

## **SOMMAIRE**

**REMERCIEMENT**

**SOMMAIRE**

**LISTE DES TABLEAUX**

**LISTE DES FIGURES**

**LISTE DES ABREVIATIONS**

**INTRODUCTION**

## **PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET.**

### **CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET**

Section 1 : Justification du projet

Section 2 : Caractéristique du projet

Section 3 : Raison du choix de lieu d'implantation

### **CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE VISÉ**

Section 1 : Analyse de la demande

Section 2 : Analyse de l'offre

Section 3 : Analyse de la concurrence

### **CHAPITRE III: ETUDE DE LA STRATEGIE MARKETING**

Section 1: Stratégies Marketing

Section 2 : Politique Marketing

Section 3 : Les stratégies Marketing à adopter

## **CONCLUSION PARTIELLE**

## **DEUXIEME PARTIE: ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATIONNELLE**

### **CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION**

Section 1 : Identification des moyens de production

Section 2 : Processus de production

Section 3 : Techniques de tissage

## **CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE ET L'AMELIORATION DE LA QUALITE DE PRODUIT**

Section 1 : Production envisagée

Section 2 : Aspects qualitatif des produits

Section 3 : Chronogramme des activités

## **CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE**

Section 1 : Structure organisationnelle

Section 2 : Description de la charge du personnel

Section 3 : La gestion des ressources humaines

CONCLUSION PARTIELLE

## **TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE SELON LE PLAN COMPTABLE 2005**

### **CHAPITRE I : LES COUTS D'INVESTISSEMENT ET LE COMPTE DE GESTION**

Section 1 : Coût des investissements et les amortissements

Section 2 : Plan de Financement et les remboursements des dettes

Section 3 : Les comptes de charges et les comptes de produits

### **CHAPITRE II : ÉTUDE DE FAISABILITÉ FINANCIERE**

Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel sur 5 ans

Section 2 : Le budget de trésorerie sur 5 ans

Section 3 : Le bilan prévisionnel sur 5 ans

## **CHAPITRE III : ÉVALUATION DU PROJET**

Section 1 : Evaluation financière, économique et sociale

Section 2 : Evaluation en terme des ratios

Section 3 : Cadre logique du projet

CONCLUSION PARTIELLE

CONCLUSION GENERALE

## **ANNEXES**

## **BIBLIOGRAPHIE**

# ***LISTE DES TABLEAUX***

Tableau N°01 : Caractéristique de forme juridique.....	13
Tableau N°2 : Avantage et inconvénient.....	14
Tableau N°3 : : Importation 2005 des articles en soie.....	21
Tableau N°4 : Importation 2005 des zones Franches.....	21
Tableau N°05: Concurrent à Sandrandahy.....	24
Tableau N°06: Concurrent à Ambatofinandrahana.....	25
Tableau N°07: Concurrent à Tsarasaotra.....	25
Tableau N°08: Force et faiblesse des concurrents.....	26
Tableau N°09: Part de marché de chaque producteur de produit en soie .....	27
Tableau N°10: Evolution de part de marché.....	28
Tableau N°11: Evolution du prix de vente.....	32
Tableau N°12: Caractéristiques des médias.....	34
Tableau N°13: Processus de production.....	43
Tableau N°14: Capacité de production envisagée.....	50
Tableau N°15: Chronogramme des activités.....	52
Tableau N°16: Profil de personnel.....	57
Tableau N°17: Salaire mensuel du personnel.....	58
Tableau N°18: Effectif et évolution de l'effectif.....	59
Tableau N°19: Investissement sur le terrain.....	64
Tableau N° 20: Investissement sur la construction.....	65
Tableau N° 21: Matériel de transport.....	65
Tableau N° 22: Matériel de bureau et matériel informatique.....	66
Tableau N° 23: Récapitulation des immobilisations.....	66
Tableau N°24: Amortissement des immobilisations de l'ANNEE 1 , ANNEE 2 ANNEE 3 , ANNEE 4, ANNEE 5.....	67
Tableau N°25: Fonds de roulement initial.....	68
Tableau N°26: Plan de financement.....	69
Tableau N°78: Tableau des emplois et des ressources.....	69
Tableau N°28: Remboursement des dettes.....	70
Tableau N°29: Achat de matières premières.....	71
Tableau N°30: Répartitions des charges.....	72
Tableau N°31: Représentation des ventes de produits finis.....	73
Tableau N°32: Comptes de résultat par nature.....	75

Tableau N°33: Budget de trésorerie.....	76
Tableau N°34: Bilan d'ouverture.....	77
Tableau N°35: Bilan de l'année 1.....	78
Tableau N°36: Bilan de l'année 2.....	79
Tableau N°37: Bilan de l'année 3.....	80
Tableau N°38: Bilan de l'année 4.....	81
Tableau N°39: Bilan de l'année 5 .....	82
Tableau N°40: Calcul de la Marge Brute d'Autofinancement (MBA) au taux de 18%.....	84
Tableau N°41: Calcul de la Marge Brute d'Autofinancement (MBA) au taux de 35%.....	85
Tableau N°42: Délais de récupération des capitaux investis.....	86
Tableau N°43: Ratios de structures financières.....	88
Tableau N°44: Tableau de ratio de rentabilité financière.....	89
Tableau N°45: Ratio de rentabilité commerciale.....	89
Tableau N°46: Cadre logique.....	91

## ***LISTE DES FIGURES***

Figure N°01 : Arbre des problèmes.....	9
Figure N°02 : Arbre des objectifs.....	10
Figure N°03 : Linceul.....	23
Figure N°04: Tissus.....	23
Figure N°05: Echarpe.....	24
Figure N°06: Part de marché de chaque entreprise.....	27
Figure N°07: Graphique part de marché.....	28
Figure N°08: Formulation de stratégie marketing.....	30
Figure N°09: Stratégie courante de marketing .....	36
Figure N°10: Cocon du vers à soie.....	40
Figure N°11: Schéma du processus de production .....	43
Figure N°12: : Filature.....	45
Figure N°13: Séchage de fil de soie.....	45
Figure N°14: Bobinage .....	46
Figure N°15: Moulinage .....	47
Figure N°16: Tissage.....	48
Figure N°17: Organigramme de l'entreprise.....	54
Figure N°18: Evolution du chiffre d'affaires.....	73

## ***LISTE DES ABREVIATIONS***

<b>D.R.D.R</b>	Direction Régional du Développement Rural
<b>S.A.R.L</b>	Société A Responsabilité Limité
<b>S.A</b>	Société Anonyme
<b>INSTAT</b>	Instut national de la statistique
<b>SO.A</b>	Soie Ambositra
<b>hab</b>	Habitant
<b>Km</b>	Kilomètre carré
<b>ha</b>	hectare
<b>m<sup>2</sup></b>	Mètre carré
<b>%</b>	Pourcentage
<b>Kg</b>	Kilo gramme
<b>FRI</b>	Fonds de Roulement Initial
<b>CNAPS</b>	Caisse National de Prévoyance Social
<b>OSIE</b>	Organisme Sanitaire Intere Entreprise
<b>P.C.G</b>	Plan Comptable Général
<b>A.A.</b>	Agencement, Aménagement
<b>M.B</b>	Matériel de Bureau
<b>M.I</b>	Matériel Informatique
<b>M.P</b>	Matière Première
<b>Incorp</b>	Incorporelle
<b>Corp</b>	Corporelle
<b>Immo</b>	Immobilisation
<b>i/ble</b>	immobilisable
<b>Sce</b>	Service
<b>A.C</b>	Actif Courant

<b>A.N.C</b>	Actif Non Courant
<b>CPr</b>	Capitaux Propre
<b>CPe</b>	Capitaux Permanent
<b>V.N.C</b>	Valeur Nette Comptable
<b>C.A</b>	Chiffre D'affaires
<b>i</b>	Taux d'intérêt
<b>I</b>	Charge financière
<b>N</b>	Nombre d'année
<b>C.D</b>	Capital Début
<b>C.F.P</b>	Capital Fin de Période
<b>C.R.D</b>	Capital Restant Due
<b>V.A.N</b>	Valeur Nette Comptable
<b>T.R.I</b>	Taux de Rentabilité Interne
<b>I.P</b>	Indice de Profitabilité
<b>D.R.C.I</b>	Date de Récupération des Capitaux Investis
<b>i</b>	Taux d'actualisation
<b>M.B.A</b>	Marge Brute d'Autofinancement
<b>N</b>	Durée
<b>Io</b>	Montant de l'investissement
<b>Cum</b>	Cumul
<b>R</b>	Ratio
<b>R.N</b>	Résultat Net
<b>E.B.E</b>	Excès Brut d'Exploitation
<b>P.V</b>	procès verbal
<b>PNUD</b>	Programme des Nations Unies pour le Développement
<b>ZAP</b>	Zone Administratif Pédagogique
<b>CM1</b>	Cours Moyen 1 <sup>ere</sup>
<b>CM2</b>	Cours Moyen 2 <sup>nd</sup>

# **INTRODUCTION**

L'objectif de développement pour Madagascar consiste à réduire le taux de pauvreté à travers la promotion d'un développement rapide et durable. Pour atteindre cet objectif, il est primordial d'adopter une approche intégrée à travers le passage de l'économie de subsistance à l'économie de marché, en créant une articulation entre l'économie rurale et l'économie industrielle.

La stratégie consiste à identifier et à exploiter de façon optimale les avantages de chaque région dans leur contribution à la croissance économique du pays. Afin d'obtenir des résultats concrets et des impacts réels, rapides et durables sur la croissance économique, il est nécessaire de concentrer les efforts sur l'exploitation des ressources disponibles.

Par ailleurs, la promotion de la croissance économique doit adopter l'approche filière : développement rural par intégration verticale « Agriculture – Industrie et Services » tout en ciblant des marchés porteurs dont principalement les exportations.

Le secteur secondaire ne couvre jamais cette région, cela constitue une lacune pour le développement régional et national. On essaie donc d'y installer ce secteur.

La création des petites et moyennes industries et petites moyennes unités de production est l'un des issues pour pouvoir sortir de la pression de cette pauvreté. L'unité est une entité juridique capable de produire des biens et services à l'aide des moyens humains, financiers et matériels en vue d'attirer des profits.

Les revenus issus de cette activité devraient générer des ressources non moins importantes pour la région et pour le pays entier en matière de fiscalité.

La réalisation de ce projet favorise la création d'emploi à Ambositra II et ses environs.

Ces projets donc vont améliorer les revenus des masses paysannes, leur niveau de vie et pouvoir d'achat, sans changer leurs habitudes ancestrales de pratiques sur les cultures vivrières.

La principale objective est donc de diminuer autant que possible le taux d'importation des produits soyeux à Madagascar, c'est pour cela que nous avons choisi le thème intitulé  
**« CRÉATION D'UNE UNITE DE TRANSFORMATION DE VERS A SOIE DANS LA COMMUNE AMBOSITRA II REGION AMORON'I MANIA»** en vue de produire des articles en soie.

On pourrait montrer que les jeunes étudiants de l'Université seront capables de créer des emplois grâce à leurs propres efforts.

Le problème pour cette étude est de savoir si la création de ce projet contribue à la diminution du taux d'importation.

Au cours de l'exécution de ce travail, nous avons effectué des observations et enquêtes sur terrain et des analyses des données déjà existantes. Les études bibliographiques ont été réalisées auprès de la Bibliothèque Universitaire d'Antananarivo, le Centre d'Etude et de Recherche en Gestion et des différents centres de documentation comme le Centre d'Information Technique Economique et l'Institut National de la Statistique. Nous avons également consulté la monographie de la région ainsi que le Plan Communal de Développement d'Ambositra II. En outre, nous avons effectué un stage de trois mois auprès de la DRDR (Direction Régionale du Développement Rural) Amoron'i Mania. Nous avons également consulté des sites internet. L'analyse et l'interprétation des informations obtenues nous ont permis d'examiner les éléments du projet et de connaître la faisabilité et la rentabilité du projet.

L'étude de faisabilité et de rentabilité du présent projet comprend trois principales phases. La première étape a pour objet d'identifier le projet. Cette partie nous conduit également à avoir une vue générale du projet. La première partie comporte l'identification du projet pour présenter sa pertinence par la détermination de la clientèle cible ou consommateurs et la part de marché de notre entreprise. En deuxième partie, nous allons effectuer une étude de faisabilité technique et organisationnelle du projet pour montrer son efficacité. Le but est de comparer les objectifs prévus et les résultats attendus. Pour la troisième partie, une étude financière semble indispensable pour montrer l'efficience et la rentabilité du projet par la détermination du résultat, de la valeur actuelle nette, du taux de rentabilité interne, du délai de récupération des capitaux investis, de l'indice de profitabilité et de connaître l'impact du projet.

# **PREMIERE PARTIE :**

## **IDENTIFICATION DU PROJET**

# **PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET**

Cette partie constitue la première phase de l'étude de ce projet. Nous allons donc connaître à partir de cette partie tout ce qui concerne le projet.

Nous allons donc élucider trois chapitres différents dans cette partie :

- La première donne des connaissances sur la présentation du projet et qui a pour objectif de connaître tous les facteurs qui nous retiennent à favoriser notre projet que ce soit sur le plan interne qu'externe afin de prendre une décision et la mise en oeuvre du projet.
- Le second chapitre touche l'étude de marché, le souci est de connaître la pertinence de ce projet, c'est-à-dire de savoir qui sont les clients prêts à acheter nos produits appelés « clientèles cibles » et d'estimer notre part de marché à accaparer.
- La troisième chapitre indique la stratégie marketing à adopter de l'entreprise.

# **CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET**

Ce chapitre se divise en trois sections différentes qui sont très importantes sur la connaissance du projet :

- La justification interne et externe
- Le caractéristique du projet
- Les raisons du choix de lieu d'implantation

## **SECTION 1 : JUSTIFICATION DU PROJET**

Cette section aborde l'analyse de la situation actuelle du projet pour tirer des conclusions pratiques.

### **1.1 : Analyse de la situation**

#### **1.1.1 : Une tradition porteuse d'avenir**

Madagascar a une longue tradition séricicole basée tout à la fois sur l'exploitation des vers à soie sauvage et sur l'élevage de vers à soie de mûrier, déjà avant Andrianampoinimerina.

Les Landibe ont été exploités. Ils étaient utilisés pour le tissage des Lambamena (linceuls). Le Landibe ou vers à soie sauvage qui est une espèce biologique rare, fait partie du patrimoine malgache. La sériciculture malgache a commencé par l'artisanat du Landibe depuis les siècles précédents.

Pendant la période royale, le tissu de Landibe était utilisé uniquement comme linceul pour envelopper les morts, et utilisé aussi pour l'exhumation. Le pouvoir royal a créé un centre de formation à Andohalo pour le tissage et pour le moulinage à Amboniloha. Par contre le tissu obtenu par l'extraction et la filature des charnures était utilisé pour l'habillement. .

Le produit fini de l'Imamo a une spécificité régionale appelée zanakantitra, à côté du tissage Arindrano du Betsileo (écharpe). Les Sakalava par la suite tissèrent aussi le Landibe pour confectionner des pagnes (Landibe des zones azonales : les mangroves), puis pour fabriquer aussi des linceuls pour envelopper leur défunt roi.

L'artisanat du Landibe était l'origine de la sériciculture malgache, et la sériciculture a été introduite vers 1850.

La filière soie est une activité intégrée qui s'étend à trois niveaux « activité agricole pour la culture », « industrielle » ou « artisanale » pour la transformation et le traitement « commercial » avec un circuit de distribution dense sur les marchés local et international.

La soie est une substance à base fibroïne et de séricine, sécrétée sous forme de fil fin et brillant par divers arthropodes par exemple : certaines chenilles, diverses araignées, chenille de bombyx de mûrier ou vers à soie. On peut distinguer deux types de soies : la soie domestique et la soie sauvage.

-**La soie sauvage ou le Landibe** qui est obtenue à partir de vers à soie sauvages : Borocera, madagascariensis. Il convient de noter que les générations antérieures pratiquaient l'élevage de ces vers dans les forêts de Tapia, mais actuellement, les gens ne l'élèvent plus mais cueillent directement les cocons dès qu'ils existent. En effet les vers à soie sauvage ont disparu pendant un certain moment faute de politique de régénération. Ce qui explique le caractère aléatoire de leur existence actuelle.

-**La soie domestique ou la soie d'élevage (Landikely)** qui est produite à partir de vers de mûrier ou Bombyx mori.

La différence fondamentale dans le processus de transformation pour les deux types de soie, se situe notamment au niveau du processus d'obtention des cocons de la filature.

Il est à noter que dans ce document le terme séricicole va être utilisé pour designer à la fois la soie sauvage et la soie d'élevage, étant donné que le terme sériciculture a une connotation excluant la soie sauvage.

### **1.1.2 : Une activité ancrée dans la tradition**

Madagascar possède une longue tradition basée tout à la fois sur l'exploitation des vers à soie sauvage et sur l'élevage de vers à soie du mûrier. Depuis le début du siècle dernier, la sériciculture malgache a connu des cycles contrastés avec des périodes d'intense activité et des phases de déclin. Aujourd'hui encore, la production de cocons est assurée de façon faiblement intensive et essentiellement par des petits producteurs, le plus souvent des femmes, pour lesquels elle représente un revenu d'appoint non négligeable.

La transformation et le tissage sont réalisés sur la base de techniques anciennes, avec un savoir-faire réel, dans un cadre essentiellement artisanal. Les productions traditionnelles sont, pour l'essentiel destinées au marché national.

### **1.1.3 : Une relance de la filière**

On constate ces dernières années une forte dynamique de relance de la filière particulièrement au niveau de la sériciculture.

- à travers la multiplication des opérateurs d'appui à la sériciculture associant parfois le tissage (ONG, associations, villageoises, privées et l'élargissement des zones de production)

- des programmes de plus en plus nombreux de plantations de mûriers
- L'engagement de programmes divers de recherche appliquée sur le Landibe
- L'engagement de nouveaux organismes privés ou associatifs dans des programmes de développement de tissage de la soie
- Une diversification de plus en plus grande de la gamme des produits soyeux
- Une amorce timide du commerce export

#### **1.1.4 : Les réels atouts de la filière**

La filière dispose de réelles perspectives de développement, ses principaux atouts se situent aux niveaux suivants :

- sa longue expérience en sériciculture et son savoir-faire artisanat
- des ressources en matière premières variées (soie sauvage et soie mûrier)
- son marché intérieur qui offre des perspectives d'élargissement et de diversification (accroissement de niveau de vie, tourisme,...)
- des potentialités d'exportation pour des tissages originaux, de facture artisanale et valorisant bien le savoir faire malgache dans les domaines.
- Le dynamisme des ateliers de création de l'aval de la filière qui savent valoriser et exploiter les atouts de cette spécificité et qui contribuent à la reprise de la production de soie.
- Le dynamisme des opérateurs locaux d'appui aux producteurs en milieu rural.

#### **1.1.5 : Les handicaps à surmonter**

Même si la filière soie dispose de réels atouts, il y a quand même des handicaps à surmonter. Sa principale contrainte réside dans l'insuffisance de matières premières, tant en soie sauvage qu'en soie d'élevage, ce qui limite le développement des marchés et du secteur tissage.

