.
- Le sarclage précoce et systématique à plusieurs reprises pour lutter contre les mauvaises herbes, ceci va donner le maximum de nourriture et de lumière au riz.
- La maîtrise de l'eau (irrigation et drainage) durant la croissance pour une oxygénation maximale du sol et des racines.

Ces quatre conditions engendrent de grands efforts sur la forte augmentation des rendements, qui peuvent excéder les 12 tonnes à l'hectare.

Si telles sont les spécificités du SRI, nous allons maintenant passer aux différentes étapes de sa réalisation :

211. Préparation de la rizière

- Drainage et maîtrise de l'eau (irrigation-assèchement)
- Labour et émottage
- Mise en eau mesurée
- Compostage d'appoint
- Mise en boue par hersage
- Planage du sol
- Confection des drains latéraux

La pépinière ne s'entreprind qu'en fin de préparation de la rizière.

212. Aménagement de la pépinière

- Labour et émottage
- Mise en eau
- Planage
- Pré germination des grains
- Semis des grains pré germés
- Terreautage de couverture au compost mûr et tamisé
- Paillage de couverture
- Maîtrise de l'eau

213. Travail sur rizière

- Maîtrise de l'eau
- Prélèvement de gazons
- Repiquage au carré à la corde
- Maîtrise de l'eau
- Sarclage
- Maîtrise de l'eau
- Moisson

22. Technique de collecte

Avec notre projet, l'objectif est de disposer suffisamment de stock correspondant à la quantité et qualité voulue par la clientèle mais celle-ci est faite en fonction de la capacité de l'entreprise. Ainsi, la collecte de paddy est effectuée journalièrement pendant la période de récolte qui a lieu entre le mois de mai au mois de septembre, où le prix de paddy est abordable ou moins cher sur le marché. Signalons que la période de campagne commence au début du mois d'avril et ne prend fin qu'à la fin du mois de novembre.

Le tableau suivant montre le prix de paddy pendant l'année 2006 dans cette région:

Tableau N° 10 : Le prix de paddy pour l'année 2006 dans le district d'Anjozorobe

	Janv	Fev	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct	Nov	Dec
Paddy	700	700	600	550	450	350	350	400	450	500	550	600

Sources : enquête personnelle

Comme nous voyons dans le tableau ci-dessus, le prix de paddy baisse du mois de mai au mois de septembre, ce qui est favorable pour la collecte. Mais le prix connaît une augmentation progressive pour atteindre le maximum jusqu'au mois de février.

Mais il faut noter qu'appartenant dans l'activité de l'entreprise consiste à donner aux paysans, voulant vendre leur production à l'entreprise :

- Les semences nécessaires à la culture
- Les fertilisants y correspondant
- Les appuis techniques utiles à la culture et qui sont assurés par nos techniciens agricoles.

Nous faisons cela pour pouvoir disposer d'une bonne qualité de riz blanc. Mais pour en bénéficier, les paysans sont tenus à respecter certaines conditions qui sont entre autres:

- Nous payons le prix des fertilisants au moment de la culture, mais les paysans doivent les rembourser lors de la récolte.

- Les paysans doivent utiliser les semences qui leur sont données gratuitement.
- Les paysans doivent suivre les formations, concernant les techniques d'approche sur la riziculture, présentées par nos techniciens et ils doivent ensuite les appliquer pour qu'ils puissent réussir la culture.
- Les paysans sont tenus de vendre à notre société au moins la moitié de leur production, c'est à dire que la moitié leur revient pour subvenir à l'autosuffisance alimentaire.

23. Technique de transformation :

Etant donné que notre entreprise commercialise du riz blanc sur le marché, alors il convient de parler de transformation c'est à dire que le paddy collecté sera transformé en riz blanc. La transformation nécessite l'utilisation d'une machine spéciale (décortiqueuse) pour avoir une bonne qualité de riz blanc. En effet, le travail d'usinage ou de transformation de paddy se fait peu de temps avant la commercialisation. Il consiste à enlever les balles et le son du riz entier pour produire du riz poli.

Le rendement à l'usinage du riz est très variable suivant le type d'usinage, variétés, taux d'humidité, homogénéité des lots, il peut varier de 50 à 80 %. Mais pour notre cas, le rendement du blanchiment est de 72 %.

24. Le système de stockage

Pour avoir une bonne qualité de riz blanc, nous allons pratiquer la méthode First In First Out (FIFO) pour le stockage de paddy, en d'autres termes, les paddy entrant en premiers partent en premières sorties étant donné que plus le paddy est stocké puis la qualité obtenue est bonne. Le stockage doit se présenter sous deux formes respectives qui sont le stockage de paddy et le stockage de riz blanc décortiqué.

Dans le cas de stockage de paddy, la coque de riz constitue une barrière naturelle et préserve l'amande des futures altérations. C'est pourquoi on a l'habitude d'effectuer chaque fois que le stockage en gousse est possible. Certains nombres de règles doivent être observées pour le stockage.

- Elimination des impuretés avant le stockage
- Suppression ou tout au moins diminution de la proportion de brisure
- Séchage des graines jusqu'à une teneur en eau de l'ordre de 4 à 5 jours qui dure quelques jours.
- Entreposage des graines dans les locaux secs et convenablement ventilés.

Pour le stockage de riz décortiqué, une humidité relative à l'air ambiant environ 80 % à la température de 30 à 35°C favorise la prolifération de la plupart des insectes.

Donc, il faut être prudent à la façon de faire le stockage, car le marché exige une bonne qualité de produit.

Section 3 : Capacité de production envisagée

L'étude de notre capacité de production doit être envisagée pour connaître comment nous allons installer notre système de production, les équipements nécessaires, les ressources humaines requises dans la réalisation technique et l'exploitation de notre projet ainsi que le système organisationnel à notre projet.

Dans cette section, nous allons donc essayer de prévoir la capacité de production du projet ainsi que l'aspect qualitatif à partir de nos moyens disponibles et la quantité demandée possible par nos clients. Nous avons choisi d'étendre notre étude prévisionnelle sur cinq ans car une étude au-delà de cette période est beaucoup trop aléatoire pour être prise en considération.

31. Prévision de la production

La production envisagée représente le volume de production en riz blanc que l'entreprise tend à atteindre pour offrir à la clientèle. Comme notre projet consiste à effectuer la collecte et la production de riz. En effet, notre volume de production est évalué à partir de la production de la région d'exploitation ainsi qu'en rapport avec le rendement occasionné par un hectare de rizière.

Pour notre culture, nous estimons pouvoir atteindre les 7 tonnes à l'hectare en moyenne dès la première année d'exploitation. Quant à celle des paysans de la région, le rendement envisagé est de 4 tonnes à l'hectare en moyen. Nous allons voir dans le tableau qui suit l'évolution de cette production.

Tableau N° 11 : Prévision de la production

Période	Quantité collectée	Quantité produite	Total
Exercice N+1	1 800	700	2 500
Exercice N+2	2 000	750	2 750
Exercice N+3	2 200	800	3 000
Exercice N+4	2 400	800	3 200
Exercice N+5	2 600	800	3 400

32. Planning de vente

Dans le cadre d'une société agricole comme la notre, l'activité de l'entreprise doit suivre la saison rizicole c'est à dire que l'exercice comptable ne peut débuter le mois de janvier car la culture commence, généralement, le mois d'octobre dans cette région.

Avant de planifier la vente des produits, il s'avère nécessaire de connaître les saisons rizicoles. En effet, la première est déterminée par la période de récolte qui a lieu généralement entre le mois d'avril et juillet, c'est à dire que pendant cette période, le riz abonde sur le marché. Tandis que la seconde a lieu pendant la saison de pluie, c'est la période de soudure. Alors, nous allons vendre plus de produits pendant la période de soudure, car ils sont plus cher pendant cette période.

Nous allons voir de plus près les ventes réalisées par notre société pour les cinq années à venir.

Tableau N°12 : Planning de vente

Année	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	Total
1								180	180	180	180	180	900
2	200	240	240	240	240	240	200	200	200	200	200	200	2 600
3	220	262	262	262	262	262	220	220	220	220	220	220	2 850
4	240	284	284	284	284	284	240	240	240	240	240	240	3 100
5	260	296	296	296	296	296	260	320	320	320	320	320	3 600

D'après ce tableau, nous n'effectuons la commercialisation de nos produits qu'à partir du mois de mai pour la première année. Nous pouvons aussi dire que la production pour l'année 1 sera vendue pour l'année 1 et l'année 2, et que la production de l'année 2 est partagée pour l'année 2 même et le reste pour l'année 3 et ainsi de suite jusqu'à l'année 5.

33. Le système de contrôle qualité

Comme nous allons pénétrer sur le marché de riz, alors, il faut tenir compte de l'importance de l'aspect qualitatif de notre produit et du service offert afin d'attirer les consommateurs de ce produit. En effet, pour se différencier aux yeux des clients et d'acquérir de parts de marché, nous allons offrir aux clients potentiels un produit de qualité correspondant au mieux à leurs attentes et à leurs besoins tant au niveau du caractéristique fonctionnel du produit qu'au niveau de son conditionnement. Aussi, pour assurer la qualité de notre produit,

nous leur accorderons un service après vente satisfaisant comme la livraison des produits ainsi qu'une remise exceptionnelle pour ceux qui achètent des quantités importantes.

Enfin, pour être plus proche de nos clients, un des responsables de la société fera quelques fois, la prospection et la livraison auprès des clients ou des fournisseurs afin de les rassurer et de leur encourager à ne pas hésiter à avoir recours à notre produit ou service la prochaine fois.

L'étude technique de ce projet nous a permis de déterminer les différents facteurs de production utilisés afin d'assurer la qualité de produit offert à la clientèle et c'est dans ce chapitre que nous avons également mise en place le processus de production pour mettre en relief les différentes activités existantes dans l'entreprise. Alors, la connaissance de ces différents éléments va nous aider à déterminer les investissements nécessaires alloués à ce projet et leurs définitions sont utiles pour toute la durée du projet. Maintenant, nous allons passer au chapitre suivant qui parlera des stratégies et politiques marketing adoptées pour ce projet.

CHAPITRE II : STRATEGIES ET POLITIQUES MARKETING ADOPTEES

Il est impératif d'assimiler le mieux le concept marketing avant de pouvoir élaborer des stratégies adaptées. Plusieurs définitions ont été proposées par des auteurs et des experts en la matière. Nous allons les synthétiser de manière à sortir la plus complète.

« Le marketing est un état d'esprit et des techniques permettant à une entreprise de conquérir des marchés voire de les créer, de les conserver et de les développer. L'état d'esprit ou l'attitude marketing équivaut à se placer systématiquement du point de vue du consommateur et à analyser constamment les besoins et les désirs de la clientèle de façon à s'y adapter plus efficacement que la concurrence. L'optique marketing est en effet, une logique du besoin, elle revient à proposer au client : le produit, la satisfaction qu'il souhaite à l'endroit, au moment, sous la forme et au prix qui lui conviennent. »¹

Ainsi, le marketing est un élément indispensable pour pénétrer sur le marché. La stratégie globale de marketing, qui doit être formulée de telle sorte, consiste à définir les objectifs et les orientations générales dont devront s'appliquer les politiques commerciales de l'entreprise.

Section 1 : Stratégies marketing adoptées

Le principal objectif des efforts stratégiques d'une firme est d'acquérir et de maintenir un avantage concurrentiel en vue de rechercher la rentabilité pour le long terme. Et pour concurrencer sur le marché, il faut mettre en œuvre des stratégies marketing compétitives. On distingue souvent deux grandes familles de stratégies de marketing à savoir la stratégie Push et la stratégie Pull.

La stratégie PUSH : consiste à pousser les produits vers les consommateurs en incitant les réseaux de distribution à améliorer les ventes. Cette stratégie s'appuie essentiellement sur les avantages ou citations offertes aux distributeurs ou vendeurs du produit comme, . . .

La stratégie PULL : consiste à faire tirer les ventes par l'aval ou la demande du consommateur, c'est à dire que cette stratégie attire les consommateurs à acheter le produit. Elle se repose donc sur la politique de communication notamment par la publicité ainsi que les supériorités intrinsèques du produit ou même son prix avantageux.

La stratégie Push est donc une politique de stimulation alors que la stratégie Pull est un politique d'attraction.

¹ Yves Chirouze, cours marketing

De notre côté, nous allons adopter **une stratégie différenciée mais à dominante PUSH**. Autrement dit, notre stratégie consiste à proposer un produit différent distribué et promu différemment et à un prix différent pour chacun des segments du marché.

Cette stratégie se base également sur les avantages ou incitations accordées aux distributeurs tels que l'accord d'une marge élevée, d'un délai de paiement adéquat ainsi que la mobilisation de la force de vente des agents commerciaux (commissions sur vente) pour qu'ils puissent pousser les produits vers les consommateurs finaux.

La stratégie Push n'est pas la seule stratégie appliquée par notre entreprise pour survivre sur le marché, mais nous allons également mettre en œuvre la stratégie Pull, afin d'attirer l'attention des clients à l'aide de la publicité et notamment par l'intermédiaire des affiches publicitaires, des brochures, la qualité et le conditionnement du produit. Par conséquent, les clients suffisamment motivés par la publicité vont courir vers les distributeurs à la demande de nos produits et les distributeurs seront à leur tour obligés de passer la commande auprès de nous.

Section 2 : Positionnement

Etant donné que le riz est un produit de grande consommation et que des concurrents s'installent sur le marché alors l'entreprise doit positionner son offre de manière à ce que le marché visé se rend compte de la spécificité de notre produit et ainsi que de notre image.

Ainsi, nous avons choisi de positionner notre produit sur sa qualité tant au niveau du packaging que du produit proprement-dit. Naturellement, tous les autres éléments du mix, et notamment le prix et la distribution, transmettent également des signaux sur la qualité des produits.

Section 3 : Planification du Marketing MIX

La dernière rubrique de l'élaboration d'une stratégie marketing est la formulation des politiques marketing qui permettront d'atteindre les objectifs commerciaux de l'entreprise.

Ces politiques sont regroupées dans ses quatre grandes composantes qu'il convient de les appeler MIX. Le marketing MIX présente l'ensemble des actions commerciales engagées par l'entreprise en matière de produit, de prix, de distribution et de communication. Le principe de base pour construire un bon marketing-MIX est de partir des attentes de la clientèle et du positionnement sélectionné.