La faible productivité de la sériciculture en milieu paysan a plusieurs facteurs

- Faiblesse des surfaces plantées en mûriers
- Importantes contraintes foncières
- Variété de mûrier peu productif
- Mauvaise maîtrise des techniques culturales d'élevage

Le désengagement de l'Etat de ses fonctions d'appui à la sériciculture en matière de recherche et de vulgarisation est également un handicap de la filière. Après une longue période de stagnation, ses services ont récemment opéré un transfert de compétences et de patrimoine séricicole auprès de

nouveaux opérateurs de la société civile, structures privées ou associatives. Malheureusement, ce transfert s'est fait sans que les conditions nécessaires au maintien et au beau développement des ressources génétiques (mûrier, vers à soie) aient été suffisamment assurées.

Les nombreux organismes d'appui à la sériciculture sont certes plus dynamiques et plus près de la réalité paysanne mais sont peu dispersés et, malgré leur bonne volonté, manquent encore de compétence séricicole.

En aval de la filière, les conditions de productions artisanales ne permettent pas de valoriser correctement les fils et les tissus produits.

- Techniques de filature insuffisantes
- Absence de moulinage
- Gamme limitée et manque de solidité des teintures
- Possibilité restreinte de tissage fait de la seule existence du métier traditionnel
- La gamme de tissages a beaucoup de mal à s'élargir pour répondre aux besoins d'un nouveau marché

Les produits finis sont relativement chers en raison du prix élevé des cocons et du fait de l'insuffisance de la production du fil de soie sur le marché national.

Les principales contraintes se situent donc à la fois en amont de la filière (nécessaire accroissement de la production et amélioration de la productivité des exploitations) et en aval dans des procédés de transformation (technique de filature et de moulinage, potentiel de tissage, amélioration de la qualité des produits finis).

## 1.2 : Intérêts du projet

**1.2.1 : Le profit :** la rentabilité qui est dans le contenu même du dossier, sera bénéfique pour le promoteur. L'augmentation de la production et du chiffre d'affaires réalisé tous les ans caractérise les critères de performances.

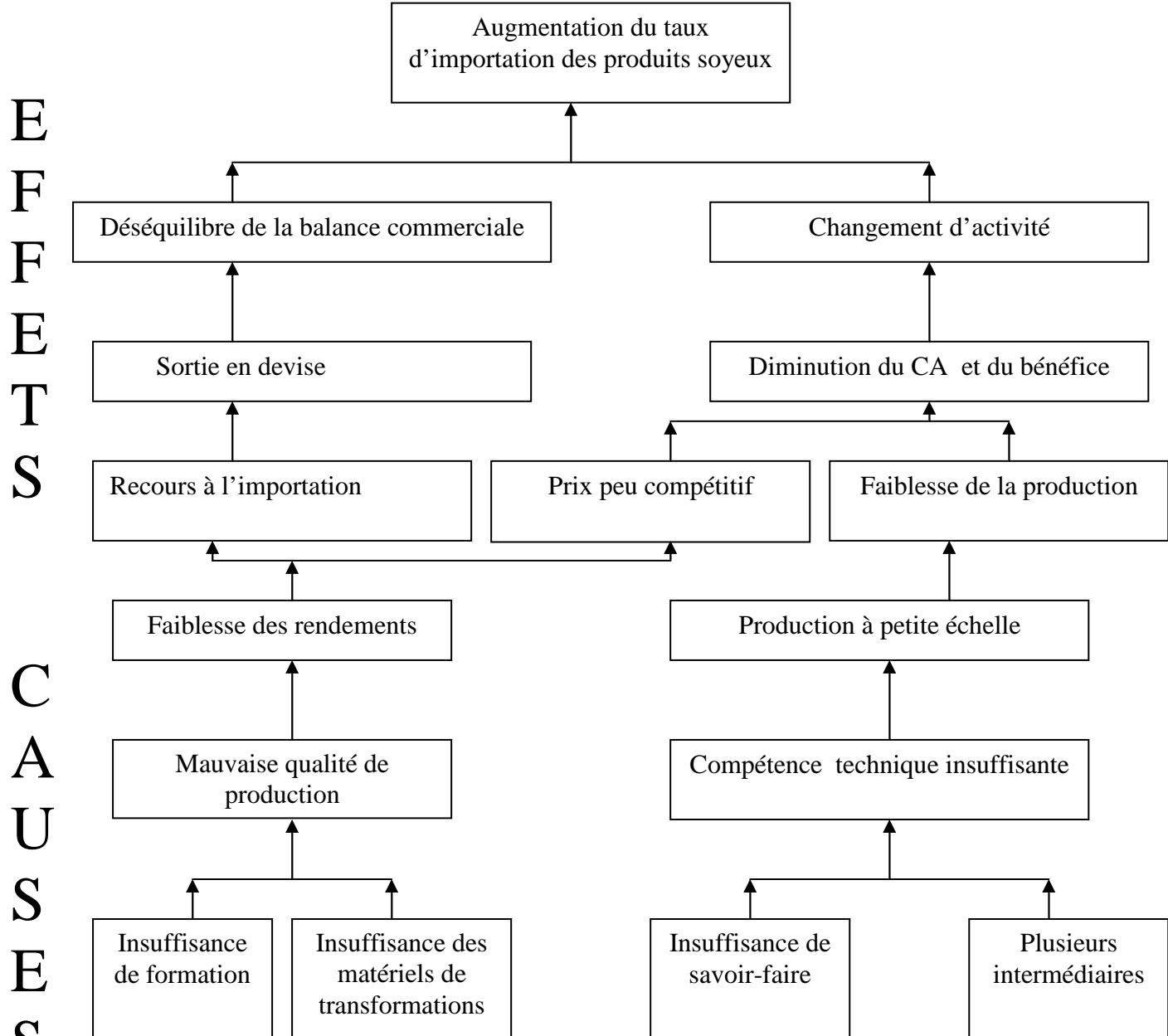
**1.2.2 : La création d'emploi :** L'unité qui fournira des emplois sera source de revenu et de formation, profitable pour beaucoup des gens. La création d'un certain nombre de postes va modifier la structure du marché d'emploi. De plus, la mise en place du projet peut entraîner indirectement la création de nouveaux emplois dans certaines activités telles que le commerce et le transport. Et enfin, une catégorie d'emploi liée à l'investissement sera créée pendant la phase de construction du bâtiment. La création de nombreux emplois constitue les indicateurs clés d'évaluation.

### 1.2.3 : Le développement socio-économique :

L'Etat et la région d'implantation peuvent en tirer des bénéfices par ce projet sur le développement du secteur confection, l'apport à la relance et le renfermement du tissu économique malgache.

Pour analyser la situation, on commence par l'annonce du problème principal et ensuite fractionner ce problème en plusieurs aspects négatifs.

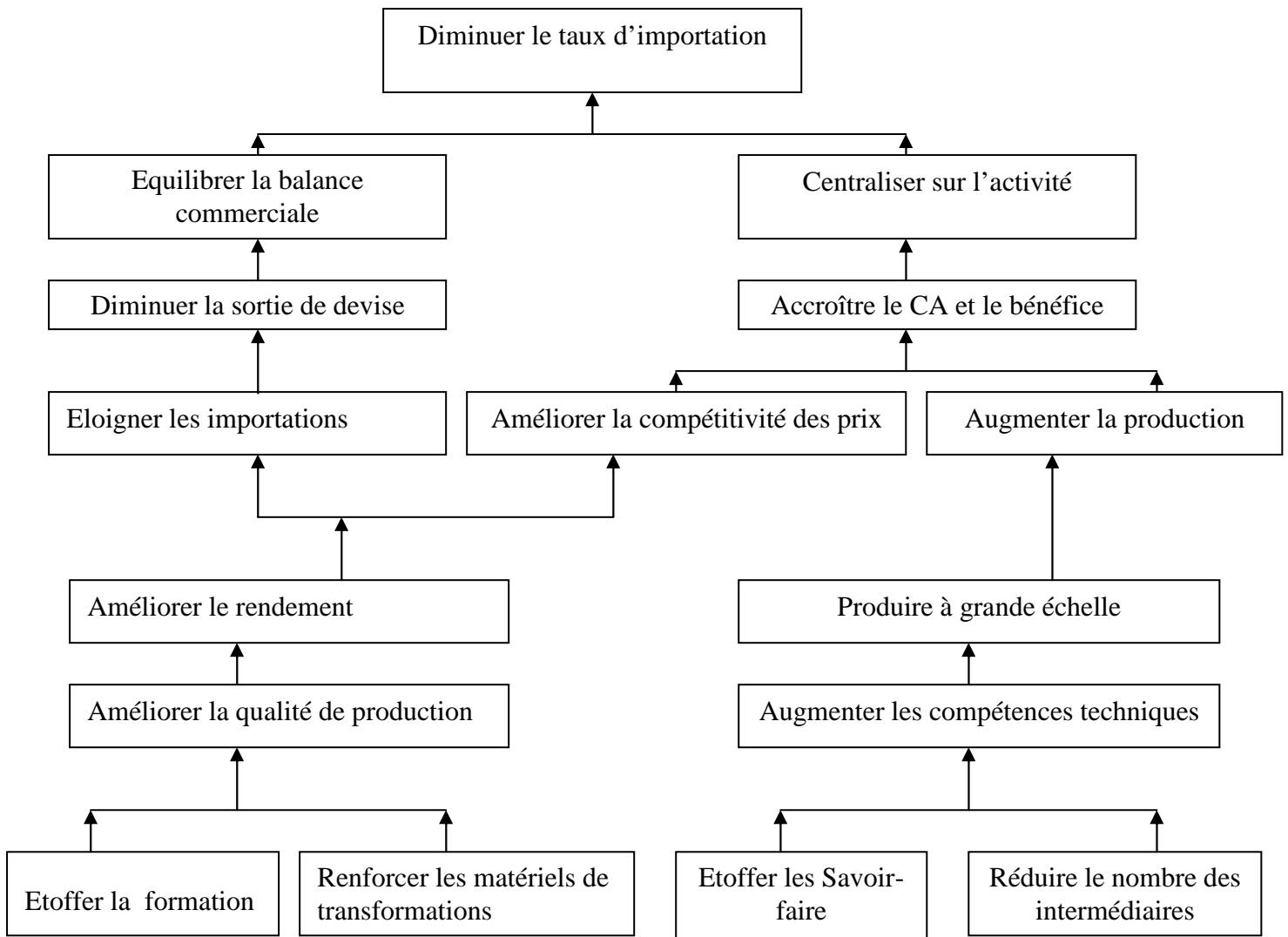
**Figure N°01 : Arbre des problèmes**



C'est donc un graphe des causes et effets des problèmes, la flèche indique les effets des problèmes ou causes par exemple, la mauvaise qualité de production est due à l'insuffisance de formation et des matériels de transformation.

Une fois terminée l'analyse des problèmes, commençons à réfléchir aux moyens pour résoudre ces causes afin d'éliminer les problèmes ou de les atténuer. Nous essayons donc de donner une image positive à ces causes.

**Figure N°02 : Arbre des objectifs**



Pour résoudre ces problèmes, des objectifs sont apportés.

## **SECTION 2 : CARACTERISTIQUE DU PROJET**

Après avoir fait le diagnostic de la filière soie, nous avons décidé de créer une entreprise de fabrication d'article en soie qui a pour but de préserver et développer l'originalité de la soie malgache.

- De garantir la ressource en matières premières, particulièrement en soie sauvage qui est menacée par le développement même du secteur
- D'adapter et améliorer les techniques d'ennoblissement du fil et du tissage permettant de développer la qualité et de diversifier la production des soieries malgaches
- De donner une image spécifique de la soie malgache sur le marché mondial par une véritable labialisation et promotion de son image

### **2.1 : Etude descriptive du projet**

Un projet peut se définir comme un ensemble des tâches cohérentes, liées, limitées dans le temps dans le coût et dans l'espace. Les principales caractéristiques du projet sont :

- Avoir un objectif fixé dans le temps
- Son coût une fois déterminé, il ne se renouvellera plus. Exige une compétence technique
- Un projet est soumis à une triple contrainte temps, ressource et technique

Notre projet est intitulé : « **CREATION D'UNE UNITE DE TRANSFORMATION DE VERS A SOIE DANS LA COMMUNE RURALE AMBOSITRA II REGION AMORON'I MANIA** ». La projection se fera sur cinq ans. L'activité de l'entreprise envisagée sera à but lucratif, elle est une société commerciale.

### **2.2. Objectifs**

Pour lancer un nouveau produit sur le marché, nous envisageons de tenir compte de la qualité de notre travail afin de proposer des produits de qualité supérieure aux clientèles. Ainsi, nous proposerons d'atteindre des certains nombres d'objectifs suivants:

- Montrer à l'étranger la valeur du produit malgache ;
- Evoquer la richesse et diversité de la flore, de la faune et culture malgache dans les motifs et impression des vêtements ;
- Donner une meilleure qualité de produit aux clients ;
- Satisfaire les besoins des clients
- Participer à la relance de l'économie en créant des nouveaux emplois.

De ce fait, l'objectif principal est de diminuer le taux d'importation des articles de vers à soie. Cela conduit à :

- Construire une Unité de transformation de vers à soie dans la région ;
- Mettre à la disposition de la clientèle des produits respectant strictement des normes internationales ;
- Rechercher des alternatives pour pouvoir rentabiliser l'Unité. Autrement dits, pour que l'Unité génère des profits pour le promoteur, pour la région et pour la nation ; en d'autres termes, il faut le gérer en bonne et due forme.

La mise en place de ce projet offre, ainsi, des avantages directs ou indirects aussi bien pour le promoteur du projet que pour la région et le pays. L'éventail des intérêts du projet concerne donc de nombreuses entités :

### **2.3 : Activité de l'entreprise « objet social »**

Compte tenu de l'objectif de l'entreprise et l'analyse de l'environnement de la filière soie, nous allons définir les activités de l'entreprise comme suit :

- Achat des matières premières (cocons)
- Transformation des matières en produits infinis (filature- tissage- confection)
- Vente de produits finis

La filière se trouvant dans le secteur textile est une activité intégrée qui s'étend sur trois niveaux « activité agricole » pour la culture, « industrielle ou artisanale » pour la transformation et le traitement, « commerciale » pour la vente.

### **2.4 : Caractéristiques des formes juridiques**

Il est nécessaire de savoir quelle forme juridique des sociétés, nous avons adopté à l'intérieur de l'entreprise que ce soit une SARL ou une SA ou une Société individuelle. Nous allons établir notre choix à partir des caractéristiques et des avantages et des inconvénients respectifs de chacune de ces sociétés.

#### 2.4.1 : Caractéristiques des sociétés

**Tableau N°01 : Caractéristiques des formes juridiques**

Caractéristique	Entreprise individuelle	SARL	SA
Objet social	Tout objet sauf activité d'assurance et de capitalisation	Tout objet sauf activité d'assurance et de capitalisation	
Capital Social		Capital sociales ne doit pas inférieur à 10 000 000 Ar si la société compte plusieurs associés. Il ne doit être inférieur à 1 000 000Ar si la société est unipersonnelle.	Capital social ne doit pas inférieur à 20 000 000Ar si la société comprend plusieurs personnes. Il ne peut être inférieur à 2 000 000Ar si la société est unipersonnelle.
Parts sociales ou actions		La valeur nominale des parts sociales est de 20 000Ar	Montant d'action est de 20 000Ar.
Cession des parts		Librement cessibles sauf en cas de cession à des tiers accord de la majorité des associés	Librement cessibles
Responsabilité du dirigeant ou des associés	Total et définitive sur les biens personnels	Limitée aux apports	Limitée aux apports
Associés	Entrepreneur individuel	Entre 2 à 50	7 au minimum
Organe		- Gérance - Plus de 2 associés -Conseil de surveillance	- Conseil d'administration - Direction générale - Intervention d'un commissaire aux comptes
Souscription et versement		En totalité au moment de la constitution	¼ du capital à la souscription, ¾ avant 5 ans.

*Source : suivant la loi N°2003-036 du 30Janvier 2004 Décret N°2004-453(régissant les sociétés commerciales)*

Nous allons donc tirer à partir de toutes ses caractéristiques les avantages et inconvénients de ces trois types de société.

#### 2.4.2 : Comparaison

**Tableau N°02: Avantages et inconvénients**

	<b>Avantages</b>	<b>Inconvénients</b>
Entreprise individuelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possibilité de création</li> <li>- Aucun capital minimum</li> <li>- Aucun statut</li> <li>- Pas de blocage d'un capital social à la banque</li> <li>- Liberté de gestion uniquement pour le bien de l'entreprise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'entrepreneur : seul responsable de la dette de l'entreprise</li> <li>- Possibilité de déstabilisation de l'entreprise en cas par exemple de décès de l'entrepreneur</li> <li>- Vision de développement limité</li> </ul>
SARL	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilité limitée aux apports</li> <li>- Possibilité d'apport en nature</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitation à la cession des parts sociales</li> <li>- Vision de développement limité</li> <li>- Formalités constitutives difficiles</li> </ul>
SA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parts sociales librement cessibles</li> <li>- Une grande perspective de développement</li> <li>- Responsabilité limitée aux apports</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Décisions soumises au conseil d'administration</li> <li>- Formalités constitutives difficiles</li> <li>- Fonctionnement très lourd</li> </ul>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle selon comptabilité 3<sup>eme</sup> année*

#### 2.4.3. Choix des statuts

A partir de toutes ces remarques, avantages et inconvénients, nous décidons de mettre en place, une Société à Responsabilité limitée (SARL).

#### 2.5. Fiche signalétique de l'entreprise

Sur ce point nous allons indiquer la raison sociale, la localisation, la forme juridique et le capital social.

- Forme juridique : SARL (Société à Responsabilité Limitée)
- Raison sociale : LAFATRA SOIE
- Capital social : Ar 60 000 000
- Siège social : AMBOSITRA II
- Durée de vie : 99 ans

## **2.6 : SARL:Forme juridique**

Nous allons créer une société à responsabilité limitée (SARL). Puisqu'elle sera implantée dans le territoire malgache, elle devra être soumise aux règles envisagées relative à la constitution de sociétés à Madagascar. Les conditions de constitution d'une SARL sont les suivantes :

### **2.6.1. : Condition de fonds**

- Le capital social minimum est de : 10 000 000 Ar
- Le marché des associés est de : 2 à 50 personnes
- Les apports en numéraires ou en nature doivent être libérés de la constitution de la société
- La souscription et versement doivent être faits en totalité au moment de la constitution
- La responsabilité du dirigeant et des associés sont limités aux apports
- La part de l'action est librement cessible sauf en de cession à des tiers qui nécessitent l'accord de la majorité des associés

### **2.6.2. Condition de forme**

- L'acte des sociétés peut être constaté par acte sous seing privé ou notarié
- Tous les associés doivent intervenir dans l'acte en personne ou par mandataire
- L'acte indique la répartition des parts sociales entre les associés ainsi que l'évaluation des apports en nature

### **2.6.3. Démarches relatives pour la constitution d'une SARL**

#### **- Phase préliminaire :**

Edition des statuts et condition des documents

#### **- Phase de constitution**

- Assemblée générale constitutive de la société
- Souscription et versement de capital
- Legalisation de signatures et certification des photocopies
- Ouverture du compte capital de la société
- Déclaration d'existence (enregistrement au bureau de société)
- Publication de la création dans un quotidien
- Enregistrement fiscal
- Déclaration fiscale
- Paiement de la patente

- Immatriculation du registre de commerce (tribunal)
- Immatriculation statistique (INSTAT)
- Immatriculation fiscale
- Délivrance de la carte professionnelle
- Annonce légale

**- Phase post constitution**

- Ouverture de compte en banque
- Déclaration d'embauche
- Affiliation à la CNAPS
- Adhésion à un organisme sanitaire

### **SECTION 3 : RAISON DU CHOIX DE LIEU D'IMPLANTATION**

D'après ce que nous avons mentionné ci-dessus, le projet se réalisera dans la région d'Ambositra II. Le choix de cette région se justifie par l'existence des grandes potentialités de la région en matière de soie, Ambositra II peut se bénéficier d'immenses opportunités, elles sont nombreuses à savoir<sup>1</sup> :

La technique séricicole s'est introduite dans la région du Betsileo par les migrants Merina au XVIIème siècle. L'activité a gagné du terrain dans la région d'Ambositra et bon nombre de tisseurs ont appris à transformer les fils de soie. Les exploitations des soies de mûrier et de soie sauvage s'y sont développées. L'exploitation produisait surtout des tissus destinés à une utilisation funéraire (linceuls).

- L'existence de ressource (les matières premières) parce que la région d'Ambositra a bénéficié des appuis de plusieurs programmes nationaux sur le secteur séricicole.
- On notera le projet suivant

- création d'une ferme d'Etat séricicole à Ihadilanana en 1960,
- projet PNUD depuis 1982 avec une fourniture de plantes de mûrier et des graines sélectionnées, des formations des sériculteurs, formation en moriculture et des techniciens d'élevage,
- Programme volet sériciculture qui a pris fin en 1988 par la formation des techniciens de service de l'élevage d'Ambositra,

---

<sup>1</sup> <http://www.soie.madagascar.com>

- Un centre de vulgarisation séricicole a été mis en place à Andranonanahary. Après la privatisation, le centre a été pris en main par l'Association SOA (Soie d'Amoron'i Mania) en juin 2001 dont les activités d'appui semblent de plus actives actuellement, appui technique, entretien des mûriers.

- Les atouts géographiques offerts par la qualité du sol, accessible, l'existence des infrastructures diverses
- Cette région est la capitale de l'art malagasy. Beaucoup des gens, touristes sont venus la visiter
- L'existence d'un savoir-faire local : facilite les ressources en matière des mains d'œuvre qualifiées pour le savoir faire en tissage.

Pour ces diverses raisons et en tant qu'originarie de la région, il est de notre devoir d'apporter notre contribution à son développement. C'est pourquoi nous allons planter l'entreprise à Ambositra II

La commune Ambositra II présente diverses opportunités (CF Annexe I : description de la commune)

## **CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE VISÉ**

L'étude de marché est l'ensemble des méthodes et techniques permettant de recueillir des informations pertinentes et fiables sur une cible visée.

Nous savons que le marché est un lieu de confrontation de l'offre et de la demande.

Elle a pour but d'analyser la demande, l'offre et le concurrent permettant de connaître le marché réel, et de faire apparaître le mode de commercialisation et de communication sur ce marché.

### **SECTION 1 : ANALYSE DE LA DEMANDE**

L'entreprise envisagée vise à satisfaire la demande des consommateurs aussi bien nationaux qu'étrangers. La demande d'un produit est l'ensemble de tous les besoins exprimés sur le marché par les acheteurs ou les consommateurs finaux pour ces biens et services

Faire du marketing de la demande s'est se poser les questions suivantes<sup>2</sup> :

- Qui sont nos cibles ?
- Quelles sont les motivations des consommateurs ?
- Comment sont leurs comportements ?
- Quelles sont leurs habitudes d'achat ?

#### **1.1 : Analyse qualitative de la demande**

L'analyse qualitative consiste à donner une vision littérale de la demande.

##### **1-1.1. Nature et caractéristique de la demande**

D'après les résultats de notre enquête relative à notre activité, on a pu relever les critères d'attente suivants :

- Les clients aiment toujours acheter les produits de bonne qualité
- Les acheteurs voudraient que les produits qu'ils vont acheter présentent un meilleur rapport qualité/prix
- Les acheteurs aiment qu'il y ait un service plus comme les conseils
- Les résultats de notre enquête montrent également que 70% des enquêtés disent que les articles en soie soient très onéreux et qu'ils soient des produits de classe
- 80% trouvent que les articles en soie sont des produits à la mode
- 60% sont intéressés par le projet

---

<sup>2</sup> Loyens Mbola : Marketing 1<sup>ère</sup> année, année 2003/2004

### **1.1.2. Les consommateurs**

Pour pouvoir analyser la demande, on doit savoir d'abord qui sont les clients qui achètent et utilisent les articles en soie.

La plupart des acheteurs des articles en soie sont les gens appartenant à la classe sociale moyenne et aisée. Les articles en soie plaisent aussi aux étrangers et ce sont les femmes qui s'y intéressent davantage et attachent beaucoup d'importance à ces produits.

Les articles en soie sont destinés à différent usage.

Certains ont préféré utiliser la soie comme habillement ; d'autres les utilisent comme articles de cadeaux et de décoration. Cependant le principal usage des articles en soie pour les Malgaches en général c'est pour envelopper les morts. Ce genre d'article est le linceul

### **1.1.3. Ciblage et segmentation du marché**

« Notre marché cible » est constitué généralement par les femmes car elles sont intéressées par les produits de soie, généralement les femmes. Mais cela n'exclue pas pour autant les hommes parce que nous allons fabriquer de plus large de produits soyeux.

La segmentation du marché est la division de la cible avec des critères de plus en plus spécifiques du produit et du consommateur.

Il existe plusieurs manières possibles de segmenter un marché, mais les critères de segmentations les plus fréquemment utilisées peuvent se classer en quatre catégories principales.

- Les critères démographiques, géographiques, sociaux et économiques
- Les critères de style de vie
- Les critères de comportement à l'égard du produit considéré.
- Les critères d'attitude psychologique à l'égard du produit considéré.

Dans notre cas, la segmentation du marché se fera comme suit :

- Age : 20 à 70 ans
- Sexe : Féminin, masculin
- Catégorie socio démographique : ville, touristes
- Catégorie professionnelle : cadre, fonctionnaire, profession libérale, styliste
- Classe sociale : moyenne, aisée

En fait nos produits se seront classés haut de gamme et produits de qualité.

#### **1.1.4. Analyse du comportement des clients**

Le comportement des clients à l'achat diffère d'une catégorie de clientèle à l'autre. Pour les agences de nos produits, les clients font leurs achats par décision préétablie. Par exemple pour les entreprises artisanales leur décision d'achat dépend de la quantité et la qualité des produits fabriqués. Les autres comme les touristes procèdent à l'achat par intérêt et au souci d'apporter un souvenir de Madagascar.

#### **1.1.5. Motivation des consommateurs**

La motivation n'est autre qu'un état de tension qui va faire agir l'individu jusqu'à ce que cet état de tension soit réduit par la satisfaction des besoins qui la motive. C'est un complément du besoin qui pousse les consommateurs à acheter un produit. Cette motivation est primordiale pour l'achat de nos produits qui sont les articles en soie. Cela est fonction du pouvoir d'achat et des besoins des consommateurs.

### **1.2 : Analyse quantitative de la demande au niveau national**

La demande sur le marché national est loin d'être satisfaite à cause de la faible productivité de la soie. L'insuffisance des reboisements en mûrier, l'élevage à petite échelle, les non maîtrises de la production (après descente sur terrain et enquête, on a remarqué que la plupart des sériculteurs, des filateurs et tisseurs sont des paysans) et l'insuffisance domaniale entraînent la diminution de la production.

D'après une enquête menée par l'association Tsaralandy, la demande totale annuelle de cocons est de 300 tonnes équivalentes à 300 000 unités de linceuls. En basant sur la norme de calcul où 1 kg de cocons donne 0,24 kg de fils grège, cette demande est identique à 72 000 kg de fils.

Le marché est encore grand ouvert. La demande se garnit de soie et des produits finis en soie comme des vêtements en soie et toujours considérés comme des produits luxueux, mais actuellement, grâce à l'accroissement de la demande, elle s'étale à des produits moins chers salutaires à tous les clients. Les prix des cocons et des soies grège ont connu des augmentations à cause de l'insuffisance de l'offre par rapport à la demande.

D'après encore une enquête, les besoins en matière de soie en valeur se présentent comme ci-dessous selon les catégories respectives :

A cause de la faiblesse de la production locale, Madagascar est obligé d'importer des articles en soie pour essayer de donner satisfaction au besoin local. Le dernier enregistrement concernant l'importation effectuée par le Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie est datée de l'année 2005, nous allons voir dans le tableau N°03 :

**Tableau N°03 : Importation 2005 des articles en soie**

<b>LIBELLES</b>	<b>VALEUR CAF en Ar</b>	<b>POIDS en Kg</b>
Autres tissus contenant au moins 85% :		
Inde	65 215 224	447
Royaume Uni	923 934	4
<b>Total Autres tissus contenant au moins 85%</b>	<b>66 139 158</b>	<b>451</b>
Autres tissus de soie ou déchets de soie :		
Chine	2 964 423	1 257
France	1 381 576	11
Inde	2 011 502	143
<b>Total Autres tissus de soie ou déchets de soie</b>	<b>6 357 501</b>	<b>1 411</b>
Cravates, nœuds papillons et foulards :		
Chine	1 371 435	213
France	6 305 717	22
Hong-Kong	152 921	10
Indonésie	113 655	27
Suisse	304 019	1
Thaïlande	6 696	1
<b>Total Cravate, nœuds papillons et foulards</b>	<b>8 254 443</b>	<b>274</b>
<b>Total (1)</b>	<b>80 751 102</b>	<b>2 136</b>

*Source : MECI (Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie)*

**Tableau N°04 : Importation 2005 des Zones Franches d'articles en soie**

<b>LIBELLES</b>	<b>VALEUR CAF en Ar</b>	<b>POIDS en Kg</b>
Autres tissus contenant au moins 85% :		
Autres	22 223 960 245	33 971
Chine	81 845 850	424
Espagne	10 775 160	58
France	4 044 405 703	7 242
Inde	125 557 385	824
Italie	362 305	1
<b>Total Autres tissus contenant au moins 85%</b>	<b>26 486 906 648</b>	<b>42 520</b>
Autres tissus de soie ou déchets de soie :		
Autres	4 422 984 177	6 657
Chine	42 951 083	730
France	472 508 779	1 088
Inde	23 788 810	172
Italie	2 964 186	64
Madagascar	401 352	10
Ile Maurice	664 795	45
<b>Total Autres tissus de soie ou déchets de soie</b>	<b>4 966 263 182</b>	<b>8 766</b>
Châles écharpes, foulards, cache-nez :		
Autres	190 473 695	294
France	24 271 787	43
Chine	410 563 107	7 680
<b>Total Châles écharpes, foulards, cache-nez</b>	<b>625 308 589</b>	<b>8 027</b>
<b>Total (2)</b>	<b>32 078 478 419</b>	<b>59 303</b>

*Source : MECI (Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie)*

La quantité importée par Madagascar est estimée à environ 61 439 Kg des produits soyeux c'est-à-dire (2136 + 59 303) kg. La production locale est donc insuffisante pour couvrir la demande. Environ 90% des importations des articles en soie proviennent de la Chine qui est le plus grand producteur mondial de soie. Cela marque la dépendance de Madagascar en matière de soie. Notons que ces produits peuvent être fabriqués localement. Toutes ces importations constituent un manque à gagner par la fuite de devise. Nous avons donc intérêt à produire localement.

## **SECTION 2 : ANALYSE DE L'OFFRE**

### **2.1. Les produits**

C'est le type de produit qualifié (produit de luxe). Il est reconnu comme le produit de première qualité mondiale de produit de tissage de vers à soie de Madagascar selon le Ministère de l'industrie, du commerce et du développement du secteur privé.

Ils sont destinés pour les grandes masses et commercialisables dans tous les marchés locaux, nationaux et internationaux.

### **2.2. Distribution des produits**

Le choix de canaux de distribution, dans notre cas, l'objectif fixé est d'atteindre l'efficience c'est à dire avoir le maximum de profit au moindre coût. Il s'agit là d'étudier tous les moyens à mettre en œuvre pour que le produit arrive à la clientèle.

Il existe 3 types de circuit pour l'acheminement<sup>3</sup> :

- Le circuit direct est utilisé quand il n'y a pas d'intermédiaire des produits,
- Le circuit court,
- Et le circuit long qui est entre le producteur vendeur et l'acheteur final ou consommateur tandis que le circuit court part du producteur vers les utilisateurs.

---

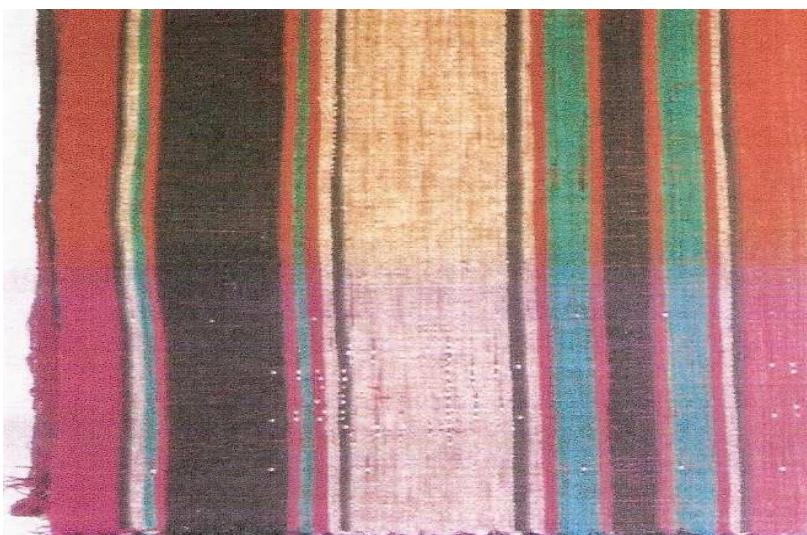
<sup>3</sup> Loyens Mbola : Marketing 1<sup>ère</sup> année, année 2003/2004

Voici les types d'articles à offrir sur le marché :

- **Linceul (Lambamena) :**

Il est le premier produit en soie à Madagascar. Il a une forte notoriété et se présente sous différents modèles et qualités, son prix varie selon la qualité. C'est un produit standard, se vend très facilement.

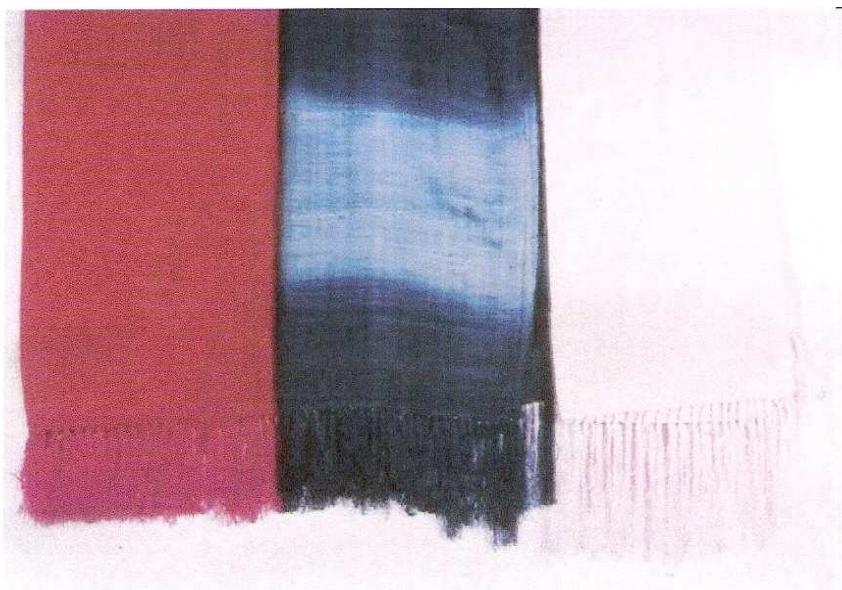
**Figure n°03 : Linceul en soie (Lambamena)**



- **Tissus :**

Ce produit est le plus intéressant car on pourrait le transformer en plusieurs usages ; il est de toutes les couleurs et qualité selon le choix du consommateur.

**Figure n°04 : Tissus**

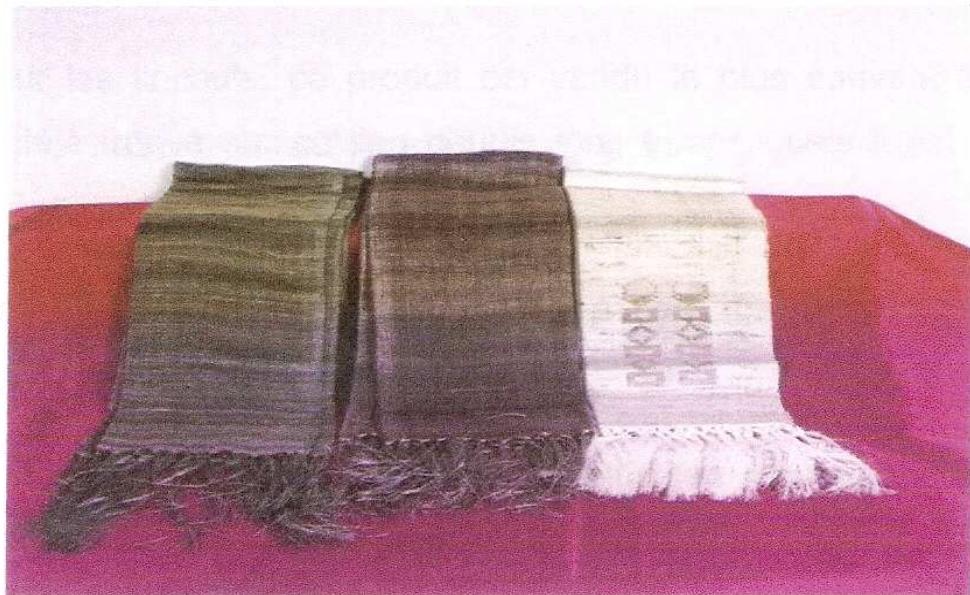


- **Echarpe (Arindrano)**

C'est un art standard qui se vend en boutique, on peut la trouver aussi au marché.

On peut le porter lors des évènements familiaux ou des jours de fête

**Figure n°05 : Echarpe (Arindrano)**



### **SECTION 3 : ANALYSE DE LA CONCURRENCE**

Ce projet a des impacts positifs sur l'économie, dans la société

#### **3.1. Les concurrents directs**

Les concurrents directs sont les personnes ou entités produisant le même produit que celui de la société. Pour ce qui nous concerne, nos concurrents directs sont :

- L'Association de Mpiompy Landy à Sandrandahy
- L'association FIRAISANKINA à Ambatofinandrahana
- L'association TSARA SOIE à Tsarasaotra

Les tableaux suivants montrent les articles qu'ils produisent :

**Tableau n°05 : Le concurrent à Sandrandahy**

Nombre des employés	Articles	Production annuelle	Prix unitaire
10	Linceul	50	120 000
	Nappes	1600	75 000
	Echarpe	200	120 000

*Source : ma propre enquête*

**Tableau n°06 : Le concurrent à Ambatofinandrahana**

<b>Nombre des employés</b>	<b>Articles</b>	<b>Production annuelle</b>	<b>Prix unitaire</b>
<b>20</b>	Cravate	2 000	1 200
	Cache-nez	2 500	2 000
	Nappes	950	16 000
	Couvre lit	800	25 000
	Vêtement	150	12 000
	Echarpe	100	22 000
	Linceul	100	150 000

*Source : ma propre enquête*

**Tableau n°07 : Le concurrent à Tsarasaotra**

<b>Nombre des employés</b>	<b>Articles</b>	<b>Production annuelle</b>	<b>Prix unitaire</b>
<b>15</b>	Sac	500	10 000
	Couvre lit	340	24 000
	Nappes	1600	15 000
	Echarpe	200	20 000

*Source : ma propre enquête*

### **La force et faiblesse des concurrents**

Pour faire face à la concurrence, il est donc nécessaire de connaître les forces et les faiblesses.