Chacune de ces politiques est décrite dans des grandes lignes puis est décomposée en autant de sous-politiques qu'il y a de variables d'actions utilisées dont les orientations sont également

définies. Nous allons formuler les options de bases relatives aux quatre composantes du marketing-Mix comme suit :

31. La politique de produit

C'est la composante primordiale d'une politique de marketing. La politique de produit consiste à définir avec précisions les caractéristiques fonctionnelles du produit pour chacune des offres de l'entreprise, ensuite, de concevoir le packaging, après, choisir le nom de marque sous lesquels seront vendus les produits de l'entreprise et enfin définir la gamme de produit que l'on offrira à la clientèle.

Pour notre projet, nous comptons offrir un produit de qualité sur tous les lignes de produits offerts étant donné que la première condition du succès en marketing est d'offrir aux clients un bon produit. Aussi, le produit doit répondre de manière satisfaisante et si possible mieux que la concurrence, aux besoins, aux attentes et aux goûts de la clientèle visée c'est à dire du riz blanc de grosse calibre, sans cailloux, pas de grains noirs, ...

De ce fait, nous allons vendre du riz rouge appelé « rojo mena » sous deux formes différentes à savoir :

- Dans des sacs de 50 kg
- Dans des sachets de 3 kg et 5 kg

Le succès de ces produits va se reposer sur différents critères :

- La qualité du produit : les conditions culturelles, de collecte, d'usinage et de stockage devront déterminer la qualité de ces produits.
- La qualité du conditionnement : il s'agit de la condition absolue sur la visibilité et le charme du produit, puisque, même si la qualité du produit est au top de la perfection, un conditionnement de mauvaise qualité conduirait à détruire complètement l'image de marque du produit. Ainsi, nous allons mettre l'accent sur le conditionnement de nos produits, que ce soit pour des raisons techniques ou pour la communication c'est à dire pour faciliter l'identification du produit et refléter notre image.
- Le nom de marque : pour distinguer nos produits de ceux offerts par nos concurrents, il nous faut choisir un nom de marque. Il ne permet pas uniquement d'identifier notre produit mais aussi pour servir de support des efforts marketing qui est notamment la publicité.

32. La politique de prix

En dépit du rôle joué par les autres variables du marketing-Mix, le prix demeure plus que jamais un élément essentiel de la stratégie marketing d'une entreprise puisqu'il permet à une entreprise de réaliser ses divers buts sur le marché. La politique de prix pour chacun des produits de la gamme consiste à en fixer le prix de vente ou dans certain cas les prix de vente (lorsque l'entreprise décide de moduler ses prix pour un même produit en fonction des types de clientèle des époques de l'année, des quantités achetées par un même client) et les conditions de vente des différents produits.

Cette politique est révisée périodiquement au cours du cycle de vie du produit, en fonction de l'évolution de l'entreprise, de l'évolution de ses marchés et de ses coûts et de la politique suivie par les concurrents.

Pour notre cas, afin d'attirer des clients potentiels et d'obtenir une part substantielle de marché, nous allons adopter la stratégie de pénétration ce qui nous permet de conquérir rapidement le marché, en proposant un prix de vente sensiblement plus bas que ceux pratiqués par les concurrents. Et par économie d'échelles, liées à l'augmentation de la production, nous y parviendrons. Mais puisque notre produit est dicté par la loi de l'offre et de la demande, en effet, son prix est variable tout au long de l'année, pourtant, ce prix est stable pendant la période de récolte mais il augmente pendant la période de soudure.

Le tableau suivant montre l'évolution de notre prix de vente pour les cinq années à venir

Tableau N°13 : Les prix de vente envisagés

Unité : en Ariary par kilogramme

Produit	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Riz blanc	850	900	900	950	950
Son	350	350	400	400	450
Coque	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000

Le prix de vente doit permettre d'absorber tous les coûts (comme le coût de production et d'administration) et de dégager une marge pour le producteur ainsi que pour les intermédiaires aux détaillants.

33. Politique de distribution

Quelle que soit la qualité d'un produit et la faiblesse de son prix, il ne pourra pas se vendre si des réseaux ne sont pas créés pour le distribuer à ceux que peuvent l'acheter. La politique de distribution et de vente consiste à choisir les circuits et les canaux de distribution

des produits de l'entreprise, à définir les relations avec les intermédiaires éventuels et notamment leur mode de rémunération à recruter, à former, à animer et à contrôler les vendeurs propres de l'entreprise.

L'entreprise utilise généralement plusieurs circuits de distribution pour commercialiser ses produits. La longueur du circuit dépend du nombre d'intermédiaires rencontrés par le produit pour parvenir jusqu'au consommateur. On distingue donc :

- **Le circuit long** : le produit passe par plusieurs agents de distribution pour être consommé.

Producteur → Grossistes → Détaillant → Consommateur

- **Le circuit court** : le produit est utilisé directement par le consommateur final

Producteur → Consommateur

Dans le cadre de notre future entreprise, nous choisissons d'appliquer le circuit long pour la distribution en passant par le grossiste et le détaillant comme intermédiaire, pour arriver au consommateur final.

Aussi, nous adopterons **la stratégie de distribution intensive** ce qui consiste à implanter le produit dans un grand nombre de point de vente de manière à ce que le produit soit disponible chez différentes catégories de détaillants. Cette stratégie est destinée à maximiser le volume de vente.

Et comme nous utilisons la stratégie Push, alors nous axerons surtout nos efforts sur la motivation des distributeurs, en leur accordant un taux de marque supérieur à ceux de la concurrence ainsi qu'en leur offrant un service après vente captivant pour les fidéliser et favoriser l'image de la société. Et aussi, étant donné que le personnel constitue un atout de notre entreprise, alors la force de vente des agents commerciaux bénéficiera d'une formation rigoureuse au début de l'activité de l'entreprise. Et cela devient systématique une fois qu'ils auraient bien appréhendé l'essentiel des techniques et arguments de vente.

34. La politique de communication et de promotion :

Lancer un produit demande généralement un investissement en matière de communication et de promotion notamment pour la publicité, ceci garantit la viabilité du projet et en même temps de l'entreprise. Le terme « communication » constitue pour une entreprise à transmettre des messages à ses publics en vue de modifier leurs niveaux d'informations ou leurs attitudes et par voies de conséquences à leurs comportements, matérialisés généralement par un achat. A l'inverse, le mot « promotion », plus restrictif, est focalisé sur l'obtention d'un résultat rapide généralement l'accroissement du chiffre d'affaires.

En effet, notre objectif concernant la communication est d'attirer le plus rapidement possible l'attention des personnes cibles et de susciter leur intérêt à demander notre produit. Pour cela, nous utilisons l'affiche publicitaire, des brochures décrivant les activités de l'entreprise et les produits de celle-ci, l'emballage du produit, ainsi que les nouvelles technologies de la communication dans les radios.

Les stratégies et politiques marketing constituent un moyen de pénétrer le marché ainsi que d'atteindre notre objectif de vente. Dans ce chapitre, nous avons pu parler des stratégies marketing que nous adoptons pour mener à bien les activités dans ce projet. La mise en œuvre de ces stratégies est traitée dans la politique marketing où seront précisés la nature du produit, le prix offert, le mode de distribution, et enfin la politique de communication envisagée. Si telle est l'aspect marketing du projet, nous devons maintenant savoir comment elle sera appliquée et surtout par qui, ce qui nous amène au chapitre suivant qui est l'étude organisationnelle.

CHAPITRE IV : ETUDE ORGANISATIONNELLE

Dans le cadre de ce projet, nous envisageons d'implanter une société rizicole dont l'activité commence à la culture et se termine à la commercialisation. Et pour la bonne marche de l'entreprise, il faut d'abord organiser une structure adéquate à notre projet ainsi que de disposer des moyens humains compétents. L'étude organisationnelle a pour objectif la recherche de l'efficacité des personnels en vue de maximiser la productivité de l'entreprise. Ces raisons nous amènent à élaborer l'organisation structurelle de l'entreprise qui consiste à déterminer la structure organisationnelle, la politique et charge de personnel et enfin les programmes d'activité du projet.

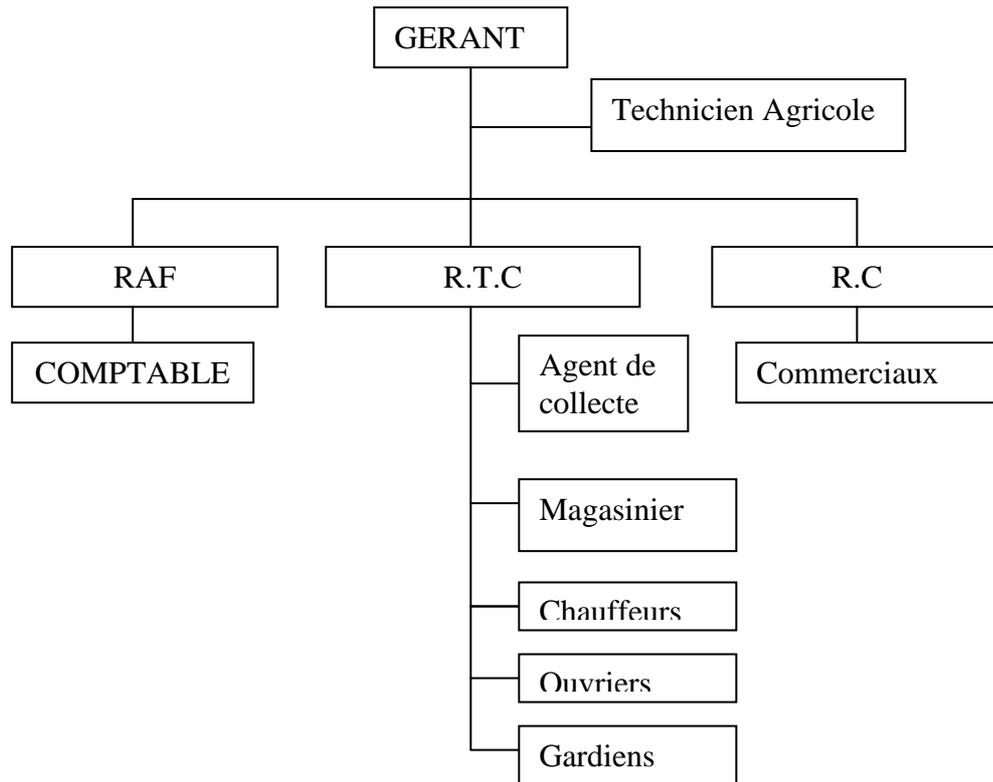
Section I : Structure organisationnelle

Une bonne organisation permet à tous les personnels de l'entreprise de montrer leurs potentialités ce qui amène l'entreprise à être efficient. De cette façon, l'organisation de notre entreprise est formée par une équipe compétente s'orientant vers la réalisation d'un même objectif. Pour notre part, l'objectif est de développer le secteur agricole dans le district d'Anjozorobe, surtout dans les milieux ruraux de cette région. En effet, pour le bon fonctionnement de l'entreprise et le succès de la méthode de travail, la mise en place d'un organigramme correspondant à la conjoncture de l'entreprise et la description des principales tâches y afférents sont nécessaires.

11. L'organigramme envisagé

Un organigramme est la représentation des liaisons hiérarchiques dans une entreprise compte tenu de la conjoncture globale de celle-ci.

Aussi, cet organigramme est conçu pour mettre en évidence les différentes responsabilités dans cette entreprise afin que chaque employé connaisse sa place hiérarchique et fonctionnelle pour le bon déroulement de ses activités.



12. Description des principales attributions du personnel

Tout d'abord, un poste se définit par son titre, sa mission, ses exigences, ses attributions, son environnement et ses indicateurs de résultats. C'est aussi l'application spécifique d'un emploi dans une structure et dans un lieu de travail. En effet, sa description est essentielle pour le déroulement des opérations de recrutement. Dans le cadre de notre projet, nous disposons les différents postes suivants :

Le gérant : le gérant se situe au poste de direction et sera assuré par l'un des promoteurs du projet. Il a pour principale mission de :

- Définir et mettre en œuvre la politique générale de l'entreprise, y compris les stratégies marketing, la gestion et l'allocation des ressources.
- Faire des entretiens permanents ou occasionnels avec les responsables sous son autorité.
- Gérer l'ensemble de la société en supervisant son organisation, son fonctionnement ainsi que son développement.

Il a sous sa responsabilité directe les techniciens spécialisés agricoles.

Les techniciens spécialisés agricoles:

Ils s'occupent de l'assistance technique des ouvriers temporaires, ils ont pour rôle de :

- les former pour la méthode culturale et pour l'utilisation des matériels de production
- superviser les activités de production

Ils entretiennent des relations directes avec les ouvriers temporaires et les ouvriers permanents.

Le responsable administratif et financier :

Il assure :

- La comptabilité générale et analytique de l'entreprise ainsi que toutes les déclarations fiscales et sociales tels que l'IRSA, la CNAPS et l'OSIE.
- L'administration du personnel c'est à dire qu'il veille au suivi du personnel et élabore un plan de développement du personnel pour le motiver et les conserver.
- Les affaires administratives et financières

Il est le premier responsable du personnel et travaille avec le gérant, le responsable technique et collecte ; et le responsable marketing et commercial pour la mise en œuvre de toute action de développement des ressources humaines.

Le responsable marketing et commercial :

Il est le responsable des choix stratégiques de marketing, son rôle est de créer, conserver ou développer la clientèle de l'entreprise c'est à dire écouler les produits de l'entreprise avec des moyens ou des méthodes qui pourraient être évolués. Pour ce faire :

- Il planifie et contrôle l'ensemble des activités commerciales
- Il supervise les agents commerciaux et entre en relation avec les clients en cas de besoin.
- Il a un rôle d'intégration de l'ensemble des fonctions opérationnelles de l'entreprise, autrement dit, il s'efforce de faire en sorte que le service technique, financier et commercial collaborent et travaillent dans le même sens pour rendre optimal la satisfaction du client.
- Il organise les actions commerciales telles que la distribution du produit, la promotion de vente, les relations publiques et la publicité.

Il a sous sa responsabilité les agents commerciaux.

Le responsable technique et collecte :

Il est le responsable du côté technique dans l'entreprise. Ainsi, il :

- Supervise toute la partie production dans l'usine.

- Se charge aussi de suivre les travaux pendant que les paddy sont encore à la rizière et ce jusqu'à sa transformation.
- Il réalise le planning de production dans le respect des normes de qualité et suit mensuellement l'évolution des états de stocks
- Il planifie la politique d'approvisionnement de paddy

Il devra donc être capable de comprendre tous les aspects techniques de l'usine et avoir des qualités de gestionnaire pour l'accomplissement de son travail.

Il a sous sa responsabilité le magasinier et les agents de collecte.