#### **Les forces**

Les concurrents sont déjà connus sur le marché et ont des clients habituels

Les concurrents ne doivent plus engager des fonds pour acheter des nouveaux équipements. Ce qu'ils ont à faire est de les entretenir et les améliorer. Ce qui engendre un coût plus léger et ils arrivent à vendre moins, leur prix est complétif.

Ils ont déjà acquis beaucoup d'expériences en matière de production, de commercialisation, car ils sont déjà implantés sur le marché.

#### **Les Faiblesses**

Les concurrents ne font pas de publicité, ils se contentent tout simplement de leur présence lors de l'écoulement de leurs produits sur le marché.

La fréquence des ventes des concurrents est irrégulière. Ils ne possèdent pas de système de contrôle sur le produit, ce qui entraîne des incidences sur la qualité des produits.

### 3.2. Les concurrents indirects

Les concurrents indirects sont ceux qui apportent sur le marché des produits de segments différents. Pour le cas de notre projet, ce sont la friperie, l'importation.

Toujours d'après notre étude, on peut tirer les résultats suivants qui vont démontrer la force et la faiblesse des concurrents indirects

**Tableau n°08 : Force et faiblesse des concurrents**

Nom	Origine	Points positifs	Points négatifs	Entretien
LAINE	Fibre animale qui provient de la toison de mouton, lapin angora, chèvre du Cachemire, etc.	- Souple - Grande élasticité - Très bon pouvoir absorbant - Très bon pouvoir thermique - Agréable au toucher - Facile à teindre	- Rétrécit et se déforme - Fait des peluches - Craint les mites - Peut provoquer des irritations	- Se lave à l'eau tiède (30°) - Ne s'essore pas - Séchage à plat - Repassage à feu doux
SOIE	Fibre animale qui provient du vers à soie	- Aspect lisse et brillant - Très résistant - Bonne élasticité - Agréable à porter - Pouvoir absorbant - Bonne valeur thermique - Facile à teindre	- Entretien délicat - Jaunit à la lumière - Coût élevé	- Lavage à l'eau tiède (30°) - ne se tord pas - Pas de chlore - Séchage à l'ombre - repassage avec patte mouille ou fer à vapeur
COTON	Fibre végétale	- Doux - Léger - Bon pouvoir absorbant - Très hygiénique - Bonne résistance au lavage - Facile à teindre	- Faible pouvoir thermique - Se froisse facilement - Rétrécit - Craint la moisissure	Lavage à 90° pour le blanc et à 60° pour les couleurs Repassage à fer chaud

*Source : centre d'information technique et économique (CITE)*

Les faiblesses de nos concurrents nous encouragent à implanter notre projet et à améliorer notre qualification pour que nos clients apprécient nos services et donnent une bonne image à notre entreprise

### **3.3. La part de marché de l'entreprise et l'évolution de la part du marché**

Vu les perspectives de développement du marché intérieur de la soie, le marché n'est pas encore saturé.

D'après l'enquête que nous avons effectuée, la commercialisation de la soie est encore ouverte : Voici les parts de marché que détiennent les principaux concurrents.

Les principaux producteurs détiennent 20% du marché

Les petits artisans disposent le 10% du marché

Les concurrents indirects occupent 15% du marché

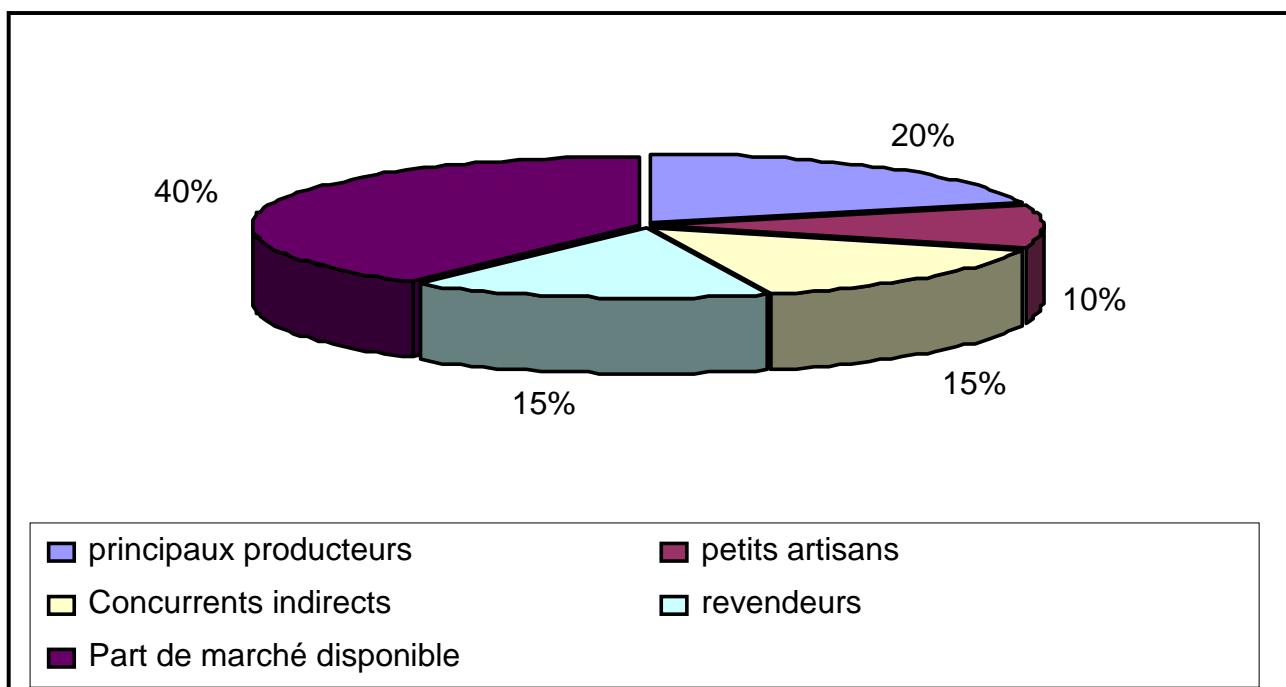
Pour les revendeurs des articles en soie, ils ont 15% du marché

Et il reste encore 40% de part disponible.

**Tableau n°09 : part de marché de chaque producteur de produit en soie**

<b>Producteurs</b>	<b>Pourcentage du part de marché</b>
principaux producteurs	20%
petits artisans	10%
concurrents indirects	15%
revendeurs	15%
Part de marché disponible	40%

**Figure n°05 : Part de marché de chaque entreprise**



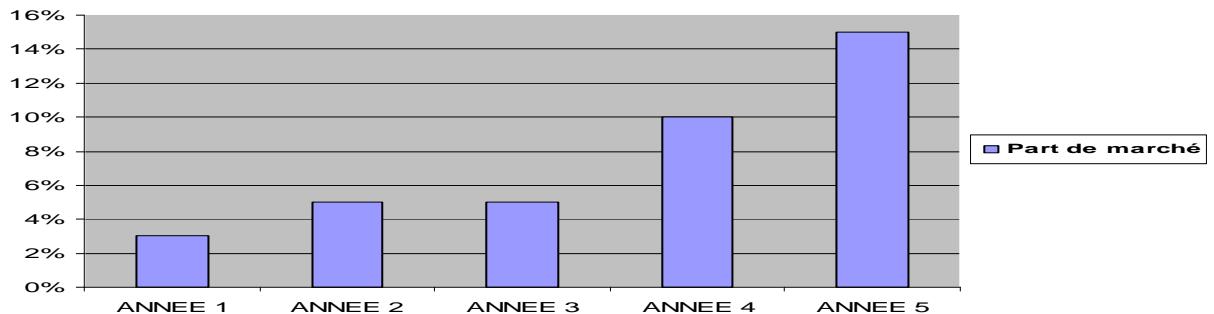
En ce qui concerne notre projet, compte tenu du facteur de production ainsi que la capacité de production de l'entreprise, elle va viser de façon progressive le 21,05 % de ce reste de part de marché disponible.

**Tableau n°10 : Evolution de part du marché.**

Rubrique	ANNEE1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Quantités en kg importé annuellement (Supposé comme stable) <sup>4</sup>	61 439	61 439	61 439	61 439	61 439
Productions en kg environ de notre entreprise	7 095	8 555	10 015	11 475	12 935
<b>Part de marché (diminution du taux d'importation en %)</b>	<b>11,55</b>	<b>13,92</b>	<b>16,30</b>	<b>18,68</b>	<b>21,05</b>

Dans 5ans, nous envisageons de diminuer le taux d'importation de 21,05%

**Figure N°07 : Graphique part de marché**



D'après la figure, nous avons constaté que la part de marché visée par l'entreprise ne cesse d'accroître la première année jusqu'à la cinquième année.

---

<sup>4</sup> Source : MECI (Ministère de l'Economie, du Commerce et de l'Industrie)

## **CHAPITRE III : ETUDE DE LA STRATEGIE MARKETING**

Afin que les objectifs fixés soient atteints et la satisfaction des cibles obtenue, le Gérant de ce projet doit d'une part mettre en lumière les moyens à la disposition et les contraintes recensées, et d'autre part harmoniser les stratégies et politiques de marketing du projet.

### **SECTION 1 : STRATEGIES MARKETING<sup>5</sup>**

Notre projet dispose des stratégies marketing pour qu'il puisse pénétrer dans le marché ci-dessus. Alors, nous allons voir le marketing en tant qu'ensemble de techniques, puis en tant qu'état d'esprit et les stratégies marketing possibles de notre projet.

#### **1.1. Marketing en tant qu'ensemble de techniques**

En d'autres termes le marketing est un ensemble de moyens dont disposent les entreprises pour créer, conserver et développer leurs clientèles.

- Alors, ces moyens du projet se regroupent dans trois (3) catégories à savoir : les moyens matériels (machines, les matériels de transport, matériels informatiques, etc.), les moyens financiers (le capital émis, les emprunts nécessaires à nos investissements, etc.) et les moyens humains (tous les personnels du projet). L'utilisation de tous ces moyens conduit à l'efficacité du déroulement de notre projet. Et cet ensemble des moyens s'élargit vers les méthodes afin que notre projet atteigne ses propres objectifs rationnels. Pour aboutir à ces objectifs rationnels il faut que nous ayons un effort de rationalité. C'est-à-dire l'engagement permanent d'un responsable de marketing afin d'éviter les erreurs. Cet effort permanent comporte deux (2) aspects principaux : par le biais de l'actualisation des flux financiers.
- le système d'arbitrage par pondération de toutes les décisions, comme l'évaluation et la comparaison de ses stratégies et politiques alternatives
- les statistiques dans ses analyses
- l'Internet pour ses ventes en ligne, et pour sa communication avec ses partenaires (clients et fournisseurs en général, etc.).

#### **1.2. Marketing en tant qu'état d'esprit**

En tant qu'état d'esprit, le marketing est orienté vers la satisfaction des besoins et des désirs des individus par des produits ou des services. Pour que l'entreprise soit efficace dans son marché,

le marketing lui offre une démarche intellectuelle rigoureuse d'élaboration des politiques de marketing. En effet, le marketing est une discipline cherchant à satisfaire le ou les désirs et besoins du consommateur ou du groupe de consommateurs (segment marketing) et à assurer la commercialisation des biens et services proposés dans les meilleures conditions de profit. Cet état d'esprit aide notre projet à formuler les stratégies à adopter.

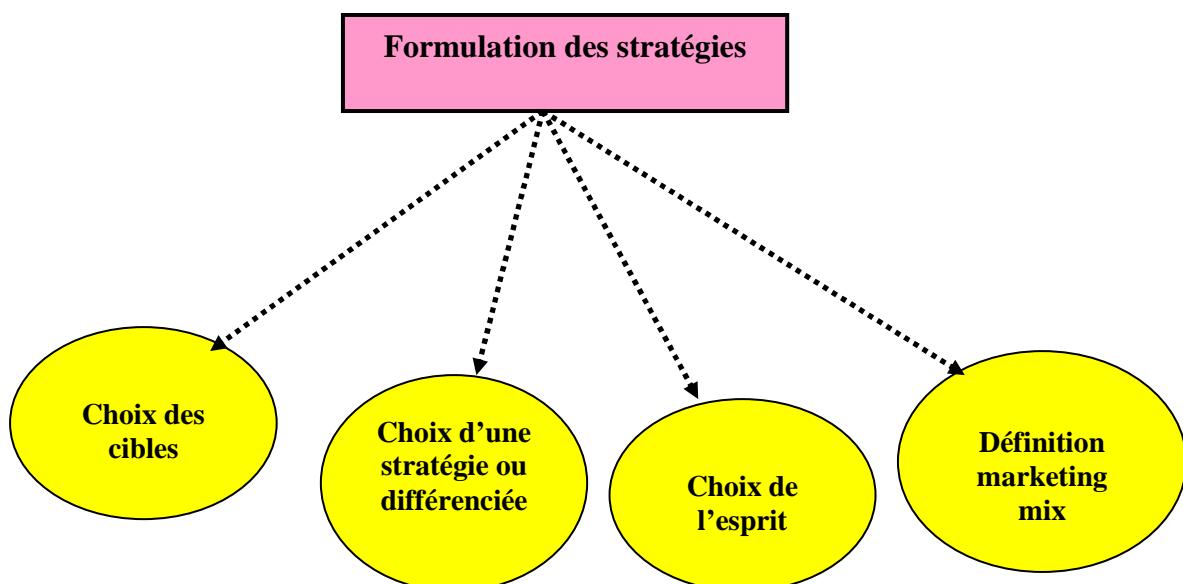
Il devient possible d'imaginer et de formuler une ou plusieurs stratégies possibles à la lumière des objectifs visés, des moyens disponibles et des contraintes recensées.

Bien entendu, il n'est généralement pas envisageable de faire un inventaire complet de toutes les stratégies possibles. Il est tout de même souhaitable de formuler plusieurs stratégies alternatives que l'on évaluera et que l'on comparera ensuite en vue de choisir la meilleure.

Mais il arrive souvent que, faute de temps on se contente d'imaginer une seule stratégie en se réservant toutefois la possibilité de la modifier ou d'en imaginer une autre, si au terme de la phase d'évaluation, la première n'apparaît pas satisfaisante. La formulation de la stratégie envisagée ou s'il y en a plusieurs de chacune d'elle, se fait sous quatre (4) rubriques principales :

- choix des cibles
- choix d'une stratégie différenciée
- choix de « l'esprit » général de la stratégie
- définition du marketing mix.

**Figure n°15 : Formulation des stratégies en marketing**

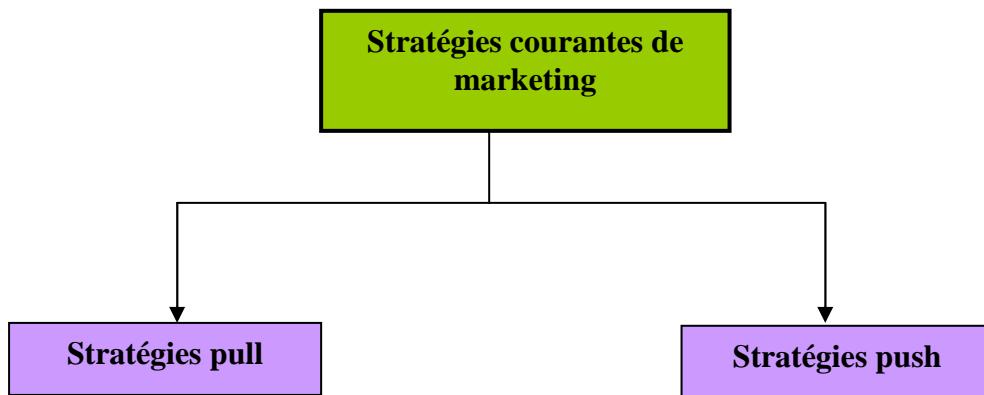


<sup>5</sup> Loyens Mbola : Marketing 1<sup>ère</sup> année, année 2003/2004

## **SECTION 2 : STRATEGIE MARKETING A ADOPTER<sup>6</sup>**

La stratégie marketing consiste à établir le plan de manœuvre : Choix relatif à la cible, choix de l'élément moteur, la chronologie de plan et de construire un système de marketing mix. Nous avons déjà choisi notre cible, il nous reste à choisir l'élément moteur.

**Figure n°15 : Stratégies courantes de marketing**



### **2.1 : Stratégie PULL et PUSH**

La stratégie PULL consiste à adopter une stratégie d'influence en attendant les acheteurs eux-mêmes attirés par la qualité et l'innovation apportée par le produit. La démarche consiste à tirer l'attention des consommateurs vers notre entreprise comme la stratégie des prix et des canaux de distribution court. C'est à partir d'une recherche que les clients trouvent des informations concernant l'entreprise (exemple : pull sur Internet).

La stratégie PUSH consiste à pousser le produit vers les consommateurs par les biais de la publicité pour pousser la marque de l'entreprise.

### **2.2 : Choix**

Compte tenu des conjonctures qui prévalent actuellement, l'assemblage des (2) deux stratégies ci-dessus est efficace pour notre projet. La stratégie PULL consiste à agir sur le prix en adoptant un prix inférieur, la vente directe et la création d'un site Internet. La stratégie PUSH justifie la publicité par la radio et les autres déjà cités sous la rubrique « choix des médias ».

---

<sup>6</sup> Loyens Mbola : Marketing 1<sup>ère</sup> année, année 2003/20

## **SECTION 3 : POLITIQUES MARKETING (Marketing mix)**

Pour atteindre l'objectif d'obtenir de la part de marché à viser, il est primordial d'adopter un politique marketing favorable et efficace. Ces politiques sont fonction des motivations, des comportements et des habitudes d'achat des consommateurs.<sup>7</sup>

Le but est d'attirer de plus l'attention de la clientèle à acheter le produit par des actions commerciales efficaces, l'assemblage des PPDC (Produit, Prix, Distribution et Communication) et le choix des stratégies à mettre en œuvre :

L'homme de marketing doit assurer la cohérence entre les PPDC pour la meilleure satisfaction de la clientèle et en même temps la rentabilité de l'entreprise.

Ces quatre variables sont dépendantes en marketing. C'est à dire le changement de chacun des variables influe sur les autres

### **3.1. : Politique de produit**

Le produit n'est autre qu'un ensemble de satisfaction physiologique, sociologique et psychologique de la clientèle. C'est un élément essentiel en marketing. Ce qui importe pour l'entreprise ce n'est pas l'aspect objectif du produit (son coût de production...) ni ce que les responsables de l'entreprise pensent ou veulent produire mais d'abord et surtout la conception de la valeur que les consommateurs attribuent aux produits c'est à dire : ce qu'il croit acheter et ce que le produit représente pour lui.