Les agents de collecte :

- ils établissent toutes les commandes nécessaires à la collecte de paddy
- Ils effectuent la collecte auprès des riziculteurs de la région pendant la campagne et aident les ouvriers dans l'usine au moment où la campagne s'achèvera.

Les agents commerciaux :

- Ils s'occupent de la commercialisation de riz blanc conditionné auprès des clients potentiels.
- Ils assurent les relations directes avec les clients potentiels et font la prospection de vente
- Ils effectuent aussi le recouvrement des créances.

Le comptable :

Il a pour mission d'assurer :

- La préparation des documents comptables et administratifs
- L'exécution de la saisie et de toutes autres tâches liées aux opérations comptables et financières
- La tenue de la comptabilité et des tâches connexes définies dans la procédure comptable et administrative
- La préparation des différentes déclarations administratives, fiscales et sociales de la société.

Le magasinier :

- Il se charge de la réception des matières premières et de l'expédition de produits finis.

- Il doit assurer la comptabilisation des produits stockés par enregistrement systématique des entrées et des sorties en quantité.
- Il informe le responsable de collecte de la situation des stocks et déclenche la demande d'achats.
- Il assure la conservation des produits dont il a charge.

Les ouvriers :

On distingue les ouvriers temporaires et les ouvriers permanents. Les ouvriers temporaires effectuent les travaux dans les rizières tandis que les ouvriers permanents travaillent dans les différents ateliers de l'usine.

Les chauffeurs :

Ils accompagnent les agents de collecte pendant la période de collecte et les agents commerciaux lors de la livraison des produits finis.

Section 2 : Politique de recrutement et motivation de personnel

21. Recrutement

C'est un processus long, coûteux mais détermine la réussite d'une entreprise. Il ne consiste pas seulement à rechercher, sélectionner et embaucher de nouveaux employés mais il se poursuit également en aval sur l'identification du profil correspondant, la recherche fructueuse du candidat compétent et enfin sur l'intégration de ces salariés dans la culture d'entreprise. La qualité d'un recrutement est le résultat de l'adéquation existant entre la personne recrutée et le poste à pourvoir.

Le lancement des offres d'emploi se fait à travers les journaux et la sélection de nouveaux salariés sera à la charge du gérant et des associés par le biais d'un entretien.

22. Motivation du personnel

Les individus agissent toujours en fonction d'un objectif à atteindre ou d'une récompense à retirer. Ainsi, l'intensité ou la détermination qu'ils manifestent en essayant d'atteindre ce but sera en fonction de la perception qu'ils auront du bénéfice à retirer. La motivation du personnel peut donc s'appuyer sur la rémunération et les conditions de travail. Pour notre cas, afin d'inciter le personnel à offrir le meilleur de lui-même, nous comptons conscientiser et responsabiliser tous les personnels de l'entreprise sur l'importance de leurs

sincérités à leurs travaux, afin de refléter l'image de l'entreprise. De ce fait, les personnels doivent être motivés car ni leurs travaux ni leurs degrés d'intelligence ne suffisent pas pour atteindre ce but. Alors, nous allons établir une culture de considération de tous les employés envers leur travail. Ainsi, l'avancement et la responsabilité les amènent au dévouement d'attitude positive et agissent comme motivation individuelle et tous les personnels auront le mérite de contribuer au développement de la société.

23. Gestion de rémunération

Le tableau suivant montre les salaires mensuels de base de chaque employé.

Tableau N° 14 : Salaires mensuels de base des personnels

Fonction	Salaire mensuel
Gérant	260 000
Technicien Agricole	200 000
Responsable technique et collecte	180 000
Responsable marketing et commercial	180 000
Responsable administratif et financier	180 000
Comptable	150 000
Agent de collecte	120 000
Agent commercial	120 000
Magasinier	100 000
Chauffeurs	80 000
Ouvriers permanents	60 000

Cet éventail de salaire concerne la première année d'activité. Une hausse de 5 % est prévue pour l'année 3 et 4 sur la base des résultats et de l'indice de consommation de la vie

Section 3 : Le calendrier de réalisation des activités

Cette section nous permettra d'avoir une vision globale de ce que nous devons accomplir pour la réalisation du projet et il joue un rôle essentiel pour la réussite de notre projet.

Le calendrier de réalisation est un outil de planification qui permet d'identifier les étapes importantes de l'ordre de jour d'études, d'acquisition et d'exploitation des matières proprement-dits pour assurer le bon déroulement de l'activité.

Tableau N° 15 : Le calendrier de réalisation des activités

Tâches	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Recherche de financement	X											
Préparation des dossiers administratifs		X	X									
Déblocage de crédit			X									
Construction bureau et hangar			X	X	X							
Acquisition matériaux						X						
Installation							X	X				
Recrutement personnel									X			
Début activité										X		

D'après cette étude organisationnelle, l'organigramme de l'organisation est assez simple. Cela nous assure d'avoir les personnels nécessaires pour la fluidité des opérations. Et signalons à ce sujet que le fait de disposer de personnels compétents n'est pas suffisant pour les rendre efficace mais il nous incombe de les motiver.



TROISIEME PARTIE
ETUDE FINANCIERE DU PROJET

Dans une économie de marché et de libre concurrence, la quête de la rentabilité est un objectif fondamental pour l'entreprise. Celle-ci s'étend comme la capacité de dégager des excédents financiers par son activité. A cet effet, le responsable a le devoir de veiller à ce que les investissements portent ses fruits dans un délai prédéterminé. Cela se fait à travers le contrôle permanent réalisé par la société. De ce fait, l'étude financière du projet est une partie importante dans son élaboration. Elle est destinée pour savoir si le projet est rentable ou non. Cette dernière partie devra donc nous permettre de faire la projection financière du projet en vue de réaliser les objectifs financiers à long terme. Autrement dit, nous allons étudier les principales techniques d'analyses d'investissement qui estiment le coût de l'investissement ainsi que de faire des prévisions chiffrées très raisonnablement envisageables puisque très proche comme les comptes de résultat prévisionnel, les flux de trésorerie prévisionnels et les bilans prévisionnels.

Cette partie sera donc subdivisée en trois chapitres complémentaires. Nous commençons par estimer le coût des investissements, ensuite, nous traiterons l'étude de faisabilité et de rentabilité du projet et enfin nous terminons par l'évaluation du projet.

CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET FINANCEMENT DU PROJET

Ce chapitre nous permettra d'évaluer les investissements nécessaires à l'exploitation. L'investissement consiste, pour une entreprise, à engager des ressources financières et humaines en vue de créer de ressources futures. Ainsi, le choix relatif aux investissements est crucial pour l'avenir du projet. De ce fait, nous allons traiter successivement le coût des investissements, le fonds de roulement initial nécessaire au démarrage de ce projet et enfin le plan de financement du projet.

Section 1 : Nature et coût des investissements

Cette section est destinée à déterminer le coût du projet, en d'autres termes, nous allons évaluer le coût d'acquisition, le coût d'implantation et le coût d'utilisation de tous les composants de l'investissement.

11. Immobilisations incorporelles

Elles comprennent toutes les dépenses engagées pour la constitution de la nouvelle société. Nous pouvons faire allusion au frais de recherche et développement, les droits d'enregistrement, les frais de publication. Elles sont évaluées à 1 000 000 Ariary.

12. Immobilisations corporelles

Elles constituent l'essentiel de l'investissement du fait que la majorité des investissements alloués à ce projet est représentée par les immobilisations incorporelles. Et ce sont les biens durables et tangibles tels que le terrain, la construction, les matériels et outillages, les matériels de transport, les matériels de bureau et matériels informatiques et installations spécialisés.

121. Terrain

Le terrain dont nous ferons l'objet de notre exploitation est de 100 hectares au total. Actuellement, l'hectare est évalué à 8 000 000 Ar dans cette région. Une partie de ce terrain figure parmi les apports en nature parce que nous en avons déjà possédé. Le terrain est estimé à 800 000 000Ar.

122. La construction

La construction incombe les bâtiments et les ouvrages d'infrastructure. Pour notre projet, il s'agit de la construction de bureau, de deux magasins de stockage et d'un hangar. L'ingénieur en matière bâtiment et travaux public nous donne approximativement le prix de construction qui est de 50 000 000 Ar.

123. Les matériels et outillages

Ce sont les outils nécessaires au technique culturales et à la collecte. Nous allons présenter respectivement leurs valeurs estimatives :

Tableau N° 16 : Les matériels et outillage

Désignation	Quantités	Prix unitaire	Montant en Ariary
Motoculteur	3	4 000 000	12 000 000
Bascule automatique	4	160 000	640 000
Décortiqueuse combinée	1	7 740 000	7 740 000
Moteur Diesel 38 CV	1	6 000 000	6 000 000
Sarcluse	400	4 000	1 600 000
Angady avec manche	20	3 000	60 000
Pelles avec manche	20	3 000	60 000
Faucilles	60	2 000	120 000
Brouettes	10	50 000	500 000
Total			28 720 000

124. Les matériels de transport

Ce sont les matériels utilisés pour servir de transport que ce soit pour la collecte de paddy ou la commercialisation de riz blanc. Ainsi, nous avons besoin de deux camions d'une capacité de 6 tonnes et de deux camions de 10 tonnes en état d'occasion, qui sont achetés respectivement à 16 000 000 Ar et 20 000 000 Ar ainsi que de deux motos à 3 600 000 Ar l'un.

Tableau N°17 : Récapitulation matériel de transport

Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant en Ariary
Camion de 10 tonnes	2	20 000 000	40 000 000
Camion de 6 tonnes	2	16 000 000	32 000 000
Moto	2	3 600 000	7 200 000
Total			79 200 000

125. Matériels de bureau et matériels informatiques

Ils comprennent les matériels nécessaires au fonctionnement de l'entreprise et qui sont utilisés par l'administration pour usage de bureau. Les coûts de matériels et mobiliers sont de 1 210 000 Ar et les matériels informatiques s'élèvent à 4 000 000 Ar.

126. Installation

ce sont les travaux destinés aux installations d'équipement, de branchement électrique et d'adduction d'eau. Leurs coûts sont évalués à 1 000 000 Ar.

13. Récapitulation des immobilisations

Les éléments constitutifs de nos investissements sont résumés dans le tableau suivant :

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

Désignation	Montant	Apport		Crédit à financer
		Nature	Numéraire	
Immobilisations incorporelles	1 000 000		1 000 000	
Immobilisations corporelles				
Terrain	800 000 000	400 000 000		400 000 000
Construction	50 000 000			50 000 000
Matériel et outillage	28 720 000	8 000 000	4 000 000	16 720 000
Matériel de transport	79 200 000	27 200 000		52 000 000
Matériel de bureau	1 210 000			1 210 000
Matériel informatique	4 000 000		2 000 000	2 000 000
Installation	1 000 000		1 000 000	
Total	965 130 000	435 200 000	8 000 000	521 930 000
	965 130 000	443 200 000		521 930 000
	100%	46%		54%

Section 2 : Le fonds de roulement initial

Le fonds de roulement est un moyen de financement des besoins de l'entreprise. Il représente le besoin en trésorerie des 7 premiers mois d'exploitation durant lequel l'entreprise ne reçoit aucune rentrée de trésorerie. Il est calculé afin de pouvoir connaître l'équilibre financier du projet. Ce fonds de roulement concerne la consommation en matière première et fournitures ainsi que les diverses charges de l'entreprise. Il se détaille comme suit :

21. Achat de fertilisant

Rappelons que nous payons les fertilisants au moment de la culture et que les paysans devront les rembourser lors de la récolte. Signalons aussi que la moitié de leurs productions leur reviennent pour l'autoconsommation, autrement dit, nous avons droit à l'autre moitié de leurs récoltes. Mais pour cela, nous devons acheter les fertilisants correspondant à la totalité des rizières cultivées. Et nous envisageons un rendement de 4 tonnes à l'hectare en moyenne. Le tableau suivant montre l'évolution des superficies cultivées et la production y correspondant :

Tableau N°19 : Evolution des superficies cultivées et production attendue

Période	Production (50%)	Production totale (100%)	Superficies cultivées
Exercice N+1	1 800	3 600	900
Exercice N+2	2 000	4 000	1 000
Exercice N+3	2 200	4 400	1 100
Exercice N+4	2 400	4 800	1 200
Exercice N+5	2 600	5 200	1 300

Production : en tonne

Superficie : en hectare

Les dépenses pour les fertilisants s'élève à une tonne par hectare de rizière. En effet, nous devons acheter des fertilisants correspondant aux 900 hectares de rizière en sus des 100 hectares que nous disposons.

Notons aussi qu'à part les rizières, les pépinières nécessitent aussi l'utilisation de fertilisants. La dimension de la pépinière est de 1 mètre x 3 mètres pour un hectare de rizière dont un are de pépinière demande 10 kg de fertilisants.

- Pour les 100 ha de rizière, nous avons besoin de 300 m² ou de 3 ares de pépinière et équivalent à 30 kg de fertilisant.
- Pour les 900 ha de rizière, nous avons besoin de 3 m² x 900 ha ou 2700 m² ou de 27 ares de pépinière et équivalent à 270 kg de fertilisant

Le tableau suivant récapitule les dépenses en fertilisants :

Tableau N° 20 : Récapitulation des dépenses en fertilisants

Désignation	Unité	Quantité	Prix	Montant (en Ar)
Dépenses pour les rizières	Tonne	1 000	10 000	10 000 000
Dépenses pour les pépinières	Kg	300	10	3 000
Total				10 003 000

22. Achat de paddy pour la collecte

Nous avons besoin de 1 275 tonnes de paddy pour la collecte c'est à dire pour le mois de mai. Le tableau suivant présente les dépenses liées à l'achat de paddy.

Tableau N° 21 : Dépenses sur achat de paddy

Désignation	Unité	Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Achat de paddy pour la collecte	Tonne	1 275	400 000	510 000 000

23. Achat de paddy pour la semence

Un are de pépinière nécessite 6 kg de grains de paddy pour servir de semences et le calcul se fait comme suit : $(27\text{are} + 3\text{ are}) \times 6\text{ kg} = 180\text{ kg}$

Tableau N° 22 : Dépenses sur achat de paddy pour la semence

Désignation	Unité	Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Achat de paddy pour la semence	kg	180	600	108 000

24. Achat de fourniture consommable

Il s'agit d'achat de sacs de 80 kilogrammes nécessaire à la collecte de paddy.

Tableau N° 23 : Fourniture consommable

Désignation	Unité	Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Sac de 80 kg	Unité	15 625	800	12 500 000

Notre production pour l'année 1 s'élève à 2500 tonnes de paddy mais nous faisons cet achat deux fois par an.

$$(2\ 500\ 000\ \text{tonnes} / 80\ \text{unités}) / 2 = 15\ 625\ \text{unités}$$

25. Achat d'emballages

Les emballages servent au conditionnement des produits. Nous avons besoins de deux sortes d'emballage : du sac en jute de 50 kg et du sachet pour 5 kg et 3 kg.

Tableau N° 24 : Achat d'emballages

Désignation	Unité	Quantités	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Sac en jute de 50 kg	Unité	2 333	400	933 200
Sachet pour 5 kg	Unité	2 074	100	207 400
Sachet pour 3 kg	Unité	864	40	34 560
Total				1 175 160

26. Carburant et lubrifiant

➤ Motoculteur : Sa consommation : 1,5 litres de gasoil par heure

Un homme travaille 9 heures par jour à une capacité de 3 ha. Alors, pour une rizière de 100 hectares, on dénombre 33 hommes.

33 hommes x 9 heures = 297 heures

Nous utilisons les motoculteurs à deux reprises : pour le labour et pour l'hersage et le planage

- Labour : 297 heures x 1,5 litres = 445,5 litres
- Hersage et planage : 297 heures x 1,5 litres = 445,5 litres

Les trois motoculteurs consomment au total 891 litres pour une année.

Tableau N° 25 : Carburant et lubrifiant

Désignation	Quantités (en litre)	Prix unitaire (Ar)	Montant (Ar)
Essence	60	2 230	133 800
Gasoil	891	1 980	1 764 180
Lubrifiant	20	3 200	64 000
Total			1 938 980

27. Achat de fourniture d'entretien et de petit équipement

Ils sont constitués par les divers équipements nécessaires à la production comme les soubiques, les balais, corde, ...Ils sont évalués à 124 000 Ar.

28. Achat de fourniture de bureau

Ils sont composés essentiellement par les diverses fournitures nécessaires pour le bon fonctionnement du bureau. Ils s'élèvent à 700 000 Ar

29. Les dépenses liées aux autres charges

Elles concernent la publicité, l'entretien et réparation, le prime d'assurance et le patente.

Tableau N° 26 : Dépenses liées aux autres charges

Désignations	Montant (en Ar)
Publicité	2 000 000
Entretien et réparation	1 500 000
Prime d'assurance	300 000
Patente	540 000
Total	4 340 000

30. Charges de personnel

Ce sont les salaires mensuels des employés et les charges sociales patronales versés auprès des organismes sociaux.

Tableau N°27 : Dépenses sur salaire des personnels saisonniers

Activités	Quantité	Prix Unitaire	Montant (Ar)
<u>Pépinière pour une rizière de 3 ares :</u>			
Compostage et semence	1 HJ	2 000 Ar/ HJ	2 000
Labour, émottage, mise en eau et planage	1 HJ	2 000 Ar/ HJ	2 000
Pré germination, semis, maîtrise de l'eau	26 HJ	2 000 Ar/ HJ	52 000
<u>Rizière de 100 ha :</u>			
Drainage	400 HJ	2 000 Ar/ HJ	800 000
Labour par motoculteur	33 HJ	2 000 Ar/ HJ	66 000
Réparation bordure	400 HJ	2 000 Ar/ HJ	800 000
Compostage	50 HJ	2 000 Ar/ HJ	100 000
Hersage et planage	33 HJ	2 000 Ar/ HJ	66 000
Repiquage	2 600 HJ	2 000 Ar/ HJ	5 200 000
Maîtrise de l'eau (à 4 reprises)	80 HJ	2 000 Ar/ HJ	160 000
Sarclage à 4 reprises	1 600 HJ	2 000 Ar/ HJ	3 200 000
Maîtrise de l'eau	80 HJ	2 000 Ar/ HJ	160 000
Moisson	2 600 HJ	2 000 Ar/ HJ	5 200 000
Battage	2 250 HJ	2 000 Ar/ HJ	4 500 000
Vannage	700 tonnes	2 000 Ar / tonne	1 400 000
Séchage	700 tonnes	2 000 Ar / tonne	1 400 000
Total			23 108 000

HJ : homme par jour

ha : hectare

Détail de calcul :

Pré germination, semis, maîtrise de l'eau : 1 homme x 26 jours = 26 HJ

Drainage, réparation bordure : 4 hommes x 100 ha = 400 HJ

Labour, hersage et planage : 1 homme travaille 3 ha et pour les 100 ha, on a :

$100 \text{ ha} / 3 \text{ ha} = 33 \text{ HJ}$

Compostage : 1 homme travaille sur une rizière de 2 ha, pour les 100 ha, on a :

100 ha / 2 ha = 50 HJ

Repiquage, moisson : 100 hommes x 26 jours = 2600 HJ

Maîtrise de l'eau : 1 homme oeuvre pour une rizière de 5 ha, pour les 100 ha, on a :

100 ha / 5 ha = 20 HJ

Sarclage : 4 hommes x 100 ha x 4 reprises = 1600 HJ

Battage : 3 hommes travaillent une tonne de paddy. Notre production s'élève à 750 tonnes

3 hommes x 750 tonnes = 2 250 HJ

Tableau N° 28 : Les salaires du personnel administratif

Fonction	Nombre de mois	Salaire mensuel (Ar)	Montant (Ar)
Gérant	7x1	260 000	1 820 000
Technicien Agricole	7x3	200 000	4 200 000
Responsable Administratif et financier	7x1	180 000	1 260 000
Comptable	7x1	150 000	1 050 000
Chauffeur	7x2	80 000	1 120 000
Ouvriers	7x2	60 000	840 000
Gardiens	7x2	60 000	840 000
Total			11 130 000
CNAPS 13%			1 446 900
OSIE 5%			556 500
Total			13 133 400

D'après ces différents tableaux, nous pouvons récapituler le fonds de roulement initial ou encore le fonds de départ à l'issu des 7 premiers mois comme suit :

Tableau N° 29 : Récapitulation du fonds de roulement initial (en Ariary)

Nature	Montant
Achat de fertilisant	10 003 000
Achat de paddy pour la collecte	510 000 000
Achat de paddy pour la semence	108 000
Achat de fourniture consommable	12 500 000
Achat d'emballages	1 175 160
Carburant et lubrifiant	1 938 980
Achat de fourniture d'entretien	124 000
Achat de fourniture de bureau	700 000
Dépenses liés aux autres charges	4 340 000
Charges de personnel administratif	13 133 400
Salaires de personnels saisonniers	23 108 000
Total	577 130 540

Après avoir calculé le fonds de roulement initial, nous pouvons récapituler les investissements dans le tableau suivant.

Tableau N° 30 : Récapitulation des investissements (en Ariary)

Désignation	Montant	Apport	A financer
Immobilisation incorporelle	1 000 000	1 000 000	
Immobilisation corporelle	964 130 000	442 200 000	521 930 000
Fonds de roulement Initial	577 130 540	266 832 540	310 298 000
Total	1 542 260 540	710 032 540	832 228 000

Section 3 : Le plan de financement

Pour le bon déroulement des activités dans ce projet, il convient de disposer de capitaux permettant de financer les éléments constitutifs de l'actif ce qui n'est autre que le plan de financement. Le plan de financement est un document prévisionnel, généralement établi pour les cinq années à venir, qui présente les variations des ressources financières de l'entreprise au cours d'un exercice ou des exercices et les impôts qui en ont été fait.

31. Le tableau de financement

Pour lancer ce projet, nous avons besoin d'aide financière à titre de prêt auprès de la banque BOA. Nous disposons déjà les apports en numéraire et en nature mais cela n'est pas suffisant

Tableau N°31 : Financement avant exploitation (Valeur en Ariary)

Emploi	Montant	Ressource	Montant	Pourcentage
Immobilisation incorporelle	1 000 000	Apport en nature	435 200 000	28%
Immobilisation corporelle	964 130 000	Apport en numéraire	274 832 540	18%
Fonds de roulement	547 130 540	Emprunt à LMT	832 228 000	54%
Total	1 542 260 540	Total	1 542 260 540	100%

L'emprunt à Long et Moyen Terme est de 54 % de la valeur du capital, l'apport en nature est de 28% et l'apport en numéraire est de 18%.

32. Le tableau de remboursement des dettes

Le tableau de remboursement des dettes financières est présenté par le tableau d'amortissements de l'emprunt à long et moyen terme de 832 228 000 Ar sur cinq ans et avec un taux d'intérêt de 18% par an. Le remboursement de l'emprunt s'effectue à partir de la première année de la production et les paiements seront réalisés par amortissement constant dont la valeur s'obtient à partir de la formule :

Amortissement constant = Capital au début de la période / Durée de remboursement

Annuité = Intérêt + Amortissement

Synthèse des éléments de l'emprunt :

Montant de l'emprunt : 832 228 000 Ar

Taux d'intérêt annuel : 18%

Durée de remboursement : 5 ans

Ce tableau est dressé pour mettre en évidence la totalité des remboursements en fin de période.

Tableau N° 32 : Tableau de remboursement des dettes

Année	Capital au début de période	Intérêt	Amortissement	Annuité	Capital fin de période
1	832 228 000	149 801 040	166 445 600	316 246 640	665 782 400
2	665 782 400	119 840 832	166 445 600	286 286 432	499 336 800
3	499 336 800	89 880 624	166 445 600	256 326 224	332 891 200
4	332 891 200	59 920 416	166 445 600	226 366 016	166 445 600
5	166 445 600	29 960 208	166 445 600	196 405 808	0
Total		449 403 120		1 281 631 120	

Sur cinq ans, le remboursement s'élève à 1 281 631 120 Ar. Le capital emprunté est de 832 228 000 Ar et il génèrera des intérêts de 449 403 120 Ar en cinq ans ce qui constitue un élément important pour convaincre les bailleurs à financer le projet.

Au terme de ce chapitre, nous avons déterminé l'investissement principal pour la réalisation du projet ainsi que du fonds de roulement initial nécessaire au démarrage de celle-ci. A part cela, nous avons pu, ensuite, calculer le montant du versement périodique du remboursement d'emprunt grâce au tableau de remboursement des dettes. Mais ces éléments ne permet pas de juger la rentabilité du projet. C'est pour cette raison que nous allons passer au chapitre suivant pour analyser la faisabilité et la rentabilité du projet.

CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE ET DE RENTABILITE

C'est dans ce chapitre que nous allons démontrer le potentiel du projet ainsi que sa rentabilité. Pour mesurer la faisabilité du projet, nous analyserons successivement les comptes de gestion, les comptes de résultat prévisionnels, les flux nets de trésorerie et enfin le bilan prévisionnel.

Section 1 : Les comptes de gestion

Au terme de ce projet, les comptes de gestion sont représentés par les comptes de charges montrant toutes les dépenses liées à l'exploitation du projet et les comptes de produit occasionnés par les recettes venant de la production de riz.

11. Les comptes de charges

Les comptes de charge regroupent les dépenses en achat et charges diverses que l'entreprise supportera durant les cinq premières années d'activité. Ils sont générateurs de pertes correspondant à un appauvrissement d'une entreprise.

111. Achat de matière première

Il s'agit d'achat de paddy nécessaire à la collecte et à la semence pendant la phase de lancement de notre exploitation et aussi les fertilisants nécessaires pour le bon fonctionnement de la production.

1111. Achat de paddy pour la collecte

Tableau N°33 : Achat de paddy nécessaire à la collecte

Période	Quantité (en tonne)	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Exercice N+1	1 800	400 000	720 000 000
Exercice N+2	2 000	400 000	800 000 000
Exercice N+3	2 200	450 000	990 000 000
Exercice N+4	2 400	450 000	1 080 000 000
Exercice N+5	2 600	500 000	1 300 000 000

1112. Achat de paddy nécessaire à la semence

Comme nous avons dit précédemment qu'un hectare de rizière demande 300 m² de pépinière dont un are nécessite 6 kg de grains de paddy, alors, nous allons présenter dans le tableau suivant les dimensions de chacun d'eux.

Tableau N°34 : Dimensions pépinières

Période	Superficie cultivée	Superficie pépinière		Quantité semence
		En m ²	En are	
Exercice N+1	1 000	3 000	30	180
Exercice N+2	1 100	3 300	33	198
Exercice N+3	1 200	3 600	36	216
Exercice N+4	1 300	3 900	39	234
Exercice N+5	1 400	4 200	42	252

Superficie : en ha

Quantité semence : en kg

Le tableau qui suit nous présente les achats de grains de paddy

Tableau N°35 : Achat de paddy nécessaire à la semence

Période	Quantité (en kg)	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Exercice N+1	180	600	108 000
Exercice N+2	198	600	118 800
Exercice N+3	216	600	129 600
Exercice N+4	234	600	140 400
Exercice N+5	252	600	151 200

1113. Achat de fertilisants :

Comme nous voyons dans le calcul de fonds de roulement, les dépenses pour les fertilisants est de une tonne par hectare.

- Dépenses de fertilisant pour les rizières

Tableau N°36 : Fertilisant pour les rizières

Période	Quantité (en tonne)	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Exercice N+1	1 000	10 000	10 000 000
Exercice N+2	1 100	10 000	11 000 000
Exercice N+3	1 200	11 000	13 200 000
Exercice N+4	1 300	11 000	14 300 000
Exercice N+5	1 400	12 000	16 800 000

- Dépenses de fertilisant pour les pépinières

Un are de pépinière requiert 10 kg de fertilisant

Tableau N°37 : Fertilisant pour les pépinières

Période	Quantité (en kg)	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Exercice N+1	300	10	3 000
Exercice N+2	330	10	3 300
Exercice N+3	360	11	3 960
Exercice N+4	390	11	4 290
Exercice N+5	420	12	5 040

112. Achat de fournitures consommables

Ce sont les sacs de 80 kg utilisés pour la collecte de paddy. Notons que nous les achetons tous les deux ans.

Tableau N°38 : Fournitures consommables

Période	Unité	Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Exercice N+1	Unité	31 250	800	25 000 000
Exercice N+2	Unité	3 125	800	2 500 000
Exercice N+3	Unité	37 500	900	33 750 000
Exercice N+4	Unité	2 500	900	2 250 000
Exercice N+5	Unité	2 500	950	2 375 000

Détail de calcul :

Exercice N+1 : Quantité collecté : 2 500 tonnes

$2\,500\,000\text{ kg} / 80\text{ kg} = 31\,250\text{ Unités}$

Exercice N+2 : Quantité collectée : 2 750 tonnes

$(2\,750\,000\text{ kg} - 2\,500\,000\text{ kg}) / 80\text{ kg} = 3\,125\text{ Unités}$

Exercice N+3 : Quantité collectée 3 000 tonnes

$3\,000\,000\text{ kg} / 80\text{ kg} = 37\,500\text{ Unités}$

Exercice N+4 : Quantité collectée : 3 200 tonnes

$(3\,200\,000\text{ kg} - 3\,000\,000\text{ kg}) / 80\text{ kg} = 2\,500\text{Unités}$

Exercice N+5 : Quantité collectée : 3 400 tonnes

$(3\,400\,000\text{ kg} - 3\,200\,000\text{ kg}) / 80\text{ kg} = 2\,500\text{ Unités}$

113. Achat d'emballage

Les emballages vont servir de conditionner les riz blancs.