Pour notre entreprise, nous offrons (7) sept catégories de produit pour la clientèle :

- Cravate
- Cache-nez
- Nappes
- Couvre lit
- Vêtement
- Echarpe
- linceul

Ces produits sont emballés et marqués pour la mise en vente. La marque c'est le nom donné à un produit pour se distinguer des concurrents.

### **3.2 : Politique de prix**

C'est un élément clé de la décision d'achat des consommateurs. Il représente un facteur de compétitivité et de rentabilité pour l'entreprise. La fixation du prix est fonction de la demande, des coûts de production et de la concurrence sur le marché.

---

<sup>7</sup> Loyens Mbola : Marketing 1<sup>ère</sup> année, année 2003/20

Le volume de vente de l'entreprise dépend du prix et cela a un effet sur le niveau du chiffre d'affaires. C'est donc une très grande décision à mettre en œuvre.

Rappelons que chaque produit a une durée de vie, nous allons donc choisir notre prix en fonction de la phase où se situe notre produit. Pour la première année d'exploitation, la phase de lancement de notre produit, nous adoptons le prix de pénétration (prix inférieur au prix moyen sur le marché).

Actuellement les prix de chaque article sont :

- Cravate : Ar 5 000
- Cache-nez : Ar 1 000
- Nappes : Ar 50 000
- Couvre lit : Ar 12 000
- Vêtement : Ar 20 000
- Echarpe : Ar 40 000
- Linceul : Ar 100 000

Pour que les clients soient motivés par l'achat des articles, nous adoptons un prix bas adaptable à son revenu. Nous essayons de prendre place sur le marché en adoptant un prix de pénétration. Pour les prochaines années, nous augmentons le prix des articles de 4% par an compte tenu de l'inflation et de l'évolution des revenus des consommateurs.

**Tableau N°11: Evolution du prix de vente**

Article	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
<b>Cravate</b>	5 000	5 200	5 408	5 624	5 849
<b>cache nez</b>	1 000	1 040	1 082	1 125	1 170
<b>nappes</b>	50 000	52 000	54 080	56 243	58 493
<b>Couvre lit</b>	12 000	12 480	12 979	13 498	14 038
<b>vêtement</b>	20 000	20 800	21 632	22 497	23 397
<b>Echarpe</b>	40 000	42 800	45 712	48 740	50 896
<b>Linceul</b>	100 000	104 000	108 160	112 486	116 985

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Ce prix n'est pas définitif, ce n'est qu'une prévision, il est donc susceptible de changer fonction de la situation existant sur le marché.

### 3.3 : Politique de distribution

On appelle distribution l'ensemble des structures et des démarches commerciales. La distribution se décompose généralement en deux sortes :

- Les canaux de distribution: circuit parcouru par les biens pour aller du producteur au consommateur.
- La vente en détail: c'est l'interface des canaux avec les consommateurs.

Il est à noter que le Lamba Landy est un bien de consommation de nature impérissable et de moyenne valeur unitaire.

Nous allons choisir le canal direct et la vente en détail c'est à dire un circuit court sans intermédiaires. Nous adressons directement nos produits à notre clientèle. Ce système permet à notre clientèle de consentir directement le prix, la qualité et la satisfaction pour notre produit sans intermédiaires.

### **3.4 : Politique de communication commerciale**

Le but est d'attirer l'attention du public à acheter le produit. Elle est très importante pour l'image de marque de l'entreprise.

La communication commerciale en marketing est l'ensemble des signaux émis par l'entreprise en direction de ses clients, des leaders d'opinion et de toute autre cible dans un but commercial.

#### **3.4.1. Types**

On distingue différents types de communication commerciale :

- La publicité
- La communication média : presse, télévision, radio, affichage, cinéma, l'Internet
- La communication hors média : promotion des ventes, marketing direct, foire et salon
- La communication éventuelle : parrainage, mécénat, relations publiques

### 3.4.2. Caractéristiques des médias

Chaque média a sa propre caractéristique que nous allons voir dans le tableau suivant :

**Tableau N°11: Caractéristiques des médias**

MEDIAS	POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
<b>Presse quotidienne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flexibilité</li> <li>- Opportunités</li> <li>- Bonne couverture locale</li> <li>- Crédibilité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Courte durée de vie</li> <li>- Qualité de reproduction médiocre</li> <li>- Peu créateur d'image</li> <li>- Audience diffusée</li> </ul>
<b>Presse périodique (magazine)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sélective de l'audience</li> <li>- Crédibilité</li> <li>- Prestige</li> <li>- Bonne qualité de reproduction</li> <li>- Longue durée de vie</li> <li>- Bonne circulation des messages</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Long délai d'achat</li> <li>- Invendus important</li> <li>- Pas de garantie d'emplacement</li> <li>- Média lent</li> </ul>
<b>Radio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audience massive</li> <li>- Sélective géographique et démographique</li> <li>- Faible coût</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peu de créateur d'image</li> <li>- Attention réduite</li> <li>- Audience fuyante</li> </ul>
<b>Télévision</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bonne qualité de reproduction</li> <li>- Bonne couverture</li> <li>- Bonne attention</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coût élevé</li> <li>- Faible sélective</li> <li>- Long délai d'achat</li> </ul>
<b>Cinéma</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Excellente qualité de reproduction</li> <li>- Bonne condition de réception de message</li> <li>- Grande sélectivité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coût élevé (production et diffusion)</li> <li>- Long délai d'achat</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faible pénétration</li> <li>- Distribution lente</li> </ul>
<b>Affichage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flexibilité</li> <li>- Bonne fréquence</li> <li>- Faible concurrence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attention faible</li> <li>- Sélectivité limitée</li> <li>- Qualité de reproduction limitée</li> </ul>

*Source : Kotler et Dubois : Marketing Management*

Trois critères sont à considérer pour le choix des médias :

- de couverture
- de communication
- d'accessibilité pratique

Chaque catégorie des médias a ses propres points forts et ses propres points faibles.

Dans notre étude, afin d'attirer l'attention du public, nous faisons des publicités pour nos produits, afin qu'ils soient connus par la clientèle. A Ambositra, nous allons utiliser la radio, l'affichage. Nous participerons aux foires, salon, exposition et sponsoriser différentes activités. Il est aussi utile de faire de la publicité dans la radio et télévision nationale pour les autres clients en dehors du lieu d'implantation.

Pour l'écoulement de nos produits, nous accordons des remises et de la promotion de vente pour gagner des parts de marché.

La création d'un site Internet et la distribution des prospectus sont très primordiales pour faciliter le recueil des informations relatif à notre entreprise.

Nous écrivons un article à la presse pour la constitution de notre société.

## **CONCLUSION PARTIELLE**

Comme le projet se porte sur la production et la vente des articles en soie, il est très important de savoir l'identification du projet et de bien étudier le marché de ses productions. Les différentes analyses effectuées dans l'étude de marché lui permettent d'assurer la commercialisation de ses produits. Dans le but de son développement économique, la nouvelle société prend en considération son environnement interne et externe (les fournisseurs, les clients, les concurrents, ....).

A partir de l'analyse des forces et des faiblesses de ses concurrents, l'entreprise a pu définir sa stratégie marketing à adopter. La justification du projet et le choix de lieu d'implantation sont inséparables pour la performance de l'entreprise. Pour mener à bien notre projet, il est nécessaire de voir d'autres points essentiels, ce qui nous amène à traiter la deuxième partie concernant l'étude de faisabilité technique et organisationnelle. .

## **DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATIONNELLE**

## **PARTIE II : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATIONNELLE**

Dans cette partie, nous allons mettre en exergue la façon dans laquelle nous comportons pour aboutir à notre finalité afin de connaître notre produit fini. Cette partie comprend trois chapitres distincts à savoir :

- La technique de production : c'est un élément indispensable pour la réalisation de notre projet. Cette technique concerne les différents processus de production comme la filature, le tissage et la confection.
- Capacité de production envisagée : à partir des techniques de production nous déterminons notre capacité de production compte tenu de notre ressource. Le but est d'obtenir un certain niveau de production par l'utilisation efficace des ressources.
- L'étude organisationnelle qui est aussi vaste afin de mettre dans le monde de gestion les techniques évoquées c'est à dire de voir les conséquences de ses techniques au niveau organisationnel. Le but c'est d'élaborer une structure adaptée à ses techniques.

Le problème qui se pose est de montrer l'efficacité de notre projet par la comparaison des objectifs et des résultats attendus.

# **CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION**

La technique de réalisation concerne l'identification des moyens de production, le processus de production et la technique de tissage.

## **SECTION 1 : IDENTIFICATION DES MOYENS DE PRODUCTION**

Nous allons identifier ci-après les moyens nécessaires pour la réalisation du projet.

### **1.1. Moyens matériels**

#### **1.1.1 Matériels et équipements**

Les matériels et les équipements nécessaires pour la production des articles en soie sont les suivants :

- Machines : appareil de filature, appareil de moulinage métiers à tisser, machine à coudre.
- Matériel et mobilier de bureau.
- Matériel informatique pour le traitement informatique.
- Matériel de transport pour le transport des matières, des produits finis et transport de personnel.

#### **1.1.2. Matières premières**

Pour réaliser le projet, nous avons besoin de matières premières et d'autres approvisionnements.

Les tissus de soie sont obtenus à partir des cocons, la qualité de tissu produit dépend de la qualité des cocons frais prêts à filer .

Nous avons aussi besoin de savons pour pouvoir bien laver les fils de soie issus de cocons. On a également besoin de féculles de manioc pour amidonner les fils.

Nos fournisseurs de ces matières premières sont :

- Le centre SOA d'Andrananahary Ambositra
- Les villages environnant les forêts de Tapia d'Ilaka et d'Anjomanakona

#### **FIGURE N°10 : COCON DU VERS A SOIE**



### **1.1.2.1 La reproduction des cellules<sup>8</sup>**

Puisque la production commence par l'élevage des matières premières jusqu'à la transformation de ces matières en produits finis, il est donc nécessaire de voir la préparation de l'élevage avant d'entamer les différentes étapes de préparation de la soie.

- **L'accouplement :** on laisse les cocons à se métamorphoser en bombyx-mori, on met ensemble les bombyx mâles et femelles (couple à couple) pour accoupler.
- **La ponte :** après 24 heures, on retire un à un les bombyx mâles (ceux qui sont les plus petits) et met les femelles dans un récipient pour que les œufs ne s'éparpillent pas durant la ponte après 3 à 6 heures ; les bombyx femelles sont mortes après la ponte.  
La totalité des œufs pondus par une femelle est appelée cellule. Une cellule contient environ de 300 à 400 œufs.
- **L'éclosion :** les œufs seront mis dans un milieu assez large et les petites chenilles éclosent dans 15 jours.
- **Les chenilles :** on les met dans un endroit étendu. On leur donne des jeunes feuilles de mûrier les plus douces pour la nourriture.
- **Les jeunes chenilles :** après une semaine, les petites chenilles grandissent et portent le nom « de jeunes chenilles et de jeunes vers ». Ces dernières se nourrissent de feuilles de mûrier pendant une semaine.
- **Les chenilles adultes :** la phase de chenille adulte dure une semaine, et elles se nourrissent des grandes feuilles de mûrier.
- **Le cocon:** après 21 à 30 jours, les chenilles se transforment en les métamorphosent en cocon : c'est l'étape la plus importante car cette dernière constitue la matière première que l'entreprise va transformer en produit fini

---

<sup>8</sup> Manuel de sériciculture vol I : culture de mûrier

### **1.1.2.2 La préparation de la soie**

- **la collecte**

Cette étape commence par la collecte, il s'agit d'une collecte des cocons de soie domestique. Elle se fait à la main et demande beaucoup d'attention pour éviter la cassure et assurer la propriété absolue des matières premières afin de préserver la qualité du fil ainsi obtenu.

- **Le triage**

Cette étape consiste à tirer par ordre d'importance les cocons de soie du mûrier collectés. Les cocons frais seront utilisés à la fabrication de la soie grège ; avec les premiers déchets, on fabrique des fils d'échappe et avec les derniers déchets, on produit des fils de bourrette de soie utilisée pour la confection des linceuls.

L'entreprise envisagée ne va pas effectuer toutes ces opérations parce qu'elle ne va pas produire les matières. Elle achètera directement les cocons auprès des paysans qui les produisent. Ces étapes sont données tout simplement à titre d'information.

Les fils de soie sont obtenus à partir des cocons, et ces fils servent à fabriquer des tissus artisanaux destinés à la confection de plusieurs articles.

### **1.3. Les moyens humains**

L'entreprise loue la force productrice des ouvriers. Pour pouvoir atteindre les objectifs, il nous faut les personnels compétents alors, le personnel qu'on va recruter devra être compétent et capable de travailler en équipe pour rentabiliser la société. Nous verrons ultérieurement la liste et les effectifs du personnel ainsi que la qualification qu'on devrait retenir.

### **1.4. Moyens financiers**

On entend par moyen financer, la valeur en numéraire ou les ressources monétaires dont dispose une entreprise donnée afin de financer le projet.

Pourtant, l'approbation des ressources financières mobilisées résulte d'une série d'étude partant de l'établissement des budgets prévus pendant la réalisation de cette politique, à savoir :

- Le budget de transport carburant, entretien des véhicules
- Le budget de communication : publicité
- Le budget de production
- Le budget de fonctionnement
- Le budget d'investissement
- Le budget de ventes
- Le budget de paie ou de salaire

## SECTION 2 : PROCESSUS DE PRODUCTION<sup>9</sup>

Pour produire un produit fini, il faut suivre quelques étapes que nous allons voir dans le tableau

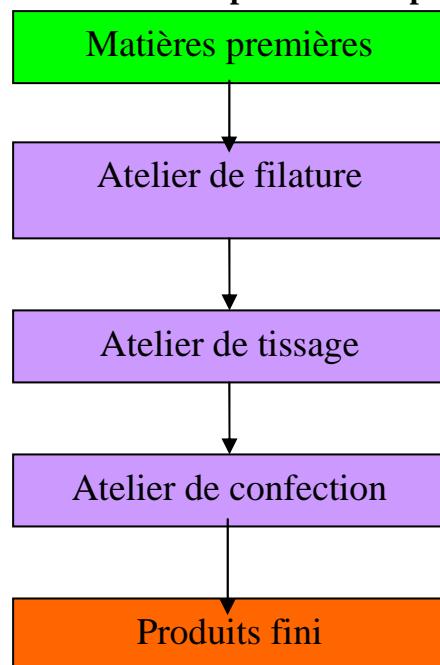
**Tableau n°13 : Processus de production**

OPERATIONS	ETAPES	BUT
1-Triage des cocons		-Eliminer les cocons défectueux
2-Trepage		-Ramollir le grès
3-Battage	EXTRACTION DU FIL	-Eliminer les premières couches
4-Dévidage des cocons	ou FILATURE	-Grouper plusieurs fils pour l'obtention du fil grège
5-Moulinage ou ouvraison		-Donner un fil, une torsion et un apprêt
6-Décreusage		-Enlever les grès qui robustent le fil
7-Encollage		-Améliorer la résistance du fil
8- Tissage	TISSAGE	Obtenir du tissu
9-Confection	CONFECTON	Produire des articles en soie

*Source : Ma propre enquête*

Nous allons récapituler dans la figure suivante le processus de production

**Figure N°11: Schéma de processus de production**



<sup>9</sup> Manuel de filature de la soie

## **2-1- Extraction des fils ou filature**

Par définition, la filature est un ensemble d'opérations transformant une matière textile en fils utilisables. D'une façon plus pratique, étant donné que le cocon est formé d'un fil homogène dans toute sa longueur, il ne s'agira pas de filature proprement dite mais le dévidage de ce fil.

Il s'agit principalement de défaire le travail du ver pour obtenir le fil. La bave est le fil de soie sécrété par le ver, ce fil est constitué par deux brins de fibroïne enveloppés d'une matière appelée le grès. Le grès forme une glu qui en séchant colle les deux brins en un fil et les fils entre eux pour former le cocon. La solubilité du grès dans l'eau chaude permet de tirer le fil et de dévider le cocon.

Les étapes de la filature de la soie sont les suivantes.

### **2.1.1. Triage des cocons**

Cette étape consiste à tirer par ordre d'importance les cocons de soie de mûrier collectés. Les cocons frais seront utilisés à la fabrication de la soie grège avec les premiers déchets. On produit des fils de bourrette de soie utilisée pour la confection de linceul. Les cocons tachés, percés doubles, non terminés, sont placé à part et seront filés comme le coton.

### **2.1.2. Trempage**

Les cocons sont immergés rapidement dans l'eau chaude afin de ramollir le bout du fil qui servira de départ de dévidage.

### **2.1.3. Battage**

Pour commencer l'opération du triage et saisir le fil continu, il faut enlever la bourre ou frison qui garnit la surface extérieure du cocon. L'opération par laquelle on dégage le frison se nomme le battage. L'ouvrière dévideuse frappe le cocon immergé dans un bain d'eau chaude et dévide le fil sur une longueur suffisante pour assurer un dévidage mécanique.

### **2.1.4. Le dévidage**

Après le triage, le trempage, le battage, les cocons vont être bouillis dans une marmite pour ramollir les séricines qui tiennent des boucles de bave au bout du fil.

Ce travail demande à peu près 2 heures 30 minutes, pour dévider 3 Kg de cocons, il faut 30 litres d'eau et du bois qui sert de combustible.

Après le dévidage, on obtient la soie grège ou soie brute (fil plat) et la bourre de soie 140 Kg de cocons donnent 35 kg de soie grège appelée un écheveau et qui contient 4 types de fils : fil de chaîne, fil de trame, fil pour dessin et blaze.

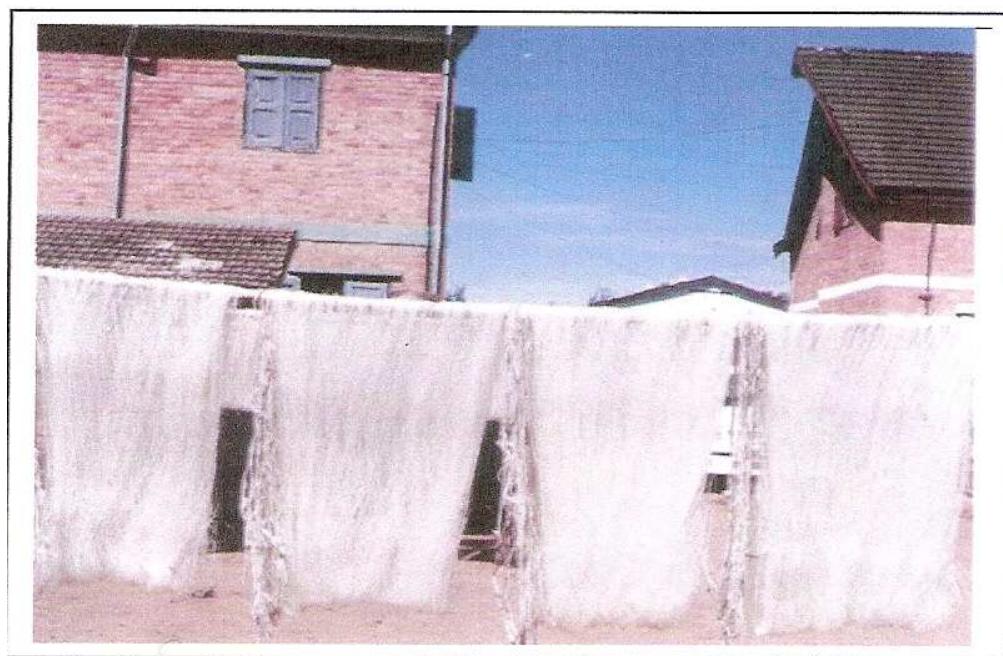
Ensuite, on passe au brossage, c'est-à-dire chercher les bouts de fil et puis les assembler et enrouler sur le bobinoir

**Figure N°12 : Filature**



Enfin, après l'extraction de fil, il faut sécha sur un séchoir, couvrir le tissu à l'abri de l'air. Le fil obtenu peut être tissé tout de suite sinon passer quelques préparations.