Tableau N°39 : Achat d'emballage (en Ariary)

Désignations	Exercice 1			Exercice 2			Exercice 3		
	Quantité	Prix	Montant	Quantité	Prix	Montant	Quantité	Prix	Montant
Sac en jute de 50 kg	11 664	400	4 665 600	33 696	400	13 478 400	36 936	450	16 621 200
Sachet de 5 kg	10 368	100	1 036 800	29 952	100	2 995 200	32 832	120	3 939 840
Sachet de 3 kg	4 320	40	172 800	12 480	40	499 200	13 680	50	684 000
Total			5 875 200			16 972 800			21 245 040

Désignations	Exercice 4			Exercice 5		
	Quantité	Prix	Montant	Quantité	Prix	Montant
Sac en jute de 50 kg	40 176	450	18 079 200	46 656	500	23 328 000
Sachet de 5 kg	35 712	120	4 285 440	41 472	140	5 806 080
Sachet de 3 kg	14 880	50	744 000	17 280	60	1 036 800
Total			23 108 640			30 170 880

Détail de calcul :

Exercice 1 : Vente de riz blanc : 648 tonnes

Sacs de 50 kg : $583\,200 \text{ kg} / 50 \text{ kg} = 11\,664$ Unités

Sachet de 5 kg : $51\,840 \text{ kg} / 5 \text{ kg} = 10\,368$ Unités

Sachet de 3 kg: $12\,960 \text{ kg} / 3 \text{ kg} = 4\,320$ Unités

Exercice2 : Vente de riz blanc : 1 872 tonnes

Sacs de 50 kg : $1\,684\,800 \text{ kg} / 50 \text{ kg} = 33\,696$ Unités

Sachet de 5 kg : $149\,760 \text{ kg} / 5 \text{ kg} = 29\,952$ Unités

Sachet de 3 kg: $37\,440 \text{ kg} / 3 \text{ kg} = 12\,480$ Unités

Exercice 3 : Vente de riz blanc : 2 052 tonnes

Sacs de 50 kg : $1\,846\,800 \text{ kg} / 50 \text{ kg} = 36\,936$ Unités

Sachet de 5 kg : $164\,100 \text{ kg} / 5 \text{ kg} = 32\,832$ Unités

Sachet de 3 kg: $41\,040 \text{ kg} / 3 \text{ kg} = 13\,680$ Unités

Exercice 4 : Vente de riz blanc : 2 232 tonnes

Sacs de 50 kg : $2\,008\,800 \text{ kg} / 50 \text{ kg} = 40\,176$ Unités

Sachet de 5 kg : $178\,560 \text{ kg} / 5 \text{ kg} = 35\,712$ Unités

Sachet de 3 kg: $44\,640 \text{ kg} / 3 \text{ kg} = 14\,880$ Unités

Exercice 5 : Vente de riz blanc : 2 592 tonnes

Sacs de 50 kg : $2\,332\,800 \text{ kg} / 50 \text{ kg} = 46\,656$ Unités

Sachet de 5 kg : $207\,360 \text{ kg} / 5 \text{ kg} = 41\,472$ Unités

Sachet de 3 kg : $51\,840 \text{ kg} / 3 \text{ kg} = 17\,280$ Unités

114. Carburant et lubrifiant

1141. Gasoil

- Comme nous l'avons vu dans le calcul du fonds de roulement initial, les motoculteurs consomment 891 litres par an.

- Décortiqueuse :

Consommation : 3 litres par heure

Capacité : 1,5 tonnes par heure

Exercice 1 : $900 \text{ tonnes} / 1,5 \text{ tonnes} \times 3 \text{ litres} = 1\,800$ litres

Exercice 2 : $2\,600 \text{ tonnes} / 1,5 \text{ tonnes} \times 3 \text{ litres} = 5\,200$ litres

Exercice 3 : $2\,850 \text{ tonnes} / 1,5 \text{ tonnes} \times 3 \text{ litres} = 5\,700$ litres

Exercice 4 : $3\,100 \text{ tonnes} / 1,5 \text{ tonnes} \times 3 \text{ litres} = 6\,200$ litres

Exercice 5 : $3\,600 \text{ tonnes} / 1,5 \text{ tonnes} \times 3 \text{ litres} = 7\,200$ litres

- Camions :

Exercice 1 : Les camions ne font la collecte et la livraison qu'à partir du mois de mai ou du 8^{ème} mois : $70 \text{ litres} + (60 \text{ litres} \times 24 \text{ jours} \times 5 \text{ mois}) = 7\,270$ litres

Exercice 2 : $(30 \text{ litres} \times 24 \text{ jours} \times 7 \text{ mois}) + (70 \text{ litres} \times 24 \text{ litres} \times 5 \text{ mois}) = 13\,440$ litres

Exercice 3 : $(35 \text{ litres} \times 24 \text{ jours} \times 7 \text{ mois}) + (80 \text{ litres} \times 24 \text{ litres} \times 5 \text{ mois}) = 15\,480$ litres

Exercice 4 : $(40 \text{ litres} \times 24 \text{ jours} \times 7 \text{ mois}) + (90 \text{ litres} \times 24 \text{ litres} \times 5 \text{ mois}) = 17\,520$ litres

Exercice 5 : $(45 \text{ litres} \times 24 \text{ jours} \times 7 \text{ mois}) + (100 \text{ litres} \times 24 \text{ litres} \times 5 \text{ mois}) = 19\,560$ litres

1142. Lubrifiant

Nous avons besoins de 48 litres de lubrifiants par an pour les motoculteurs, de 45 litres par trimestre pour les camions et de 15 litres par mois pour la décortiqueuse.

La consommation pour les carburants et lubrifiant se résument comme suit :

Tableau N° 40 : Récapitulation des dépenses en carburant et lubrifiant (en Ariary)

Désignations	Exercice 1			Exercice 2			Exercice 3		
	Quantité	Prix	Montant	Quantité	Prix	Montant	Quantité	Prix	Montant
Essence	100	2 230	223 000	100	2 250	225 000	100	2 270	227 000
Gasoil	9 961	1 980	19 722 780	19 531	2 000	39 062 000	22 071	2 020	44 583 420
Lubrifiant	213	3 200	681 600	408	3 300	1 346 400	408	3 400	1 387 200
Total			20 627 380			40 633 400			46 197 620

Désignations	Exercice 4			Exercice 5		
	Quantité	Prix	Montant	Quantité	Prix	Montant
Essence	100	2 290	229 000	100	2 310	231 000
Gasoil	24 611	2 040	50 206 440	27 651	2 060	56 961 060
Lubrifiant	408	3 500	1 428 000	408	3 600	1 468 800
Total			51 863 440			58 660 860

115. Achat de fourniture d'entretien et de petit équipement

Ce sont les divers équipements nécessaires à la production comme les soubiques, les balais, corde, ...Leurs valeurs sont présentées dans le tableau qui suit :

Tableau N° 41 : Fourniture d'entretien et de petit équipement

Période	Montant (en Ar)
Exercice 1	294 000
Exercice 2	319 000
Exercice 3	344 000
Exercice 4	370 000
Exercice 5	440 000

116. Achat de fournitures de bureau

Tableau N° 42 : Fourniture de bureau

Période	Montant (en Ar)
Exercice 1	1 000 000
Exercice 2	1 050 000
Exercice 3	1 100 000
Exercice 4	1 150 000
Exercice 5	1 200 000

117. Les charges externes

Ce sont les charges relatives à l'entretien et réparation, aux primes d'assurances, aux visites technique et à la publicité.

Tableau N°43 : Charges externes (En Ariary)

Désignation	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Entretien et réparation	4 000 000	4 500 000	5 000 000	5 500 000	6 000 000
Primes d'assurances	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000
Publicité	3 000 000	1 500 000	1 500 000	1 600 000	1 600 000
Visites technique	180 000	180 000	210 000	210 000	240 000
Total	7 480 000	6 480 000	7 010 000	7 610 000	8 140 000

118. Les impôts et taxes

Ils sont constitués par les impôts à payer comme la taxe professionnelle, la patente, etc..

Tableau N°44 : Impôts et taxes (En Ariary)

Désignation	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Taxe professionnelle	350 000	400 000	450 000	500 000	550 000
Patente	540 000	540 000	565 000	565 000	565 000
Total	890 000	940 000	1 015 000	1 065 000	1 115 000

119. Les charges de personnel

Les charges de personnel comprennent les rémunération du personnel, la cotisation à la CNAPS et l'OSIE.

Les rémunérations du personnel se divisent en deux catégories :

- les équipes permanents du projet sont rémunérés à un salaire fixe en contre partie de son travail, mais en fonction de sa qualification professionnelle que l'entreprise la jugerait utile.
- Les équipes temporaires qui sont payées selon les travaux qu'elles effectuent tous les jours pendant la période culturale

La cotisation à la CNAPS et l'OSIE ont pour objet d'assurer la retraite des employés, de les indemniser s'ils sont accidentés ou tombés malades au cours du temps de travail. Leur taux respectif est de 13 % pour le premier et 5 % pour le second.

Tableau N°45 : Prévision de salaire du personnel sur 5 ans (En Ariary)

Fonction	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Gérant	3 120 000	3 120 000	3 120 000	3 276 000	3 276 000
Technicien Agricole	7 200 000	7 200 000	7 200 000	7 560 000	7 560 000
Responsable technique et collecte	2 160 000	2 160 000	2 160 000	2 268 000	2 268 000
Responsable marketing et commercial	900 000	2 160 000	2 160 000	2 268 000	2 268 000
Resp. administratif et financier	900 000	2 160 000	2 160 000	2 268 000	2 268 000
Comptable	1 800 000	1 800 000	1 800 000	1 890 000	1 890 000
Agent de collecte	1 800 000	4 320 000	5 760 000	6 048 000	6 048 000
Agent commercial	1 200 000	2 880 000	4 320 000	4 536 000	4 536 000
Magasinier	500 000	1 200 000	1 200 000	1 260 000	1 260 000
Chauffeurs	3 840 000	3 840 000	3 840 000	4 032 000	4 032 000
Ouvriers permanents	2 340 000	3 600 000	4 320 000	4 536 000	4 536 000
Total	25 760 000	34 440 000	38 040 000	39 942 000	39 942 000
Charge sociale					
CNAPS 13 %	3 348 800	4 477 200	4 945 200	5 192 460	5 192 460
OSIE 5 %	1 288 000	1 722 000	1 902 000	1 997 100	1 997 100
Total	30 396 800	40 639 200	44 887 200	47 131 560	47 131 560
Salaire ouvriers temporaires	23 108 000	23 308 000	23 308 000	24 235 000	24 235 000
Total	53 504 800	63 947 200	68 195 200	71 366 560	71 366 560

120. Les amortissements

L'amortissement est la constatation comptable de la valeur d'immobilisation résultant de l'usage, du temps, des changements technologiques et de toutes autres causes dont les effets sont irréversibles.

Ainsi, pour assurer la potentialité des outils de travail, nous devons évaluer la dépréciation des immobilisations dans le temps ce qui permet de récupérer les fonds investis pour acquérir de nouvelles immobilisations. Mais il faut noter que les terrains ne sont pas amortissables.

Puisque l'enregistrement comptable de ces dévaluations se fait chaque année, alors nous adoptons l'amortissement constant, qui répartit de manière égale la dépréciation sur la durée de vie du bilan.

Tableau N°46 : Tableau des amortissements

Rubrique	Montant	Durée	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Imm incorp	1 000 000	4	250 000	250 000	250 000	250 000	
Construction	50 000 000	10	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000	5 000 000
Matériel et outillage	28 720 000	5	5 744 000	5 744 000	5 744 000	5 744 000	5 744 000
Matériel de transport	79 200 000	5	15 840 000	15 840 000	15 840 000	15 840 000	15 840 000
Matériel de bureau	1 210 000	5	242 000	242 000	242 000	242 000	242 000
Matériel informatique	4 000 000	5	800 000	800 000	800 000	800 000	800 000
Agencement et installation	1 000 000	10	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Total	165 130 000		27 976 000	27 976 000	27 976 000	27 976 000	27 726 000

12. Les comptes de produits :

Les comptes de produits enregistrent les recettes émanant de la production vendue ou la vente des produits fabriqués par l'entreprise. Pour notre projet, il s'agit des productions vendues et des productions stockées.

La production vendue représente la vente de riz blanc et de sous-produits (sons et coque) ainsi que le remboursement des coûts des fertilisants munis d'un taux d'intérêt de 5%, calculé par intérêt simple ainsi que le remboursement des grains de paddy pour la semence.

La production stockée désigne les stocks de paddy qui seront commercialisés pour l'exercice suivante.

121. Chiffres d'affaires prévisionnels

Tableau N° 47 : Chiffres d'affaires prévisionnels

Désignation	Unité	Exercice 1			Exercice 2		
		Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)	Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Riz blanc en sac	kg	583 200	850	495 720 000	1 684 800	900	1 516 320 000
Riz en sachet	kg	64 800	950	61 560 000	187 200	950	177 840 000
Son	kg	45 000	350	15 750 000	130 000	350	45 500 000
Coque	tonne	207	20 000	4 140 000	598	20 000	11 960 000
Fertilisant	tonne	927	10 250	9 501 750	1030	10 250	10 557 500
Semence	Kg	162	600	97 200	180	600	108 000
Production stockée	tonne	1 600	400 000	640 000 000	1 750	400 000	700 000 000
Total				1 226 768 950			2 462 285 500

Désignation	Unité	Exercice 3			Exercice 4		
		Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)	Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Riz blanc en sac	kg	1 846 800	900	1 662 120 000	2 008 800	950	1 908 360 000
Riz en sachet	kg	205 200	1 050	215 460 000	223 200	1 050	234 360 000
Son	kg	142 500	400	57 000 000	155 000	400	62 000 000
Coque	tonne	655,5	20 000	13 110 000	713	20 000	14 260 000
Fertilisant	tonne	1 133	11 275	12 774 575	1 236	11 275	13 935 900
Semence	Kg	198	600	118 800	216	600	129 600
Production stockée	tonne	1 900	450 000	855 000 000	2 000	450 000	900 000 000
Total				2 815 583 375			3 133 045 500

Désignation	Unité	Exercice 5		
		Quantité	Prix (Ar)	Montant (Ar)
Riz blanc en sac	kg	2 332 800	950	2 216 160 000
Riz en sachet	kg	259 200	1 150	298 080 000
Son	kg	180 000	450	81 000 000
Coque	tonne	828	20 000	16 560 000
Fertilisant	tonne	1 339	12 300	16 469 700
Semence	Kg	234	600	140 400
Production stockée	tonne	1 800	500 000	900 000 000
Total				3 528 409 700

Section 2 : Les comptes de résultat prévisionnels

Le compte de résultat est un état qui sert à mesurer et apprécier la performance de l'entreprise à réaliser et aussi les profits à générer en regroupant les charges et les produits de l'entreprise dans une période. Il ne tient pas compte des décalages d'encaissement ou de décaissement des produits ou des charges engagées par la société mais il fait apparaître le résultat net de la période qui pourra être une bénéfice ou une perte. Notre compte de résultat est basé sur le PCG 2005.

21. Compte de résultat par nature

Tableau N°48 : Compte de résultat par nature à la fin de l'exercice (valeur en Ar)

Rubriques	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Chiffres d'affaire	586 768 950	1 762 285 500	1 960 583 375	2 233 045 500	2 628 409 700
Production stockée	640 000 000	700 000 000	855 000 000	900 000 000	900 000 000
I – Production de l'exercice	1 226 768 950	2 462 285 500	2 815 583 375	3 133 045 500	3 528 409 700
Achat consommés	782 907 580	872 597 300	1 105 970 220	1 173 186 770	1 409 802 900
Services extérieurs	7 480 000	6 480 000	7 010 000	7 610 000	8 140 000
II – Consommation de l'exercice	790 387 580	879 077 300	1 112 980 220	1 180 796 770	1 417 942 900
III – Valeur Ajoutée d'exploitation (I – II)	436 381 370	1 583 208 200	1 702 603 155	1 952 248 730	2 110 466 800
Charges de personnel	53 504 800	63 947 200	68 195 200	71 366 560	71 366 560
Impôt et taxes	890 000	940 000	1 015 000	1 065 000	1 115 000
IV – Excédent Brut d'Exploitation	381 986 570	1 518 321 000	1 633 392 955	1 879 817 170	2 037 985 240
Dotation aux amortissements	27 976 000	27 976 000	27 976 000	27 976 000	27 726 000
V – Résultat opérationnel	354 010 570	1 490 345 000	1 605 416 955	1 851 841 170	2 010 259 240
Produits financiers		114 819	21 400 794	43 139 495	52 982 398
Charges financières	(149 801 040)	(119 840 832)	(89 880 624)	(59 920 416)	(29 960 208)
VI – Résultat financier	(149 801 040)	(119 726 013)	(68 479 830)	(16 780 921)	23 022 190
VII – Résultat avant impôts (V+VI)	204 209 530	1 370 618 987	1 536 937 125	1 835 060 249	2 033 281 430
Impôts exigibles sur résultats				550 518 075	609 984 429
X – Résultat net de l'exercice	204 209 530	1 370 618 987	1 536 937 125	1 284 542 174	1 423 297 001

22. Compte de résultat par fonction :

C'est un compte de résultat sous une autre forme afin d'anticiper les résultats futurs de l'entreprise et les conséquences de la mise en œuvre du projet.

Tableau N°49: Compte de résultat par fonction à fin de l'exercice (valeur en Ar)

Rubriques	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Produit des activités ordinaires	1 226 768 950	2 462 285 500	2 815 583 375	3 133 045 500	3 528 409 700
Coût des ventes	782 907 580	872 597 300	1 105 970 220	1 173 186 770	1 409 802 900
Marge brute	443 861 370	1 589 688 200	1 709 613 155	1 959 858 730	2 118 606 800
Coûts commerciaux	7 480 000	6 480 000	7 010 000	7 610 000	8 140 000
Charges administratives	82 370 800	92 863 200	97 186 200	100 407 560	100 207 560
Résultat opérationnel	354 010 570	1 490 345 000	1 605 416 955	1 851 841 170	2 010 259 240
Produits financiers		114 819	21 400 794	43 139 495	52 982 398
Charges financières	(149 801 040)	(119 840 832)	(89 880 624)	(59 920 416)	(29 960 208)
Résultat financier	(149 801 040)	(119 726 013)	(68 479 830)	(16 780 921)	23 022 190
Résultat avant impôt	204 209 530	1 370 618 987	1 536 937 125	1 835 060 249	2 033 281 430
Impôts exigibles sur les résultats				550 518 075	609 984 429
Résultat net de l'exercice	204 209 530	1 370 618 987	1 536 937 125	1 284 542 174	1 423 297 001

Ces états financiers nous renseignent que le projet dégage du bénéfice dès la première année d'exploitation. La croissance progressive de la valeur ajoutée constitue un indicateur de la croissance économique de l'entreprise. Le niveau des valeurs ajoutées permet d'apprécier, compte tenu des matériels mis en œuvre, l'efficacité économique de l'entreprise. D'après ce compte de résultat, la valeur ajoutée est très intéressante car elle ne cesse d'augmenter depuis la première année d'exploitation. La performance des opérations d'exploitation de l'entreprise et les ressources générées par celle-ci sont justifiées par une progression de l'Excédent brut d'exploitation.

Section 3 : Le flux net de trésorerie

31. Définition

Le plan de trésorerie reflète les entrées et les sorties de la trésorerie dûs à l'exploitation.

Il a pour objet de déterminer la situation de la trésorerie disponible à la fin de chaque période.

Le tableau ci-dessous nous présente la tenue de trésorerie au cours des cinq années d'activités du projet.

Tableau N° 50 : Flux I de trésorerie prévisionnel à la fin de l'exercice (valeur en Ariary)

Rubriques	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
<u>FTLAO</u>					
Encaissement reçus	586 768 950	1 762 285 500	1 960 583 375	2 233 045 500	2 628 409 700
Sommes versées aux fournisseurs et au personnel	(844 782 380)	(943 964 500)	(1 182 190 420)	(1 253 228 330)	(1 490 424 460)
Intérêts et autres frais financiers payés	149 801 040	(119 840 832)	(89 880 624)	(59 920 416)	(29 960 208)
Impôts sur les résultats		0	0	(550 518 075)	(609 984 429)
<i>Flux de trésorerie avant éléments extraordinaires</i>	(407 814 470)	698 480 168	688 512 331	369 378 679	498 040 603
Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles (A)	(407 814 470)	698 480 168	688 512 331	369 378 679	498 040 603
<u>FLTAI</u>					
Décaissement sur acquisition d'imm	(965 130 000)				
Décaissements sur acquisitions d'imm fin	(577 130 540)	(2 870 470)	(532 149 387)	(543 467 525)	(246 072 574)
Intérêts encaissés sur placements financiers		114 819	21 400 794	43 139 495	52 982 398
<i>Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissement (B)</i>	(1 542 260 540)	(2 755 651)	(511 348 593)	(500 328 030)	(193 090 176)
<u>FTLAF</u>					
Encaissement suite à l'émission d'actions	710 032 540				
Encaissements provenant d'emprunts	832 228 000				
Remboursements d'emprunts	(166 445 600)	(166 445 600)	(166 445 600)	(166 445 600)	(166 445 600)
<i>Flux de trésorerie net provenant des activités de financement (C)</i>	1 375 814 940	(166 445 600)	(166 445 600)	(166 445 600)	(166 445 600)
Variation de	(574 260 070)	529 278 917	10 718 138	(297 394 951)	138 504 827

trésorerie de la période (A+B+C)					
Trésorerie à l'ouverture de l'exercice	577 130 540	2 870 470	532 749 387	543 467 525	246 072 574
Trésorerie à la clôture de l'exercice	(574 260 070)				
Variation de trésorerie de la période	2 870 470	532 149 387	543 467 525	246 072 574	384 577 401

Pour mieux gérer les capitaux investis. Nous avons décidé de placer notre trésorerie à un taux de 4 % par an. Le placement se fait par intérêt simple et les intérêts y afférent seront attribués aux produits financiers de notre entreprise.

Le calcul s'effectue comme suit :

Intérêt 2^{ème} Année : $2\,870\,470 \times 4\% = 114\,819$

Intérêt 3^{ème} Année : $535\,019\,857 \times 4\% = 21\,400\,794$

Intérêt 4^{ème} Année : $1\,078\,487\,382 \times 4\% = 43\,139\,495$

Intérêt 5^{ème} Année : $1\,324\,559\,956 \times 4\% = 52\,982\,398$

Section 4 : Le bilan prévisionnel

41. Notion et signification financière du bilan

Le bilan est un état récapitulatif des actifs, des passifs et des capitaux propres. Il récapitule à un moment donné, l'ensemble des droits et des engagements qui produisent à la fois la situation juridique et la situation financière de l'entreprise considérée.

Ainsi pour notre projet, les cinq années sont considérées indépendamment pour la société afin d'apprécier la performance de chaque année.

42. Les bilans prévisionnels

Mais nous allons tout d'abord commencer par le bilan d'ouverture.

Tableau N°51 :Bilan d'ouverture (valeur en Ariary)

RUBRIQUES	MONTANT	RUBRIQUES	MONTANT
ACTIF NON COURANT		CAPITAUX PROPRES	
Immobilisations incorporelles	1 000 000	Capital	710 032 540
Immobilisations corporelles		TOTAL CAPITAUX PROPRES	710 032 540
Terrain	800 000 000		
Construction	50 000 000	PASSIFS NON- COURANTS	
Matériels et outillages	28 720 000	Emprunts et dettes financières	832 228 000
Matériels de transport	79 200 000	TOTAL PASSIFS NON- COURANTS	832 228 000
Matériel de bureau	1 210 000		
Matériel informatique	4 000 000		
Agencement et inst	1 000 000		
TOTAL A.N.C	965 130 000		
ACTIFS COURANTS			
Trésorerie et équivalent de trésorerie	577 130 540		
TOTAL ACTIFS COURANTS	577 130 540		
TOTAL DES ACTIFS	1 542 260 540	TOTAL DES PASSIFS	1 542 260 540

Tableau N°52 : Bilan prévisionnel de l'exercice 1 (valeur en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amortissement	Montant net	PASSIF	Montant net
ACTIF NON COURANT				CAPITAUX PROPRES	
Immobilisations incorporelles	1 000 000	250 000	750 000	Capital	710 032 540
Immobilisations corporelles				Résultat	204 209 530
Terrain	800 000 000		800 000 000	TOTAL CP	914 242 070
Construction	50 000 000	5 000 000	45 000 000		
Matériels et outillages	28 720 000	5 744 000	22 976 000	PASSIFS NON-COURANTS	
Matériels de transport	79 200 000	15 840 000	63 360 000	Emprunts et dettes financières	665 782 400
Matériels de bureau	1 210 000	242 000	968 000	TOTAL PASSIFS NON-COURANTS	665 782 400
Matériel informatique	4 000 000	800 000	3 200 000	PASSIFS COURANTS	0
Agencements et installations	1 000 000	100 000	900 000		
TOTAL A.N.C	965 130 000	27 976 000	937 154 000		
ACTIFS COURANTS					
Stocks de paddy			640 000 000		
Trésorerie et équivalent de trésorerie			2 870 470		
TOTAL ACTIF COURANT			642 870 470	TOTAL PASSIF COURANT	0
TOTAL ACTIF			1 580 024 470	TOTAL PASSIF	1 580 024 470

Tableau N°53 : Bilan prévisionnel de l'exercice 2 (valeur en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amortissement	Montant net	PASSIF	Montant net
ACTIF NON COURANT				CAPITAUX PROPRES	
Immobilisations incorporelles	750 000	250 000	500 000	Capital	710 032 540
Immobilisations corporelles				Résultat	1 370 618 987
Terrain	800 000 000		800 000 000	Report à nouveau	204 209 530
Construction	45 000 000	5 000 000	40 000 000	TOTAL C.P	2 284 861 057
Matériels et outillages	22 976 000	5 744 000	17 232 000	PASSIFS NON- COURANTS	
Matériels de transports	63 360 000	15 840 000	47 520 000	dettes financières	499 336 800
Matériels de bureau	968 000	242 000	726 000	TOTAL P.N.C	499 336 800
Matériel informatique	3 200 000	800 000	2 400 000	PASSIFS COURANT	
Agencements et installations	900 000	100 000	800 000		
Immobilisations financières			2 870 470		
TOTAL A.N.C	937 154 000	27 976 000	912 048 470		
ACTIFS COURANTS					
Stocks de paddy			1 340 000 000		
Trésorerie			532 749 387		
TOTAL A.C				TOTAL P. C	
TOTAL ACTIF			2 784 797 857	TOTAL PASSIF	2 784 197 857

Tableau N°54 : Bilan prévisionnel de l'exercice 3 (valeur en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amortissement	Montant net	PASSIF	Montant net
ACTIF NON COURANT				CAPITAUX PROPRES	
Immobilisations incorporelles	500 000	250 000	250 000	Capital	710 032 540
Immobilisations corporelles				Résultat	1 536 937 125
				Report à nouveau	1 574 828 517
Terrain	800 000 000		800 000 000	TOTAL C.P	3 821 798 182
Construction	40 000 000	5 000 000	35 000 000		
Matériels et outillages	17 232 000	5 744 000	11 488 000	PASSIFS NON- COURANTS	
Matériels de transports	47 520 000	15 840 000	31 680 000	dettes financières	332 891 200
Matériels de bureau	726 000	242 000	484 000	TOTAL P.N.C	332 891 200
Matériel informatique	2 400 000	800 000	1 600 000	PASSIFS COURANTS	
Agencements et installations	800 000	100 000	700 000		
Immobilisations financières			535 019 857		
TOTAL A.N.C	909 178 000	27 976 000	3 611 221 857		
ACTIFS COURANTS					
Stocks de paddy			2 195 000 000		
Trésorerie			543 467 525		
TOTAL A. C			2 738 467 525	TOTAL P. C	
TOTAL ACTIF			4 154 689 382	TOTAL PASSIF	4 154 689 382