**Figure N°13 : Séchage des fils de soie**



## 2.2. Préparation des fils

### 2.2.1. Le moulinage :

Le fil de soie grège, tel qu'il sort de la filature ne peut être utilisé directement au tissage des étoffes. Il faut lui donner une torsion suivant le tissu à obtenir. Cette opération fondamentale qui d'ailleurs donne son nom à toute l'industrie, consiste à tordre le fil pour en augmenter sa résistance et changer l'aspect. On distingue ainsi différentes techniques du moulinage. Exposons les une à une.

**-Le décreusage :** celui-ci consiste à assouplir et lubrifier le grès de la soie pour qu'elle se laisse travailler plus nécessairement pour apporter au fil toute son élasticité et aussi éliminer l'électricité statique qui se forme par frottement de la soie sur le métier. Pour cette opération, les flottes sont immergées dans un bain tiède de savon neutre et d'huile végétale.

**-Bobinage :** il consiste à enruler le fil d'une flotte placée sur une tavelette (sorte de roue légère en bois) sur une bobine horizontale appelée roquet.

**Figure N° 14 : Bobinage**



**-Le doublage :** il consiste à assembler sur une même bobine les fils des roquets. Plusieurs fils grège ou ouvrés sont mis côte à côté pour obtenir un nouveau fil ayant la grosseur de tous les composants.

**-Le moulinage :** il consiste à donner à un ou plusieurs fils un certain nombre de torsions par mètre pour consolider le fil et permettre la fabrication ultérieure de différents tissus.

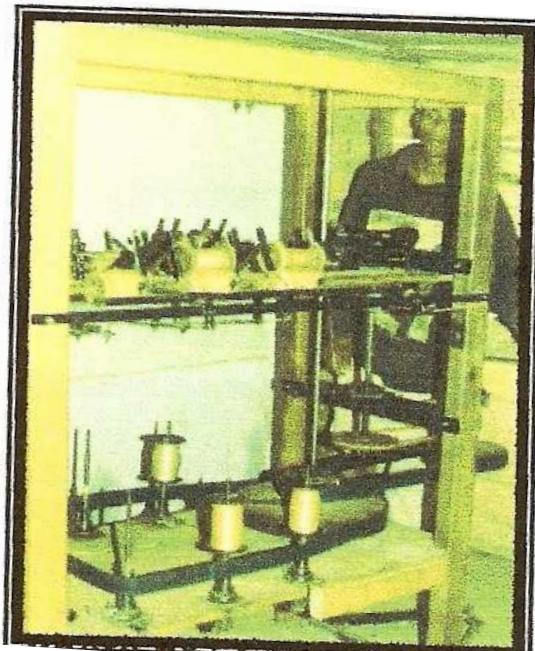
Il est précisé que seuls les fils de chaîne subissent la torsion. Après la préparation des fils de trame, on obtient 3 autres types de fil :

- Le fil directement utilisable après le décreusage mais qui n'est pas tordu, il est un peu plus gros que le fil de chaîne.
- Les blazes : ce sont les fils très gros et qui doivent faire l'objet d'une préparation particulière avant le tissage. Après le décreusage, ils seront refilés à la main.
- Les fils de dessin : ils sont nécessaires pour les motifs. Ce sont des blazes de moindre calibre directement utilisables après le décreusage.

Ces trois types de fils ne sont pas moulinés

Pour le bon déroulement de ces opérations, il est très important que dans l'atelier de moulinage l'humidité relative soit conforme aux normes et la température à 24°. La soie étant très sensible à l'humidité, un air ambiant trop sec la rend cassante, manquant de souplesse.

**Figure N°15 : Moulinage**



### 2.2.2. Le flottage

La soie ouvrée après avoir été tordue, doit être mise en écheveaux ou flottes sur flotteurs. Elle est appelée sur des roquettes à la défilée et enroulée sur un guindre.

Après toutes ces opérations, les fils sont prêts pour le tissage.

## **SECTION 3 : LE TECHNIQUE DE TISSAGE**

### **3.1. Le tissage :**

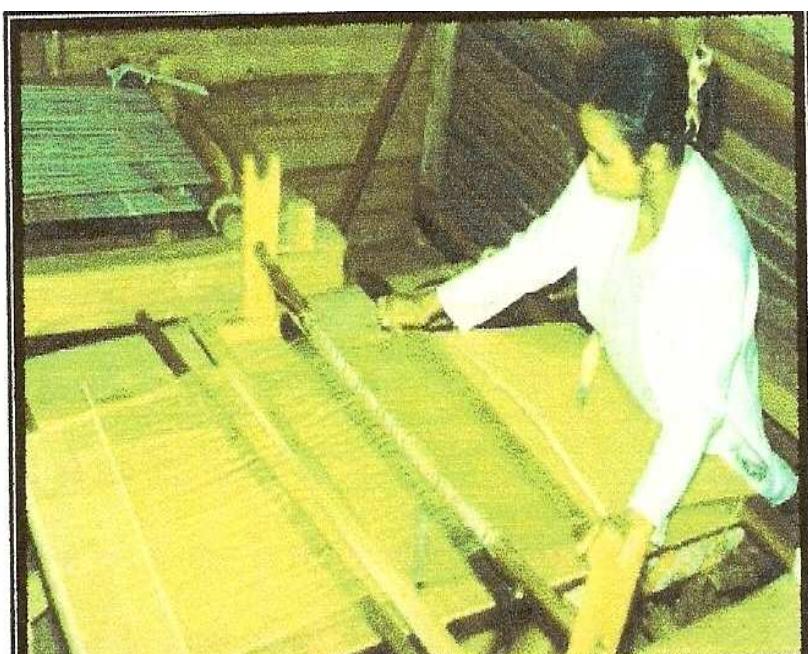
Le tissage est la confection d'un tissu par un jeu croissant de fils : les fils de chaîne laissent passer entre eux un fil de trame lancé par une navette qui effectue un mouvement de va et vient. La combinaison de l'entrecroisement des fils de chaînes et des fils de trame se nomme « armure ».

Le grand nombre de combinaisons d'armures ainsi que les variations d'emploi de fils de soie (grège, ouvrée, grosseur) ou le mélange avec d'autre fibres textiles (laine, coton) permet de satisfaire les caprices de la mode à l'infini.

La fibre d'une étoffe nécessite :

- La canetage : ou préparation de la trame, consiste à enrouler le fil des bobines sur un petit support appelé « canette » que l'on place en suite dans la navette.
- L'ourdissage : ou préparation de la chaîne
- Le fil de soie ou flotte est dévidé sur des bobines ou roquets à l'aide de dévidoirs. Ces roquets peuvent être destinés à l'ourdissage ou au canetage.
- Le tissage : Fabrication de l'étoffe à l'aide de métiers à tisser

**Figure n°16: Tissage**



---

<sup>10</sup> Manuel de tissage de la soie

### **3.2. L'ennoblissement :**

Les différentes opérations d'ennoblissement (teinture, impression, apprêt) donnent à l'étoffe tout son éclat.

**-La teinture** : elle peut s'appliquer de deux façons différentes, sur le fil en flotte de soie grège ou ouvrée après filature ou moulinage et sur les tissus en pièces. La tenture de la soie en flotte est employée pour les fils destinés à la fabrication des étoffes riches. La teinture de la soie en tissu est employée pour un tissu bon marché et n'a été pratiquée qu'à partir de la fin du XX<sup>ème</sup> siècle méthode qui a permis d'adapter et de suivre plus facilement les caprices de la mode.

**-L'impression** : sur tissu de soie a pour but d'imprimer des dessins très variés en formes et en coloris. L'impression remplace la peinture à la main et comporte trois phases : la composition de dessins, la préparation de couleur, l'impression proprement dite.

**-L'apprêt** : cette étape consiste en différentes opérations successives

- Faire disparaître les fibres faisant saillie à l'aide de la flamme de lampe à l'alcool (flambage)
- Raser le duvet existant à la surface du tissu (tondage)
- Soumettre le tissu à l'action de presse afin d'écraser son grain et d'en augmenter la brillance (pressage)
- Lustrer l'étoffe à l'aide de deux cylindres chauffés à la vapeur (calandrage)
- Faire reprendre au tissu l'humidité qu'il a perdue lors des opérations antérieures (humectage)
- Le glaçage, moirage, polissage s'obtiennent par une combinaison des effets de calandrage ou cylindrique.

### **3.3. La confection :**

Après avoir suivi ces différentes étapes qui visent à obtenir un tissu, nous allons maintenant passer à la confection. La confection est une opération consistant à transformer les étoffes en habillement ou ameublement ou en autres articles que nous envisageons à confectionner

- La cravate
- Le cache-nez
- La nappe de table
- Le couvre lit
- Le vêtement
- L'écharpe
- Linceul

## **CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE ET L'AMELIORATION DE LA QUALITE DE PRODUIT**

Dans ce chapitre, nous allons mettre en évidence les catégories des produits destinés à la vente ainsi que leur quantité respective et les programmes dans lesquels nous réalisons notre projet.

### **SECTION 1 : PRODUCTION ENVISAGEE**

La description de la production nous permet de définir les produits à offrir et de connaître les quantités envisagées et afin d'en déduire les répartitions correspondantes à chaque point de vente.

Par conséquent, plusieurs articles vont se présenter sur le marché, comme :

- La cravate
- Le cache-nez
- La nappe
- Le couvre lit
- Le vêtement
- Echarpe
- Linceul

La production proprement dite est programmée en fonction de la capacité de productions de la société. On va présenter dans le tableau ci-dessous:

**Tableau n°14 : Capacité de production envisagée**

<b>Désignation</b>	<b>Quantité en ANNEE 1</b>	<b>quantité en ANNEE 2</b>	<b>quantité en ANNEE 3</b>	<b>quantité en ANNEE 4</b>	<b>quantité en ANNEE 5</b>
Cravate	700	800	900	1 000	1 100
cache nez	1 500	1 600	1 700	1 800	1 900
Nappes	600	700	800	900	1 000
couvre lit	600	700	800	900	1 000
Vêtement	700	800	900	1 000	1 100
Echarpe	350	450	550	650	750
Linceul	250	350	450	550	650
<b>TOTAL</b>	<b>5 900</b>	<b>7 000</b>	<b>7 800</b>	<b>8 600</b>	<b>9 400</b>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Les produits envisagés sont augmentés de 100 pour chaque article et par an durant les cinq années d'exploitation.

## **SECTION 2 : ASPECTS QUALITATIFS DES PRODUITS**

L'amélioration de la qualité du produit qui nous intéresse ici est relative à l'adaptation des produits aux débouchés existants.

### **2.1. Les aspects d'adaptation qualitative**

L'adaptation des produits recouvre divers aspects : tout d'abord, la sélection des catégories de produits indifférenciés qualitativement pour lesquels existent des débouchés importants. Ensuite, l'aspect proprement qualitatif de ces produits sélectionnés.

Il consiste, après, à trouver la disponibilité des matières premières requises pour produire ce type de produits. Et il est indispensable de connaître, de maîtriser le processus de fabrication de manière à répondre à certaines normes qualitatives. Les normes qualitatives ne sont en effet pas absolues : le vrai problème se situe au niveau de la relation prix qualité que les entreprises textiles malgaches sont susceptibles d'offrir, à l'intérieur de la place des qualités que les consommateurs sont susceptibles d'acheter.

### **2.2. Le choix du niveau qualitatif des ressources : matières premières et équipement**

Pour les matières premières, il s'agit notamment de la valorisation des matières premières vers à soie, d'une part, et la transformation des matières premières disponibles sur le marché d'autre part.

Sur ce point, seul intervient, dans le cadre de la compétitivité, le coût de ces ressources importées. Pourtant, il est impossible d'affirmer que par rapport aux conditions réelles de production face aux exigences posées par les processus de productions, les ressources complémentaires importées soient indispensables. Elles ne le sont que par rapport à la combinaison des matières adoptées.

Mais le choix de la combinaison des matières premières peut être très différent selon que l'on porte des ressources disponibles à Madagascar, dont on cherche à optimiser la mise en verre, ou au contraire d'une combinaison, en grande partie prédéterminée, et dans laquelle on intègre une certaine quantité de ressources locales.

Quant aux équipements, l'utilisation des matériels les plus modernes pour assurer la qualité de production des produits peut être indispensable. Mais sur le plan proprement technique, il ne semble pas y avoir de difficulté à fabriquer un produit de qualité équivalent sur un ancien matériel.

### SECTION 3 : CHRONOGRAMME DES ACTIVITES

Le chronogramme est appelé également planning de réalisation. Ce plan de réalisation montre toutes les activités à effectuer durant notre projet.

**Tableau n°15 : Chronogramme d'activité**

TACHES	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>Phase préparatoire</b>												
Constitution de la société												
Commande de matériel et d'équipement												
Installation et agencement, aménagement												
Construction de bâtiment												
Recrutement du personnel												
<b>Phase de réalisation</b>												

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Il indique également les temps nécessaires pour accomplir les différentes tâches relatives à la mise en place du projet. Nous avons montré aussi les différentes tâches à effectuer en suivant les délais d'exécution pour rendre le projet opérationnel.

# **CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE**

Une étude organisationnelle joue nécessairement un rôle primordial dans le développement de l'entreprise. La qualité des prises de décision est subordonnée à une bonne définition des objectifs et au choix réaliste des moyens permettant de les atteindre. Elle ne doit pas être confiée uniquement à des individus mais également à des groupes, afin d'aboutir à des décisions rapides et intéressantes. Une bonne intégration des démarches individuelles et organisationnelles peut conduire à des prises de décisions collectives opérantes. C'est pourquoi il est vital pour notre projet d'avoir une configuration administrative efficace, une organisation de travail et finalement une bonne gestion du personnel.

## **SECTION 1 : STRUCTURE ORGANISATIONNELLE**

La structure organisationnelle dépend de la façon dont on regroupe les tâches en groupe d'activité homogène et de choisir parmi les exercices du pouvoir.

### **1.1 : Organigramme**

C'est un schéma présentant les divers services de l'entreprise et où les personnes qui en sont responsables en indiquant les rapports hiérarchiques qui existent entre eux.

Différentes structures peuvent être mises en place au sein d'une organisation<sup>11</sup> :

#### **1.1.1 : Structure hiérarchique**

Cette structure est basée sur l'autorité hiérarchique qui est une forme d'autorité liée à la situation officielle de l'organisation donc légitimée par le titre (Directeur, chef d'équipe,...). La répartition de l'autorité se fait sur le principe de l'unité de commandement c'est à dire qu'à l'intérieur de la structure, un individu ne relève que d'un seul supérieur et c'est à lui qu'il devra rendre compte de ses activités et de ses responsabilités.

#### **1.1.2 : Structure fonctionnelle**

Elle est basée sur la structure fonctionnelle qui est une forme d'autorité liée à la compétence. L'autorité de celui qui commande réside dans la spécialité donc l'autorité fonctionnelle. Chaque chef spécialiste ne s'intéresse qu'à un seul aspect dans la tâche des subordonnées, aspect correspondant à sa compétence.

---

<sup>11</sup> Ravonjarison Cousin Germain = Organisation 1<sup>ère</sup> année, année 2003/2004

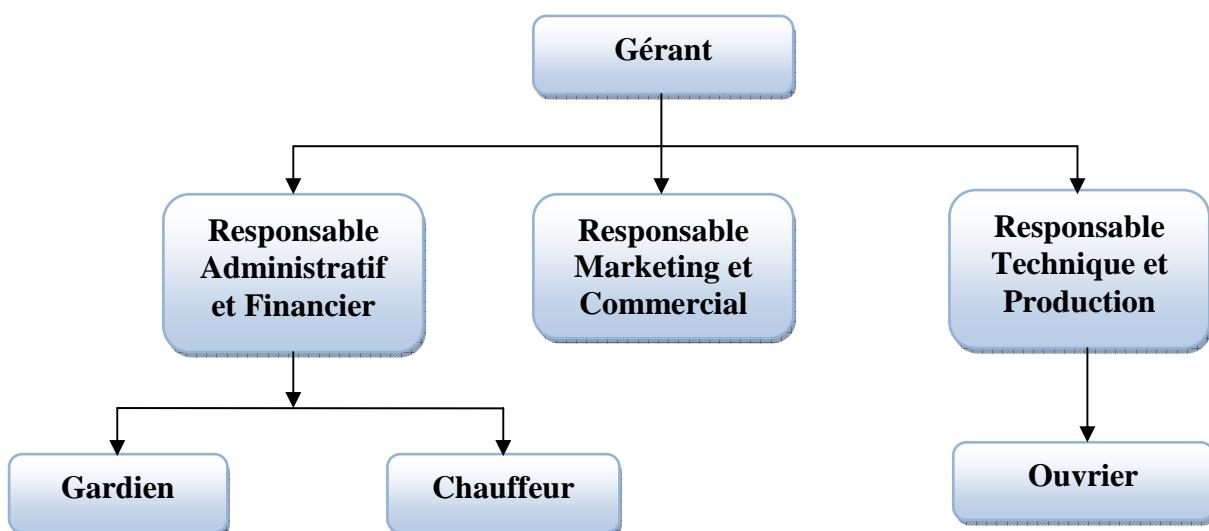
### 1.1.3 : Structure hiérarchico- fonctionnelle

C'est une structure mixte car combinant la structure hiérarchique et fonctionnelle (STAFF and LINE). L'autorité est ici partagée grâce à la combinaison du principe de la double ligne (double liaison) :

- Une ligne dispose d'une autorité générale et détient le pouvoir de commandement. Dans cette structure sont placés les décideurs et les opérationnels.
- Une autre ligne dispose d'une autorité dans la spécialité et détient le pouvoir de conseil. C'est dans cette ligne que sont placés les fonctionnels, les spécialistes. Ils proposent, suggèrent mais ne décident pas. Une conciliation existe entre l'unité de commandement et des spécialisations des chefs.

D'après les différentes structures ci-dessus, nous choisissons donc de mettre en place la structure hiérarchique

**Figure n°16 : Organigramme de l'entreprise**



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

### 1.2. Description du poste

- **Le chef de projet (Dirigeant)**

Il a de grandes responsabilités dans ce projet depuis la conception jusqu'à son aboutissement. Il devra prendre toutes les décisions qui s'imposent en considération des critères de qualité dans le cadre du budget attribué et dans le délai imparti, des intérêts de l'entreprise, de tous les travaux d'études (approvisionnement, montage et construction, mise en route). Il joue aussi le rôle de superviseur.

#### **▪ Responsable technique et production**

Il participe à la définition de la politique et des objectifs de la société. Ses tâches étant celles habituellement réservées à un dirigeant chargé de coordonner les activités de l'unité de production. Il assure également l'encadrement des ouvriers spécialisés y compris les techniciens. Au sein de son département, il répartit le plan de charge, coordonne les activités de l'unité, évalue les écarts et effectue les opérations correctives nécessaires.