Tableau N°55 : Bilan prévisionnel de l'exercice 4 (valeur en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amortissement	Montant net	PASSIF	Montant net
ACTIF NON COURANT				CAPITAUX PROPRES	
Immobilisations incorporelles	250 000	250 000	0	Capital	710 032 540
Immobilisations corporelles				Résultat	1 284 542 174
				Report à nouveau	3 111 765 642
Terrain	800 000 000		800 000 000	TOTAL C.P	5 106 340 356
Construction	35 000 000	5 000 000	30 000 000		
Matériels et outillages	11 488 000	5 744 000	5 744 000	PASSIFS NON-COURANTS	
Matériels de transports	31 680 000	15 840 000	15 840 000	dettes financières	166 445 600
Matériels de bureau	484 000	242 000	242 000	TOTAL P.N.C	166 445 600
Matériel informatique	1 600 000	800 000	800 000	PASSIFS . C	
Agencements et installations	700 000	100 000	600 000		
Immobilisations financières			1 078 487 382		
TOTAL A.N.C	881 202 000	27 976 000	1 932 313 382		
ACTIFS COURANTS					
Stocks de paddy			3 095 000 000		
Trésorerie			246 072 574		
TOTAL A. C			3 341 072 574	TOTAL P. C	
TOTAL ACTIF			5 272 785 956	TOTAL PASSIF	5 272 785 956

Tableau N°56 : Bilan prévisionnel de l'exercice 5 (valeur en Ariary)

ACTIF	Montant Brut	Amortissement	Montant net	PASSIF	Montant net
ACTIF NON COURANT				CAPITAUX PROPRES	
Immobilisations incorporelles	0	0	0	Capital	710 032 540
Immobilisations corporelles				Résultat	1 423 297 001
				Report à nouveau	4 396 307 816
Terrain	800 000 000		800 000 000	TOTAL C.P	6 529 637 357
Construction	30 000 000	5 000 000	25 000 000		
Matériels et outillages	5 744 000	5 744 000	0	PASSIFS NON- COURANTS	
Matériels de transports	15 840 000	15 840 000	0	dettes financières	0
Matériels de bureau	242 000	242 000	0	TOTAL P.N.C	0
Matériel informatique	800 000	800 000	0	PASSIFS . C	
Agencements et installations	600 000	100 000	500 000		
Immobilisations financières			1 324 559 956		
TOTAL A.N.C	853 226 000	27 726 000	2 150 059 956		
Actifs courants					
Stocks de paddy			3 995 000 000		
Trésorerie			384 577 401		
TOTAL A. C			4 379 577 401	TOTAL P. C	
TOTAL ACTIF			6 529 637 357	TOTAL PASSIF	6 529 637 357

Dans ce second chapitre, nous avons pu affirmer que le projet génère du bénéfice dès sa première année et que cela augmente proportionnellement avec les moyens de l'entreprise. Nous pouvons dire aussi qu'elle dégage une trésorerie positive à chaque fin d'année, une trésorerie qui pourra servir à l'acquisition de nouvel investissement.

D'après ces états financiers, nous savons que le projet est faisable. Seulement, cela ne suffit pas pour décider d'investir ou non dans le projet. En effet, une évaluation du projet est essentielle avant de prendre la décision finale, ce qui nous amène au dernier chapitre de cette troisième partie.

CHAPITRE III : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET

A la différence des techniques comptables qui visent à enregistrer et contrôler les opérations, les techniques d'évaluation servant à éclairer et faciliter des prises de décision. Toutefois, elles font partie de l'étude financière.

La comparaison des coûts d'une part et des recettes d'autres part se fait à deux niveaux :

- Celui de l'entreprise : la banque, l'entrepreneur du projet cherchent à évaluer la rentabilité du projet, à vérifier l'équilibre financier qui est l'évaluation financière du projet.
- Celui de la collectivité nationale : les techniciens cherchent à évaluer les bénéfices du projet pour la nation qui est l'évaluation économique

De plus, il existe aussi l'évaluation sociale qui concerne la société en général.

Section I : Evaluation financière du projet

Les évaluations financières sont les plus cruciales dans la prise de décision d'investir ou non dans un projet. En effet, un projet doit nécessairement être rentable financièrement pour être réalisé. L'analyse porte donc sur les quatre éléments suivants : la valeur actuelle nette, le taux de rentabilité interne, le délai de récupération des capitaux investis et l'indice de profitabilité.

11. La valeur actuelle nette

Comme il a été énoncé dans la première partie, la valeur actuelle nette permet de juger si l'investissement est acceptable ou non par l'expression du cash flow au moment de l'évaluation à l'aide du capital investi.

Tableau N° 57 : Calcul de la VAN

Rubriques	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Résultat net	204 209 530	1 370 618 987	1 536 937 125	1 284 542 174	1 423 297 001
Amortissement	27 976 000	27 976 000	27 976 000	27 976 000	27 726 000
Cash flow	232 185 530	1 398 594 987	1 564 913 125	1 312 518 174	1 451 023 001
$(1+i)^{-n}$	0,8474576	0,7181844	0,6086309	0,5157889	0,4371092
Cash flow actualisé	196 767 392	1 004 449 102	952 454 484	676 982 305	634 255 503
Cumul	196 767 392	1 201 216 494	2 153 670 978	2 830 653 283	3 464 908 786

$$VAN = \sum_{n=1}^p CF_n (1+i)^{-n} - I$$

avec $i = 0,18$ pour un taux d'actualisation égal à 18%

$n = 5$ ans

$I = 1\,542\,260\,540$ Ar

Cash-flow = Résultat net + Amortissement

$$VAN = 3\,464\,908\,786 - 1\,542\,260\,540$$

$VAN = 1\,922\,648\,246$

Nous constatons que la VAN est positive. Donc, le projet génère un bénéfice certain, et nous avons intérêt à réaliser l'investissement. La VAN ne permet pas de classer les investissements entre eux, mais tout simplement de les rejeter. Pour les classer, il faut connaître la rentabilité interne de celle ci.

12. Le taux de rentabilité interne

C'est le taux d'actualisation annulant le bénéfice net du projet c'est à dire que le TRI est obtenu lorsque la VAN est égale à zéro ($VAN=0$).

Le tableau suivant nous aide à encadrer le TRI dans le cas de notre projet, en calculant d'abord le Cash Flow actualisé par deux taux différents de 18% et 60%.

Tableau N° 58 : Calcul du TRI

Exercice	Cash flow	Cash flow actualisé	
		18 %	50%
1	232 185 530	196 767 392	154 790 431
2	1 398 594 987	1 004 449 102	621 597 150
3	1 564 913 125	952 454 484	463 677 499
4	1 312 518 174	676 982 305	259 263 027
5	1 451 023 001	634 255 503	191 080 866
Total		3 464 908 786	1 690 408 973

Donc, pour calculer le taux de rentabilité interne, nous procédons par interpolation linéaire, et nous avons les relations suivants:

$$t = 18\% \longrightarrow \text{VAN} = 1\,922\,648\,246$$

$$t = X \longrightarrow \text{VAN} = 0$$

$$t = 60\% \longrightarrow \text{VAN} = 1\,412\,155\,812 - 1\,542\,260\,540 = -130\,104\,728$$

$$\text{TRI} = 18 + \frac{0 - 1\,922\,648\,246 \times (60 - 18)}{(-130\,104\,728 - 1\,922\,648\,246)} = -80\,751\,226\,332$$

$$\text{TRI} = 18 + \frac{-80\,751\,226\,332}{-2\,052\,752\,974}$$

$$\text{TRI} = 57,34\%$$

$$\boxed{X = 57,34\%}$$

Le taux de rentabilité interne du projet est de 57,34 % est supérieur au taux d'actualisation de 18 %. Alors, notre projet est rentable et nous disposons aussi une marge de 39,34 % pour emprunter

13. Le délai de récupération des capitaux investis

Le délai de récupération des capitaux investis consiste à estimer la durée de temps requis pour constituer l'ensemble des sorties de fonds à partir des entrées nettes générées par le projet. On obtient ce délai par interpolation grâce au tableau cumulatif des cash-flows actualisés.

Tableau N°59 : Calcul du DRCI

Rubriques	Exercice 1	Exercice 2	Exercice 3	Exercice 4	Exercice 5
Résultat net	204 209 530	1 370 618 987	1 536 937 125	1 284 542 174	1 423 297 001
Amortissement	27 976 000	27 976 000	27 976 000	27 976 000	27 726 000
Cash flow	232 185 530	1 398 594 987	1 564 913 125	1 312 518 174	1 451 023 001
$(1+i)^{-n}$	0,8474576	0,7181844	0,6086309	0,5157889	0,4371092
MBA actualisée	196 767 392	1 004 449 102	952 454 484	676 982 305	634 255 503
Cumul	196 767 392	1 201 216 494	2 153 670 978	2 830 653 283	3 464 908 786

Comme nous avons déjà vu, le montant total des investissements est de 1 542 260 540 Ar. Or nous pouvons signaler que ce montant se situe entre la 2^{ème} et la 3^{ème} année d'exploitation.

Pour déterminer le DRCI, nous allons effectuer le calcul par interpolation linéaire.

$$1\ 201\ 216\ 494 < 1\ 542\ 260\ 540 < 2\ 153\ 670\ 978$$

$$2 < n < 3$$

$$\frac{n - 2}{3 - 2} = \frac{1\ 542\ 260\ 540 - 1\ 201\ 216\ 494}{2\ 153\ 670\ 978 - 1\ 201\ 216\ 494}$$

$$952\ 454\ 484 n - 1\ 904\ 908\ 968 = 341\ 044\ 046$$

$$952\ 454\ 484 n = 2\ 245\ 953\ 014$$

$$n = 2,36$$

$$0,36 \times 12 \text{ mois} = 4,32$$

$$0,32 \times 30 \text{ jours} = 9,6$$

$$n = 2 \text{ ans et } 4 \text{ mois et } 9 \text{ jours}$$

De ce fait, les capitaux investis seront récupérés au bout de 2 ans et 4 mois et 9 jours d'exploitation ce qui est encore un bon signe car le délai de récupération maximale que nous pouvons accepter est de 5 ans. Bref, le projet est faisable.

13. L'indice de profitabilité

Rappelons que l'indice de profitabilité se calcule par le rapport entre les cash-flows actualisés et le capital investi. Il mesure le profit induit par un franc de capital investi.

$$IP = \frac{\sum_{n=1}^p CF_n (1+i)^{-n}}{I}$$

$$IP = \frac{3\ 464\ 908\ 786}{1\ 542\ 260\ 540}$$

$$IP = 2,25$$

L'indice de profitabilité est supérieur à 1 avec une valeur de 2,25 d'où le projet est rentable et peut être retenu.

Section 2 : Evaluation sur les critères d'évaluation

Cette évaluation a pour objectif d'apprécier les activités et les travaux réalisés par ce projet en terme de pertinence, d'efficacité, d'efficience, de durée de vie et d'impact du projet, en vue d'une réorientation pour atteindre les objectifs

21. La pertinence

Elle décrit le rapport entre le programme du projet et les besoins et les attentes réels des groupes cibles au moyen de développement humain. Au cours de l'analyse de la situation financière du projet, nous remarquons que le projet est rentable et faisable à long terme car la valeur actuelle nette actualisée est largement positive qui s'élève à 1 922 648 246 Ar. Compte tenu de la rentabilité, notre projet participe au développement du District d'Anjozorobe que ce soit pour la culture, la collecte et la commercialisation de riz mais aussi pour l'économie du District. Ceci étant indiscutable par un accroissement successif de la valeur ajoutée générée par le projet pendant les cinq années d'exploitation. Ainsi, l'entreprise atteint ses objectifs par rapport aux besoins et aux attentes des groupes cibles, donc, le projet est pertinent.

22. L'efficacité

L'efficacité s'apprécie par la comparaison des objectifs et des résultats, c'est à dire, la différence entre ce qui était prévue et les réalisations. Dans notre cas, notre entreprise manifeste son efficacité parce qu'elle se montre apte à atteindre les objectifs de gestion qui lui ont été assignés par le responsable dont elle dépend. D'où le projet est efficace.

23. L'efficience

L'efficience se mesure par la comparaison des coûts et des résultats ; elle se réfère plus exactement à l'utilisation optimale des ressources. Notre projet est efficace car les objectifs sont atteints à moindre coût au cours de l'exploitation.

24. La durée de vie du projet

La durabilité décrit le degré de viabilité et profitabilité continu des résultats. Nous avons effectué des études sur cinq ans et nous avons pu constater que l'entreprise pourra déjà récupérer la somme des capitaux investis entre la deuxième et la troisième année.

Avec une marge brute d'autofinancement de 1 451 023 001Ar à la cinquième année, l'entreprise pourra survivre pendant une longue durée en faisant un réinvestissement et ou une extension de ses activités. Ce qui permet de dire que notre projet est viable et illimité.

25. L'impact du projet

Il détermine les effets directs et indirects du projet sur ses bénéficiaires. Alors, ce projet comporte des impacts financiers et sociaux pour le District et la nation. En effet, la création du projet engendre la croissance économique de la région comme la création d'emplois, l'augmentation de la production des paysans ainsi que tous les faits positifs générés par la réalisation du projet, ce qui nous permettront de dire que le projet aura des impacts intéressants sur le plan économique et social.

Section 3 : Evaluation socio-économique

Cette évaluation permet de mesurer la rentabilité de ce projet pour la société dans laquelle elle évoluera ainsi que de déterminer les impacts du projet sur l'économie nationale du pays. Elle repose donc sur la création d'emploi, sur l'importance sociale et sur le développement de la région.

31. Evaluation sociale

Cette évaluation consiste à déterminer les impacts de ce projet sur le plan social. L'analyse est basée sur la création d'emploi, l'importance sociale et le développement du District d'Anjozorobe.

311. Création d'emploi

Le chômage constitue un problème majeur d'un pays quel que soit leur niveau d'industrialisation. Il est dû à l'insuffisance des offres d'emplois par rapport à la demande. En effet, bon nombre de jeunes se retrouvent au chômage qu'ils soient diplômés ou non. Et même s'ils en trouvent, cela ne correspond pas ni à leurs spécialités ni à leurs besoins pécuniaires.

Alors, pour remédier à cela, notre projet s'inscrit à la création d'emploi. L'implantation d'une société rizicole permet de créer des emplois stables, non seulement pour les personnels permanents de l'entreprise mais aussi, pour les mains d'œuvres salariés de la région d'exploitation.

312. Importance sociale

Notre exploitation contribue à l'amélioration du bien-être et du confort de notre population.

Notre projet contribuera également à l'amélioration des conditions de vie qui amènera des changements sur le niveau de vie de chaque famille des travailleurs.

Il contribue à la lutte contre le chômage étant donné que l'Etat participe déjà à la création d'emplois en encourageant les investissements nationaux ou étrangers à s'investir. Donc, notre projet constitue une source de création d'emplois et aussi une source de revenus pour les cadres et la main d'œuvre.

Un projet est un ensemble complet d'activités et d'opérations qui utilisent les ressources limitées et dont quelques agents économiques attendent des revenus.

313. Développement du District

Si l'on se réfère à la résolution de problèmes des paysans de la région. La création du projet stimule les riziculteurs à produire davantage et ils ne sont plus obligés d'utiliser les méthodes traditionnelles pour la culture du fait que les formations dispensés par nos techniciens vont les aider à adopter les techniques culturales modernes.

Pour les employés, les formations que nous leur accordons favorisent leurs professionnalismes et qui va leur permettre d'être des citoyens capables de s'adapter et de s'instruire dans la vie.

Nous pouvons dire que notre projet contribue d'une manière importante au développement de ce district, à savoir la création d'emplois et le niveau de vie de quelques familles peut s'améliorer grâce à un revenu mensuel.

32. Evaluation économique

L'évaluation économique de ce projet nous permet de connaître les impacts au niveau national

321. Contribution à l'économie nationale

La réalisation de ce projet contribue à l'augmentation de la production nationale en matière de riz, donc du richesse nationale. De ce fait, il permet de créer des valeurs ajoutées nécessaires à la formation du PIB (Production Intérieure Brut). Rappelons que la valeur ajoutée est le critère fondamental de toute évaluation économique, tant à la production qu'à la redistribution. Elle permet de mesurer les revenus attribués aux différents facteurs de production et la création des valeurs apportées par le projet, bref, elle exprime l'apport spécifique de chaque entreprise dans l'économie nationale.

Nous pouvons signaler que la valeur ajoutée de ce projet est toujours positive pour chaque année d'exercice, ce qui veut dire que la production arrive à couvrir les consommations de l'exercice.

Ainsi, durant ces cinq années, la valeur ajoutée totale est de 7 784 908 255 Ar pour la nation. En d'autres termes, notre société rizicole contribue à l'augmentation de la richesse nationale.

La création de ce projet permet aussi d'activer la production d'autres branches d'activités sachant que l'entreprise a besoin de divers produits, fournitures et services lors de son exploitation.

Une autre contribution de ce projet à l'économie nationale est le paiement d'impôt et taxe car notons que l'ensemble des impôts et taxes frappant le projet contribue à l'amélioration des recettes de l'Etat.

Nous savons maintenant que le projet est rentable d'après les résultats obtenus dans l'évaluation financière. En effet, les outils d'évaluation nous ont permis de confirmer le choix d'investir dans ce projet. Par ailleurs, le projet a d'autres avantages à la fois sur le plan économique et sur le plan social.

CONCLUSION

Le secteur agricole figure parmi les priorités du gouvernement actuel et notamment la filière rizicole étant donné que le pays importe régulièrement du riz et que l'insuffisance alimentaire en matière de riz dans toutes les régions de Madagascar est encore inévitable. Cette filière s'avère assez mal exploitée, les paysans pratiquent encore la culture de type traditionnel qui ne donne que de faibles rendements et qui sont destinés quasiment pour l'autosuffisance alimentaire, certains collecteurs détiennent de stocks importants et n'écoulent leurs produits que lorsque le prix augmente sur le marché ce qui ne fait que déstabiliser le prix de ce produit. Si l'on se réfère au District d'Anjozorobe, cette région possède des atouts remarquables pour un projet de riziculture, particulièrement le SRI. Ces atouts sont constitués par la fertilité des terres, la disponibilité des surfaces cultivables non exploitées et sa situation géographique et milieu humain favorable à l'exploitation de ce projet. Mais les paysans dans cette région rencontrent des problèmes de communication et de circulation parce qu'ils sont plus ou moins enclavés à cause de l'état défectueux des infrastructures routières.

En effet, l'accès de ce projet dans le District d'Anjozorobe donne une nouvelle phase d'amélioration de la production en adoptant le système à Riziculture Intensif et en modifiant les techniques de collecte pour inverser cette tendance.

Ce projet peut apporter beaucoup non seulement pour nous les promoteurs et les employés mais aussi pour toutes les personnes qui deviendront nos futurs clients. L'obtention d'un rendement satisfaisant est assurée par la maîtrise de bonne technique culturale et de l'utilisation de méthodes et techniques de collecte adéquates. Ainsi, la filière rizicole peut se développer avec professionnalisme, ce qui nécessite la création d'une société rizicole dans ce district en pratiquant l'agriculture à caractère industriel dont les produits vendus sont destinés à satisfaire les besoins de la clientèle.

Sur le plan financier, les différents calculs effectués en plus des états financiers confirment que le projet est faisable et rentable à long terme car la valeur actuelle nette qui est largement positive s'élève à 1 922 648 246 Ar. Le projet engendre un taux de rentabilité interne de 57,38 %, largement supérieur au taux d'actualisation, ce qui permet à l'entreprise de s'endetter davantage.

En outre, il contribue à la création d'emplois et augmente le niveau de consommation de riz. Il développe aussi le secteur rizicole car son existence peut inciter la population de s'orienter vers l'abandon de la riziculture traditionnelle en appliquant le système moderne augmentant ainsi

leurs sources de revenu. Nous ne pouvons pas manquer de citer les effets sur le produit intérieur brut, la finance publique du pays.

Nous comptons apporter plus de changement dans les années à venir car ce secteur joue un rôle considérable dans l'économie de notre pays.

ANNEXES

ANNEXE I :

BIBLIOGRAPHIES

- Monographie de la Région d'Antananarivo, juin 2003, Ministère de l'Agriculture, de l'élevage et de la pêche. – Institut National de la STATistique (INSTAT)
- SSA : Service de la Statistique Agricole, Ministère de l'Agriculture (2002)
« Annuaire de la Statistique Agricole »
- RAVALITERA Faraso, cours d'Entrepreneuriat et Gestion de Projet, Année 2004 – 2005
- RASAMINANANA Origène Olivier, cours de Gestion de Trésorerie, Année 2003 – 2004

OUVRAGES :

- Marketing Management, Kotler et Dubois, 11^{ème} édition 2003, Edition française, Paris France, 800 pages
- Les états financiers du PCG 2005, Flavien TODAY, 2^{ème} édition, 78 pages.
- Gestion financières, JEAN BARREAU et JAQUELINE, Edition Dunod, Paris, 1998, 543 pages.
- Fondements scientifiques de la nouvelles riziculture malgache SRI voly vary maro anaka. Early pricing Rice Système, VALLOIS Patrick, 28 pages.
- Gestion des ressources humaines, RAZAFIMBAHINY Christian Alphonse, Antananarivo, 1992, 32 pages.
- Système de riziculture intensive, Association Tefy Saina, Antananarivo, 2006, 35 pages.

ANNEXE II : CADRE LOGIQUE

Description	Logique d'intervention	Indicateur Objectivement Vérifiable	Moyen de vérification	Hypothèses
Objectifs globaux	<ul style="list-style-type: none"> - Assurer le développement et la survie de l'entreprise - Satisfaire les clients 	<ul style="list-style-type: none"> - 12 % du part de marché obtenus - Chiffre d'affaires réalisés - Année de vie de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> - Etude de marché - Etats financiers - Boîtes à idées 	<ul style="list-style-type: none"> - Fonds et prêt disponibles - Conditions macro-économique favorable
Objectif spécifique	Implanter une société rizicole dans la commune rurale d'Anjozorobe	<ul style="list-style-type: none"> - une entreprise implantée 	<ul style="list-style-type: none"> - Journal de parcours 	<ul style="list-style-type: none"> - Fonds et prêt disponibles - Conditions macro-économique favorables
Extrants	Riz conditionnés	<ul style="list-style-type: none"> - Quantité de riz vendue - Nombre de clients obtenus 	<ul style="list-style-type: none"> - Fichiers clients 	<ul style="list-style-type: none"> - Réponses sincères des clients -
Intrants	Terrain, équipements, matériels et outillages, matériels de transports, personnels	<ul style="list-style-type: none"> - Equipements installés - Travaux en cours 	<ul style="list-style-type: none"> - Bilan - Fiche de paie 	<ul style="list-style-type: none"> - Terrain accessibles à nos ressources financières

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS

INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET.....	4
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET.....	5
Section 1 : Historique du projet.....	5
11. Origine du projet.....	5
12. Aperçu général sur la filière.....	5
13. Etudes des opportunités et menaces sur cette filière.....	6
Section 2 : Caractéristiques du projet.....	7
21. Description du projet.....	8
22. But et objectif du projet	8
23. Intérêt du projet.....	9
24. Caractéristiques juridiques du projet.....	9
Section 3 : Mise en place du Site.....	10
31. Situation géographique	10
32. Climatologie.....	10
33. <i>cHOIX DE LA REGION</i>	11
34. Situation économique.....	11
<i>CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE</i>	13
Section 1 : Analyse de la demande.....	13
31. Identification de la clientèle cible.....	13
32. Caractéristiques des besoins de la clientèle	14
33. Situation globale de la demande.....	14
Section 2 : Analyse de l'offre et de la concurrence.....	15
21. Caractéristique de l'offre sur le marché local.....	15
22. Analyse de prix	16
23. Identification des principaux concurrents	17
24. Forces et faiblesses des concurrents.....	18
25. La part de marché.....	18
<i>CHAPITRE III : RAPPEL SUR LES OUTILS ET CRITERES D'EVALUATION</i>	20
Section 1 : Les outils d'évaluation.....	20
11. La valeur actuelle nette ou VAN.....	20

111. Définition.....	20
112. Formule.....	20
113. Interprétation.....	21
12. Le taux de rentabilité Interne ou TRI.....	21
121. Définition.....	21
122. Formule.....	21
123. Interprétation.....	22
13. L'indice de profitabilité ou IP.....	22
131. Définition.....	22
132. Formule.....	22
133. Interprétation.....	22
14. Le délais de récupération des capitaux investis ou DRCI.....	22
141. Définition.....	22
142. Formule.....	23
143. Interprétation.....	23
Section 2 : Les critères d'évaluation.....	23
21. La pertinence.....	23
22. L'efficacité.....	23
23. L'efficience.....	24
24. La durée de vie du projet.....	24
25. L'impact du projet.....	24
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET.....	26
<i>CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION.....</i>	<i>27</i>
Section 1 : Les facteurs de production.....	27
11. Les moyens humains	27
12. Les moyens financiers	28
13. Les moyens matériels.	28
Section 2 : Planning de production.....	29
21. Technique culturelle.....	30
22. Technique de collecte.....	31
23. Technique de transformation.....	32
24. Le système de stockage.....	32
Section 3 : Capacité de production envisagée.....	33
31. Prévision de la production	33

32. Planning de vente.....	34
33. Le système de contrôle qualité.....	34
<i>Chapitre II : Les stratégies et politiques marketing envisagées...36</i>	
Section 1 : Stratégies marketing adoptées.....	36
Section 2 : Positionnement.....	37
Section 2 : Planification du marketing MIX.....	37
21. Politique de produit.....	38
22. Politique de prix	39
23. Politique de distribution.....	39
24. Politique de communication.....	40
<i>CHAPITRE IV : ETUDE ORGANISATIONNELLE.....</i>	<i>42</i>
Section 1 : Structure organisationnelle.....	42
11. Organigramme envisagée.....	42
12. Description des principales attributions du personnel.....	43
Section 2 : Politiques de recrutement et motivation du personnel.....	46
32. Recrutement	46
33. Motivation du personnel.....	46
34. Gestion de rémunération du personnel.....	47
Section 3 : Le calendrier de réalisation du projet.....	47
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET.....	49
<i>CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENTS ET FINANCEMENT DU</i>	
<i>PROJET.....</i>	<i>50</i>
Section 1 : Nature et coût des investissement.....	50
11. Les immobilisations incorporelles.....	50
12. Les immobilisations corporelles.....	50
13. Récapitulation des investissements.....	52
Section 2 : Le fonds de roulement initial.....	52
21. Achat de fertilisants.....	53
22. Achat de paddy pour la collecte.....	54
23. Achat de paddy pour la semence.....	54
24. Fournitures consommables.....	54
25. Achat d'emballage.....	54
26. Carburant et lubrifiant.....	55
26. Achat de fournitures d'entretien.....	55

27. Achat de fourniture de bureau.....	55
28. Dépenses liées aux autres charges.....	55
29. Charges du personnel.....	56
30. Récapitulation du FRI.....	58
Section 3 : Le plan de financement.....	58
31. Tableau de financement.....	59
32. Le tableau de remboursement des dettes.....	59
CHAPITRE II : ETUDE DE FAISABILITE ET DE RENTABILITE.....	61
Section 1: Les comptes de gestion.....	61
11. Les comptes de charges.....	61
111. Achat de matières premières.....	61
112. Achat de fournitures consommables.....	63
113. Achat d’emballage.....	63
114. Carburant et lubrifiant.....	65
115. Achat de fournitures d’entretien et petit équipement.....	66
116. Achat de fournitures de bureau.....	66
117. Les charges externes.....	67
118. Les impôts et taxes.....	67
119. Les charges de personnel.....	67
120. Les amortissements.....	68
12. Les comptes de produits.....	69
121. Les chiffres d’affaires prévisionnelles	70
Section 2 : Les comptes de résultats prévisionnels.....	71
11. Les comptes de résultats prévisionnels par nature.....	71
12. Les comptes de résultats prévisionnels par fonction.....	72
Section 2 : Les flux nets de trésorerie.....	72
21. Définition.....	72
22. Les flux nets de trésorerie prévisionnels.....	72
Section 3 : Bilan Prévisionnel.....	74
41. Notion et signification financière du bilan.....	73
42. Les bilans prévisionnels.....	74
CHAPITRE III : EVALUATION ET IMPACT DU PROJET	82
Section 1 : Evaluation financières du projet.....	82

11. La valeur actuelle nette.....	82
12. Le Taux de rentabilité interne.....	83
13. Le délai de récupération des capitaux investis.....	84
14. L'indice de profitabilité.....	85
Section 2 : Evaluation sur les critères d'évaluation.....	86
41. La pertinence.....	86
42. L'efficacité.....	86
43. L'efficience.....	86
44. La durée de vie.....	86
45. L'impact du projet.....	87
Section 3 : Evaluation socio-économique.....	87
31. Evaluation social.....	87
32. Evaluation économique.....	88
CONCLUSION.....	90
ANNEXES	
BIBLIOGRAPHIES	
TABLE DE MATIERES	