#### **▪ Responsable marketing et commercial**

Le responsable marketing et commercial apporte son aide aux différentes unités avec les services fonctionnels centralisés. Il doit se tenir informé de l'évolution, des conditions de fonctionnement de l'entreprise, des équipements, ainsi que des techniques. Il fait partie aussi de son rôle d'étudier et de résoudre les problèmes d'organisation et de méthode liée à la fabrication. Le responsable commercial doit, de même, assurer la commercialisation des produits de l'entreprise. D'une autre manière, il est chargé de la vente des produits de l'entreprise en question.

#### **▪ Responsable administratif et financier**

Il assure les principales fonctions suivantes : gestion des budgets liés aux objectifs à atteindre, gestion de la paie et de la rédaction personnelle des contrats, des conventions ou des documents du projet.

Il assure la gestion des immobilisations financières et de la trésorerie. Il supervise aussi la comptabilité et surveille la tenue des différents comptes.

Il s'occupe et assure la tenue des comptes et l'établissement des états financiers de l'entité comme le bilan, compte de résultat par nature, le tableau d'amortissement et le rapport des activités.

Enfin, il est aussi le responsable des ressources humaines. Par conséquent, il lui appartient de définir la politique sociale adaptée aux objectifs de l'entreprise (rémunération, formation, recrutement), de réduire les coûts salariaux et les conflits sociaux et d'appliquer la législation sociale. Notre projet procédera à une bonne distinction dans les attributions du personnel assuré encore par lui tels les mécaniciens et les gardiens ou encore la femme de ménage

#### **▪ Les ouvriers**

Les ouvriers artisans sont les premiers responsables de la fabrication des articles en soie, Ce sont eux qui assurent :

- La manipulation des équipements
- La préparation des matières premières

- Le tissage des fils
- La confection des articles

■ **Chauffeur :**

Il a pour rôle de conduire la voiture de l'entreprise en assurant

- Le transport du personnel
- La livraison des produits finis chez les clients
- Transport des matières premières
- Entretien de véhicule

■ **Gardien :**

- Il assure la sécurité de l'entreprise et ses alentours
- Il aura aussi pour rôle de faire les travaux de jardinage

**Tableau n°16 : Profil des personnels**

<b>Responsabilité</b>	<b>Profil et qualité</b>
<b>Gérant</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etre titulaire d'un diplôme BAC + 4 en gestion et management ou ingénieur en agronomie</li> <li>- Avoir de l'expérience en management, avoir de l'expérience sur la filière</li> <li>- Qualité relationnelle, capacité à travailler dans des domaines multisectoriels, avoir le sens de l'organisation</li> </ul>
<b>Responsable Marketing et commercial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bac + 3, avec 2 ans d'expérience confirmée</li> <li>- Maîtriser la langue française, l'anglais et l'informatique</li> <li>- Avoir le sens de la responsabilité, être dynamique</li> </ul>
<b>Responsable technique et production</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diplômé de l'enseignement supérieur en agronomie</li> <li>- Ayant des connaissances en matière de soie</li> <li>- Avoir des certificats de formation en filature tissage, coupe et couture</li> <li>- Maîtriser le français, l'anglais et l'informatique</li> <li>- Expérience en matière de qualité et de norme</li> </ul>
<b>Responsable administratif et financier</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BAC + 3 minimum option finances</li> <li>- Expérience professionnelle dans un poste similaire</li> <li>- Maîtrise de l'outil informatique et des logiciels comptabilité</li> <li>- Maîtriser le français, l'anglais</li> <li>- Avoir le sens de la responsabilité, avoir des notions sur le code de travail</li> </ul>
<b>Ouvriers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avoir la connaissance en matière de soie</li> <li>- Avoir de l'expérience en tissage, filature coupe et couture</li> <li>- Avoir l'esprit d'équipe, dynamique</li> </ul>
<b>Chauffeur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Titulaire d'un permis de conduire B et C</li> <li>- Expérience 2 ans minimum</li> <li>- Connaissance en mécanique auto</li> <li>- Avoir le sens de la responsabilité</li> </ul>
<b>Gardien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pratiquant l'art martial</li> <li>- Sens de relation humaine</li> <li>- Avoir des expériences en travaux de jardinage</li> </ul>

## **SECTION 2 : DESCRIPTION DU CHARGES DU PERSONNEL**

Notre entreprise adopte une politique de rémunération permettant d'établir des procédures et des règles de calcul dans la détermination des rémunérations et d'autres avantages accordés aux salariés. A part les autres avantages sociaux, l'entreprise va en plus accorder une augmentation de salaire de 10% à partir de la troisième année. En plus, l'entreprise fonctionnera en respectant les réglementations en vigueur concernant les obligations tant patronales que celles des travailleurs (5 % pour l'OSTIE et 13% pour la CNaPS).

**Tableau n°17 : Salaire mensuel du personnel (en Ariary)**

<b>TACHES</b>	<b>SALAIRE DE BASE ANNUEL</b>
Gérant	600 000
Responsable Administratif et Financier	400 000
Responsable marketing et commercial	400 000
Responsable technique et production	400 000
Ouvriers	110 000
Chauffeur	100 000
Gardien	100 000
<b>TOTAL</b>	<b>2 110 000</b>

*Source : résultat de l'analyse personnelle, Février 2009*

Ce tableau nous montre à titre indicatif les salaires mensuels du personnel de l'entreprise.

### **SECTION 3: GESTION DE RESSOURCES HUMAINES**

La gestion des ressources humaines consiste à exécuter 3 phases. La première à acquérir les personnels, la deuxième consiste à les évaluer et la troisième relative au développement du personnel.

#### **3.1 : Acquisition des ressources humaines**

C'est une étape importante de la mise en œuvre de la politique d'emploi. Elle représente des dépenses considérables.

**Tableau N°18 : Effectif et évolution de l'effectif du personnel**

	<b>ANNEE 1</b>	<b>ANNEE 2</b>	<b>ANNEE 3</b>	<b>ANNEE 4</b>	<b>ANNEE5</b>
Dirigeant	1	1	1	1	1
Responsable administratif et financier	1	1	1	1	1
Responsable marketing et commercial	1	1	1	1	1
Responsable technique et production	1	1	1	1	1
Ouvrier	18	18	20	22	24
Chauffeur	2	2	2	2	2
Gardien	2	2	2	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>32</b>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

D'après ce tableau, nous remarquons qu'à partir de la troisième année l'effectif du personnel augmente.

#### **3.2 : Evaluation des ressources humaines**

Pour assurer la bonne marche de l'entreprise, une appréciation en cours de carrière s'avèrera nécessaire dans le but :

- D'étudier la situation présente dans le poste actuel en prenant en épreuve l'efficacité, les procédés de travail et la personnalité,
- De situer les capacités, aptitudes actuelles et futures et donc d'évaluer le potentiel probable

- Les points sur lesquels une amélioration semblera nécessaire dans le poste actuel, les progrès à réaliser et les changements à effectuer.

### **3.3 : Développement des ressources humaines**

#### **3.3.1 : Formation du personnel**

Le but est de favoriser l'efficacité des nouveaux employés par une meilleure utilisation des équipements et matériels nécessaires et aussi pour améliorer leur connaissance afin d'atteindre les objectifs prévus de produire des produits de qualité. Avant d'entamer l'activité, les employés suivront une formation durant au moins deux semaines chaque début de l'année surtout pour les ouvriers et aussi pour le chauffeur et le gardien. Cette formation est assurée par les différents techniciens et payable.

#### **3.3.2 : Information et Communication dans l'entreprise**

La transparence à l'intérieur de l'entreprise est primordiale. Il faut donc que tous les personnels même le chauffeur et le gardien soient au courant de tous ceux qui se passent c'est à dire la vie et le devenir de l'entreprise quel que soit le problème qu'elle traverse.

Il faut aussi que les échelons supérieurs fassent par des besoins, aspirations et point de vue du personnel par exemple une nouvelle technique pour améliorer la production.

#### **3.3.3 : Motivation du personnel**

Compte tenu de l'inflation, la première motivation du personnel est l'argent, nous envisageons donc une augmentation de 10% annuellement des salaires des employés.

La gestion de l'organisation est la principale préoccupation du dirigeant. Le plus important est de savoir mettre en place une structure efficace adaptable à l'organisation. Cette structure est la base d'une bonne coordination du travail. Nous avons déjà mis en place les structures nécessaires adaptables à notre projet ainsi que les moyens matériels et humains pour son exécution. Il semble donc évident de donner une prévision de notre capacité de production dans cinq ans.

## **CONCLUSION PARTIELLE**

La deuxième partie du projet nous a montré la raison d'être de l'entreprise envisagée, nous avons vu à travers l'analyse de facteurs influençant sur l'environnement de notre future entreprise, tous les paramètres qui peuvent empêcher son bon fonctionnement. Et qu'on devra tenir compte pour ne pas paralyser les actions à entreprendre.

On peut déduire dans cette deuxième partie que l'expérience joue un rôle important sur l'amélioration progressive de la production aussi bien que sur les plans qualitatif et quantitatif. Nous devrons toujours faire des efforts pour garder la qualité et la qualité correspondante à la demande des consommateurs malgré l'utilisation des techniques traditionnelles. Ce qui est nécessaire c'est de bien organiser le processus de production afin d'assurer la capacité de production envisagée.

Pour mener à bien notre projet, il est nécessaire de voir d'autres points essentiels, ce qui nous amène à traiter la troisième partie concernant l'étude financière.

**TROISIEME PARTIE III : ETUDE  
FINANCIERE SELON LE PLAN  
COMPTABLE 2005**

## **TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE SELON LE P.C.G**

### **2005**

La rentabilité de notre projet dépendra en grande partie de l'étude financière que nous sommes amenés à élaborer. C'est une étude pratique qui permettra également au promoteur d'un projet d'avoir confiance en celui-ci, en d'autres termes, pour savoir si le projet est viable à moyen terme. Il importe aussi de démontrer aux partenaires la finalité de l'étude financière ainsi que sa faisabilité. Et finalement, nous devons arriver à convaincre et à persuader les autres partenaires qui pourront nous prêter main forte à l'instar des institutions financières comme les banques. Cette partie va donc comporter trois chapitres que nous allons analyser un à un : les coûts des investissements du projet, l'étude de faisabilité et l'évaluation du projet.

# **CHAPITRE I : LES COUTS D'INVESTISSEMENT ET LE COMPTE DE GESTION**

L'entreprise doit faire face à deux types de financement :

- Celui qui naît de son activité courante (paiement des fournisseurs, du personnel, ...)
- Celui qui résulte de l'effort d'investissement

Le premier type de financement est en général temporaire, alors que la deuxième entraîne une immobilisation durable de ressources.

## **SECTION 1 : COUT DES INVESTISSEMENTS ET LES AMORTISSEMENTS**

### **1.1. Coût des investissements**

Quelques points importants des investissements sur des immobilisations c'est-à-dire les immobilisations incorporelles et corporelles.

#### **1.1.1. Immobilisations incorporelles**

##### **1.1.1.1. Frais de développement immobilisable**

Ils représentent la somme d'argent engagée par le promoteur à l'occasion de la création de cette unité d'exploitation qui fait partie des emplois à long terme de l'entreprise. En effet, ces frais s'élèvent à Ar 500 000.

##### **1.1.1.2. Logiciels informatiques et assimilés**

Ils sont en général constitués par le logiciel de gestion et de tous les logiciels informatiques dont le montant est d'Ar 1.000.000 et sont apportés par le promoteur.

#### **1.1.2..Immobilisations corporelles**

##### **1.1.2.1. Le terrain**

Nous avons besoin d'une superficie de 5 000 m<sup>2</sup> pour la construction des infrastructures. Le prix du mètre carré est estimé à Ar 6 000 environ. Donc, le coût total s'élève à Ar 30 000 000.

**Tableau n°19 : Investissement sur le terrain (en Ariary)**

Désignation	Quantité (en m <sup>2</sup> )	Prix unitaire	Montant
Terrain	5 000	6 000	30 000 000
<b>TOTAL</b>			<b>30 000 000</b>

### **1.1.2.2. Construction**

Nous envisageons d'établir un bâtiment administratif, de transformation et de stockage de matières premières.

**Tableau n°20 : Investissement sur la construction (en Ariary)**

Désignation	Quantité (en m <sup>2</sup> )	Prix unitaire	Montant
Bâtiments administratifs, de transformation et de stockage de matières premières	1	20 000 000	20 000 000
<b>TOTAL</b>			<b>20 000 000</b>

### **1.1.2.3. Installation technique et Agencement général, aménagements**

Les frais des installations techniques et Agencements généraux, aménagements coûtent Ar 1 000 000.

### **1.1.2.4. Matériel de transport**

L'unité envisage d'acquérir un véhicule Mini-car coûtant à Ar 15 000 000

**Tableau n°21 : Matériel de transport (en Ariary)**

Désignation	Quantité (en m <sup>2</sup> )	Prix unitaire	Montant
Mini-car	1	15 000 000	15 000 000
<b>TOTAL</b>			<b>15 000 000</b>

### **1.1.2.5. Matériel de bureau et matériel informatique**

Nous avons besoin de matériels de bureau pour la première année de notre projet, c'est-à-dire en première année d'installation. Nous utiliserons aussi le matériel informatique pour valoriser la rapidité de l'exécution des tâches à effectuer dans ce projet comme le traitement des états financiers et le traitement des textes.

**Tableau n° 22 : Matériel de bureau et matériel informatique (en Ariary)**

Eléments	Nombre	Prix unitaire	Montant
Armoire	2	80 000	160 000
Table de bureau	5	20 000	100 000
Chaises	10	10 000	100 000
Machine à calculer	2	15 000	30 000
Imprimante, photocopieuse et Scanneur	2	400 000	700 000
Ordinateur complet P.IV	2	1 000 000	2 000 000
Divers		100 000	100 000
<b>Total</b>			<b>3 190 000</b>

C'est la totalité du coût du matériel de bureau et du matériel informatique : Ar 3 190 000.

#### **1.1.2.6. Outilage industriel**

C'est l'ensemble des équipements et matériels qui se trouvent dans l'établissement. Leur coût s'élève à Ar 5 000 000.

Le tableau suivant récapitule les investissements du projet

**Tableau n°23 : Récapitulation des immobilisations en Ariary**

Désignation	Montant
Frais de développement immobilisable	500 000
Logiciels informatique et assimilés	1 000 000
Terrain	30 000 000
Construction	20 000 000
Outilage industriel	5 000 000
Installations, agencement, aménagement	1 000 000
Matériel de transport	15 000 000
Matériel de bureau et matériel informatique	3 190 000
<b>Total</b>	<b>75 690 000</b>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

## **1. 2 : Les amortissements**

Cette section contient deux points à savoir l'illustration et la détermination de l'amortissement.

### 1.2.1. Illustration de l'amortissement<sup>12</sup>

L'amortissement se définit comme étant la constatation comptable de l'amoindrissement de la valeur d'un élément d'actif non courant résultant de l'usage dans le temps, du changement technologique et de toute autre cause dont les effets sont jugés irréversibles. Il existe quatre types d'amortissements selon le Plan Comptable Général 2005 : l'amortissement linéaire, l'amortissement dégressif, l'amortissement fonctionnel et l'amortissement fiscal. Dans notre projet, nous allons tenir compte de l'amortissement linéaire qui est encore pratiqué à Madagascar et préconisé aussi par le Plan Comptable Général 2005. Ainsi, le calcul de l'amortissement est basé sur la formule suivante

### 1.2.2 : Détermination

$$A = \frac{V_o}{n}$$

Avec

$A$  = amortissement

$V_o$  = Valeur d'origine

$n$  = durée d'utilisation

Le montant des amortissements des immobilisations est donné par le tableau suivant :

**Tableau N°24 : Amortissement des immobilisations de l'Année 1, Année 2, Année 3, Année 4, Année 5**

Immobilisations	Coûts	durée de vie	Taux d'amortissement	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
frais de dvlp i/ble	500 000	4	25	125 000	125 000	125 000	125 000	
Logiciel informatique	1 000 000	4	25	250 000	250 000	250 000	250 000	
terrain	30 000 000							
construction	20 000 000	20	5	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
installations, A.A	1 000 000	10	10	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
matériels de transports	15 000 000	5	20	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000
MB et MI	3 190 000	4	25	797 500	797 500	797 500	797 500	
Outilage industriel	5 000 000	10	10	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
<b>TOTAL</b>	<b>75 690 000</b>			<b>5 772 500</b>	<b>5 772 500</b>	<b>5 772 500</b>	<b>5 772 500</b>	<b>4 600 000</b>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

<sup>12</sup> Andriamandroso Noroarimanga : Mathématiques financières 1<sup>ère</sup> année, année 2003/2004

D'après le tableau ci-dessus, le montant de l'amortissement des immobilisations est de cinq millions sept cent soixante douze mille cinq cent Ariary (Ar 5 772 500).

Le détaillé est disponible dans l'annexe.

## **SECTION 2 : PLAN DE FINANCEMENT ET LES REMBOURSEMENTS DES DETTES**

### **2.1. Etude sur le plan de financement**

#### **2.1.1. Fonds de roulement initial**

Le fonds de roulement initial représente le besoin en trésorerie des six premiers mois d'exploitation. Il est détaillé selon le tableau ci-dessous pour le commencement du projet.

**Tableau n°25 : Fonds de roulement initial (en Ariary)**

<b>Charges</b>	<b>Montant</b>
Achat consommé	3 230 000
Services externes et autres consommations	1 126 000
Impôts et taxes	73 000
Charges de personnel	9 200 000
<b>TOTAL</b>	<b>13 629 000</b>

Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009

#### **2.1.2: Plan de financement**

Le plan de financement est aussi un élément important dans le cadre de la prévention des difficultés des entreprises. C'est un document prévisionnel, établi pour une période de plusieurs exercices qui récapitulent les différents flux annuels résultant des besoins et des ressources de l'entreprise. Il traduit donc les incidences monétaires des décisions d'investissement et des décisions de financement à long terme. Les premières concernent l'allocation des ressources et la structure du portefeuille d'actifs, les secondes la répartition entre fonds propres et endettement. Le détail de financement est présenté dans le tableau n°26.

**Tableau n° 26 : Plan de financement en (Ariary)**

<b>Emplois</b>	<b>Montants</b>	<b>Ressources</b>	<b>Montants</b>	<b>Pourcentage</b>
Immobilisations	75 690 000	<i>Apports</i>	60 000 000	66,67%
F.R.I	13 629 000	<i>Emprunts</i>	30 000 000	33,33%
Imprévus (5% de F.R I)	681 000			
<b>TOTAL</b>	<b>90 000 000</b>	<b>Total</b>	<b>90 000 000</b>	<b>100%</b>

**Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009**

### **2.1.3. Tableau des emplois et des ressources**

Le montant total des investissements des immobilisations est d'Ar 90 000 000 dont le fonds de roulement initial d'Ar 13 629 000 dure environ 6 mois. Mais, il existe des pourcentages à partir de ce montant qui se subdivise en deux parties ; c'est-à-dire le pourcentage des emprunts à la banque et le pourcentage des apports.

#### **- Les apports**

Chaque associé doit faire un apport à la société et en contre partie de cet apport, il reçoit des titres sociaux établis par la société. Chaque associé peut donc recevoir sa part de bénéfice, après avoir été légalement enregistré. Il peut apporter de l'argent (apport en numéraire) ou encore des droits portant sur des biens en nature mobiliers ou immobiliers, corporels ou incorporels (apport en nature).

#### **- Emprunts**

Ce projet nécessite un emprunt auprès d'une banque car le promoteur ne pourra pas financer la totalité de montant de l'investissement. Le montant de cet emprunt s'élève à Ar 30 000 000.

**Tableau n° 27 : Tableau des emplois et des ressources en (Ariary)**

<b>Emplois</b>	<b>Montant</b>	<b>Ressources</b>	<b>Montant</b>	<b>Pourcentage</b>
<i>Emplois stables</i>		<i>Ressources stables</i>		
Immobilisation	75 690 000	Capital	60 000 000	66,67%
<i>Emplois de courte durée</i>		Emprunts	30 000 000	33,33%
Trésorerie (banque)	14 310 000			
<b>TOTAL</b>	<b>90 000 000</b>		<b>90 000 000</b>	

**Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009**

Notre entreprise préfère que 66,67% des emplois soient apportés personnellement pour démarrer l'activité de la société. Mais l'apport personnel n'arrive pas à financer la totalité de l'investissement, donc il cherche auprès de la banque 33,33% des ressources pour couvrir ses fonds.

## 2.2. Les remboursements des dettes

Le taux d'intérêt appliqué par la banque pour l'octroi des emprunts est de l'ordre de **20%**, le remboursement s'effectuera à partir de la première année. D'où la formule de l'annuité :

Annuité = intérêt + Amortissement

- I : charge financière
- i : taux d'intérêt
- n : nombre d'années
- $I = i * CD$ ,

CFP = CRD - Annuité

**Tableau N°28 : Les remboursements des dettes**

Année	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
C.D.P	30 000 000	24 000 000	18 000 000	12 000 000	6 000 000
INTERET	6 000 000	4 800 000	3 600 000	2 400 000	1 200 000
AMT	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
ANNUITE	12 000 000	10 800 000	9 600 000	8 400 000	7 200 000
C.R.D	24 000 000	18 000 000	12 000 000	6 000 000	-

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Le projet prévoit d'emprunter 30 000 000 Ariary dans cinq années, l'amortissement annuel de la dette est alors de 6 000 000 Ariary. Le taux d'intérêt est de 20 %.

## SECTION 3 : LES COMPTES DE CHARGES ET LES COMPTES DE PRODUITS

Ce chapitre consiste à étudier et à analyser la rentabilité du projet. Autrement dit, c'est d'apprécier les résultats et porter un jugement sur l'efficacité de la gestion conduite par les responsables du projet. Cette étude permettra de déterminer le compte de gestion.

Il est constitué par les comptes de charges et de produits à partir desquels nous pourrons tirer les résultats.

### 3.1. Les comptes de charges

Nous allons distinguer les charges annuelles pendant les cinq années d'activité opérationnelle : achat, loyer, entretien et réparation, charges du personnel, frais postaux et télécommunications, impôts et taxes, charges financières, et dotations aux amortissements

### **3.1.1. Les achats**

Il existe quelques types d'achats qui s'avèrent nécessaires pour le fonctionnement de notre entreprise. Nous allons les distinguer et expliquer tout en se référant au classement de PCG 2005.

#### **3.1.1.1. Achat de matières premières**

Il est constitué par les éléments dans le tableau suivant :

**Tableau n°29 : Achat de matières premières**

<b>Restaurant</b>	<b>Unité</b>	<b>Quantité</b>	<b>Prix unitaire</b>	<b>Montant</b>
Landikely	Kg	204	25 000	5 100 000
Landibe	Kg	200	20 000	3 500 000
Fil coton	Cône	500	1 000	500 000
Fil synthétique	Cône	1 070	1 000	1 070 000
Tergal	Cône	675	1 200	810 000
<b>TOTAL</b>		<b>17 600</b>	<b>5 100</b>	<b>10 980 000</b>

Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009

#### **3.1.1.2. Achat des fournitures consommables**

Il s'agit de fournitures de bureau (bloc notes, papiers, classeurs, stylos, encres, etc.), nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. La consommation annuelle est évaluée à Ar 200.000 en additionnant les augmentations de 10% pour l'année 1 et l'année 2, l'année 3 et l'année 4.

#### **3.1.1.3. Achat de fournitures non stockées**

Il est constitué par : l'eau et électricité puis les carburants et lubrifiants

**L'eau et électricité** : pour le bon fonctionnement et l'éclairage de notre entreprise, évaluées à Ar 1 000 000.

**Les carburants** : Ils seront utilisés pour faire marcher les voitures dont la consommation annuelle est de Ar 1 000 000.

### **3.1.2. Services extérieurs**

**Entretien et réparation** : Pendant l'utilisation des matériels, dans la réalisation de notre projet, nous envisagerons de procéder à des réparations chaque année pour éviter les accidents ou les pannes imprévisibles du matériel dans l'entreprise. Les coûts sont évalués à Ar 200 000.

**Frais postaux et de télécommunications :** La société doit payer ces frais pour une bonne gestion de la relation avec les clients et les fournisseurs, la valeur est de Ar 400 000. Cette valeur pourra augmenter selon les services qu'on doit effectuer dans les domaines de la poste et de la télécommunication.

**Prime d'assurance :** On doit considérer une prime de Ar 300 000 pour l'assurance véhicule, vol, incendie du site d'exploitation. Il ne faut pas oublier de mettre en évidence les imprévues, en cas des dégâts comme l'incendie et les vols, car ceux sont encore des dépenses incluses dans le budget de l'entreprise.

### 3.1.3. Impôts et taxes

Ce sont les impôts qu'on doit payer à l'Etat comme les taxes professionnelles, droit de vignette et le droit d'enregistrement. Ils sont évalués à Ar 146 000.

### 3.1.4. Charges du personnel

Celles-ci sont composées de salaire annuel du personnel, des charges patronales et sociales et pourront varier selon les types des ouvriers. Toutes les charges du personnel de notre entreprise sont déjà données sur le tableau n° 30 en considérant le taux de CNAPS et de l'OSTIE.

### 3.1.5. Dotations aux amortissements

Pour les amortissements, les dotations sont toujours considérées comme fixes même s'il y a une certaine variation générée par les nouvelles acquisitions et les matériels amortissables.

### 3.1.6. Charges financières

Il s'agit de frais financiers dus aux emprunts contractés qui seront réglés à la cinquième année

En récapitulant, le montant total des charges pour les cinq années se présente dans le tableau suivante

**Tableau n° 30 : Récapitulation des charges**

Comptes des charges	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
achats de M.P	10 980 000	12 078 000	13 285 800	14 614 380	16 075 818
fournitures consommables	200 000	220 000	242 000	266 200	292 820
fournitures non stockées	2 000 000	2 300 000	2 645 000	3 041 750	3 498 013
service extérieur	2 000 000	2 200 000	2 420 000	2 662 000	2 928 200
impôts et taxes	146 000	160 600	176 660	194 326	213 759
Salaire du personnel	59 188 800	65 107 680	71 901 648	79 375 013	87 629 981
Amortissement	5 772 500	5 772 500	5 772 500	5 772 500	4 600 000
Charges financières	6 000 000	4 800 000	3 600 000	2 400 000	1 200 000
<b>TOTAL</b>	<b>86 287 300</b>	<b>92 638 780</b>	<b>100 043 608</b>	<b>108 326 169</b>	<b>117 236 090</b>

*Source : Résultat d'analyse personnelle, février 2009*

On trouve que le niveau des charges augmente dans 5ans parce que notre produit ne cesse pas à augmenter.

### 3.2. Les comptes des produits

C'est la somme des recettes obtenues annuellement par chaque activité qui forme le chiffre d'affaires annuel de l'entreprise. En voici donné sous forme de tableau le chiffre d'affaires prévisionnel des 5 premières années d'exercice calculé précédemment.

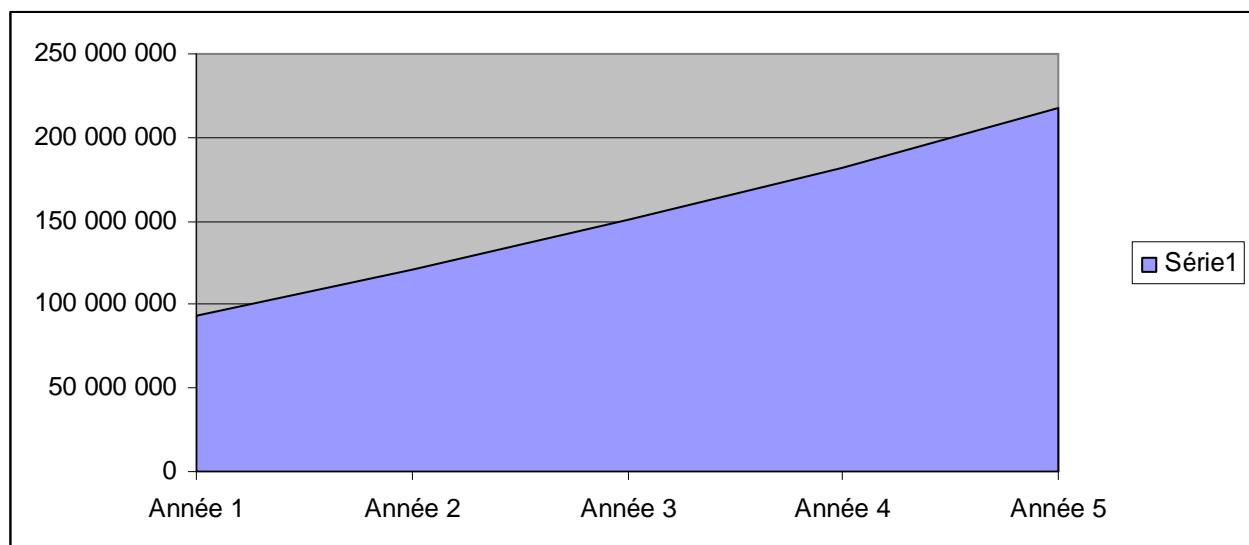
**Tableau n° 31: Représentation des ventes des produits finis (en Ariary)**

Articles	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Cravate	3 500 000	4 160 000	4 867 000	5 624 000	6 434 000
Cache nez	1 500 000	1 664 000	1 838 000	2 024 000	3 190 000
Nappes	30 000 000	36 400 000	43 264 000	50 618 000	58 492 000
couvre lit	7 200 000	8 736 000	10 383 000	12 148 000	14 038 000
vêtement	13 500 000	16 640 000	19 468 800	22 497 000	25 736 000
Echarpe	14 000 000	18 720 000	23 795 000	29 246 000	35 095 000
Linceul	24 000 000	36 400 000	48 672 000	61 867 000	76 040 000
<b>TOTAL</b>	<b>93 700 000</b>	<b>121 160 000</b>	<b>150 666 000</b>	<b>182 340 000</b>	<b>217 274 000</b>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Selon ce tableau, nous recevrons à la première année un chiffre d'affaires de Ar 93 700 000 et de Ar 217 274 000 à la cinquième année donc le chiffre d'affaire augmente et le niveau de notre chiffre d'affaire subit une augmentation de 131,88% dans 5ans pour atteindre environ jusqu'à 217 millions Ar

**Figure N°17 : Evolution du chiffres d'affaire**



Le niveau du chiffre d'affaires est strictement croissant avec une augmentation de 123% dans 5ans.

## **CHAPITRE II : ÉTUDE DE FAISABILITE FINANCIERE**

Généralement l'état financier rassemble le compte de résultat obtenu, le flux de trésorerie en caisse et finalement le bilan.

### **SECTION 1 : LE COMPTE DE RESULTAT PRÉVISIONNEL SUR 5 ANS**

Le compte de résultat prévisionnel regroupe l'ensemble des produits et des charges de l'entreprise pour une période donnée. Par différence des charges et des produits, il fait apparaître le résultat net de la période. C'est un état qui sert à mesurer la performance de l'entreprise, c'est-à-dire, jugé si l'activité est rentable ou non. Mais nous allons présenter dans notre cas le compte de résultat par nature.

### Compte de résultat par nature

La méthode de présentation du compte de résultat par nature fait ressortir les grandeurs.

Tableau N°32 : Compte de résultat par nature

RUBRIQUE	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Chiffre d'affaires	93 700 000	121 160 000	150 666 880	182 340 454	217 274 116
Production stockée					
Production immobilisée					
<b>I- PRODUCTION DE L'EXERCICE</b>	<b>93 700 000</b>	<b>121 160 000</b>	<b>150 666 880</b>	<b>182 340 454</b>	<b>217 274 116</b>
Achats consommés	13 180 000	14 598 000	16 172 800	17 922 330	19 866 651
Services extérieurs et autres consommations	2 000 000	2 200 000	2 420 000	2 662 000	2 928 200
<b>II- CONSOMMATION DE L'EXERCICE</b>	<b>15 180 000</b>	<b>16 798 000</b>	<b>18 592 800</b>	<b>20 584 330</b>	<b>22 794 851</b>
<b>III- VALEUR AJOUTEE D'EXPLOITATION</b>	<b>78 520 000</b>	<b>104 362 000</b>	<b>132 074 080</b>	<b>161 756 124</b>	<b>194 479 266</b>
Charges de personnel	59 188 800	65 107 680	71 901 648	79 375 013	87 629 981
Impôts, taxes et versements assimilés	146 000	160 600	176 660	194 326	213 759
<b>IV- EXEDENT BRUT D'EXPLOITATION</b>	<b>19 185 200</b>	<b>39 093 720</b>	<b>59 995 772</b>	<b>82 186 786</b>	<b>106 635 526</b>
Dotations aux amortissements	5 772 500	5 772 500	5 772 500	5 772 500	4 600 000
<b>V- RESULTAT OPERATIONNEL</b>	<b>13 412 700</b>	<b>33 321 220</b>	<b>54 223 272</b>	<b>76 414 286</b>	<b>101 238 026</b>
Produits financiers					
Charges financières	6 000 000	4 800 000	3 600 000	2 400 000	1 200 000
<b>VI- RESULTAT FINANCIER</b>	<b>- 6 000 000</b>	<b>- 4 800 000</b>	<b>- 3 600 000</b>	<b>- 2 400 000</b>	<b>- 1 200 000</b>
<b>VII- RESULTAT AVANT IMPOTS</b>	<b>7 412 700</b>	<b>28 521 220</b>	<b>50 623 272</b>	<b>74 014 286</b>	<b>100 038 026</b>
Impôts sur les revenus 24%				18 503 571	25 009 507
<b>TOTAL PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES.</b>	<b>93 700 000</b>	<b>121 160 000</b>	<b>150 666 880</b>	<b>182 340 454</b>	<b>217 274 116</b>
<b>TOTAL CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES.</b>	<b>86 287 300</b>	<b>92 638 780</b>	<b>100 043 608</b>	<b>126 829 740</b>	<b>142 245 597</b>
<b>VIII- RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES.</b>	<b>7 412 700</b>	<b>28 521 220</b>	<b>50 623 272</b>	<b>55 510 714</b>	<b>75 028 520</b>

Source : Résultat analyse personnelle selon PCG 2005, février 2009

Le résultat ne cesse pas d'augmenter d'année en année, allant de Ar **7 412 700** jusqu'à

Ar **75 028 520** dans 5 ans.

## **SECTION 2 : BUDGET DE TRESORERIE SUR 5 ANS**

Le plan de trésorerie est une prévision des encaissements et des décaissements pour la période<sup>13</sup>. La trésorerie permet de connaître le niveau de capacité de remboursement de l'entreprise. Elle est déterminée à partir des flux d'encaissement et de décaissement. Les encaissements sont constitués par le capital, l'emprunt et les ventes tandis que les décaissements sont constitués par les investissements, les achats, impôts et taxes, services extérieurs, charges du personnel, remboursement de l'emprunt, charges financières ainsi que l'IR (impôt sur le revenu).

Dans le tableau suivant, nous pouvons constater que la situation de trésorerie de notre entreprise n'aura pas de problème. Il est confirmé que toute la trésorerie est positive durant les cinq années d'exercice. Bref, il n'existera aucun risque de déficit budgétaire. Nous pourrons alors dire que la situation de trésorerie de notre projet est saine.

**Tableau N°33 : Budget de trésorerie**

RUBRIQUE	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Encaissement	93 700 000	121 160 000	150 666 880	182 340 454	217 274 116
Vente	93 700 000	121 160 000	150 666 880	182 340 454	217 274 116
Décaissement	86 514 800	92 866 280	100 271 108	127 057 240	142 848 097
Achats consommés	13 180 000	14 598 000	16 172 800	17 922 330	19 866 651
Services extérieurs et autres c°	2 000 000	2 200 000	2 420 000	2 662 000	2 928 200
Remboursement d'emprunt	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Impôts et taxes	146 000	160 600	176 660	194 326	213 759
Charges financières	6 000 000	4 800 000	3 600 000	2 400 000	1 200 000
Impôts sur le revenu	0	0	0	18 503 571	25 009 507
Charges du personnel	59 188 800	65 107 680	71 901 648	79 375 013	87 629 981
Trésorerie	7 185 200	28 293 720	50 395 772	55 283 214	74 426 020

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Le niveau de trésorerie est fort satisfaisant allant de Ar 7 185 200 à Ar 74 426 020. Nous avons constaté une forte augmentation de trésorerie dans 5ans.

## **SECTION 3 : LE BILAN PREVISIONNEL SUR 5 ANS**

Nous allons d'abord définir en quelques mots la signification de bilan : c'est un tableau qui décrit la situation financière de l'entreprise à une date donnée. On établit le bilan au début et à la fin de l'exercice. Entre ces dates, les opérations effectuées par l'entreprise seront enregistrées dans les comptes de l'actif et du passif.

<sup>13</sup> A. Origène Olivier: Gestion de trésorerie 3<sup>ème</sup> année, année 2005/200

### 3.1. Bilan d'ouverture

C'est un bilan établi dès l'ouverture de l'exercice pour voir la dépendance financière de notre projet

**Tableau N°34 : Bilan d'ouverture (en Ariary)**

ATIFS	Montant	Capitaux propres et passifs	Montant
<b>ANC</b>			
<b>Immobilisations incorp</b>		<b>Capitaux propres</b>	
Frais de développement	500 000	Capital	60 000 000
Logiciel informatique	1 000 000	Résultat	
<b>Immobilisations corp</b>		Report à nouveau	
Terrain	30 000 000	<b>Total CPr</b>	<b>60 000 000</b>
Construction	20 000 000	<b>Passifs non courants</b>	
Outilage	5 000 000	Emprunts et dettes financières	30 000 000
Aménagement	1 000 000		
Matériels de transport	15 000 000		
Matériels de B et MI	3 190 000		
<b>Total des actifs non courants</b>	<b>75 690 000</b>	<b>Total des passifs non courants</b>	30 000 000
<b>AC</b>			
Disponibilité	14 310 000		
<b>Total des actifs courants</b>	<b>14 310 000</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	<b>90 000 000</b>	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	<b>90 000 000</b>

*Source : Résultat analyse personnelle PCG 2005, février 2009*

Au moment de la création de notre entreprise, le capital s'élève à Ar 60 000 000 représentant les 66,67% des passifs divisés en 3 000 actions de Ar 20 000. Et nous allons emprunter Ar 30 000 000 environ 33,33%. Les immobilisations représentent 84,4% des actifs (Ar 75 690 000). Pour assurer l'exploitation de notre projet, nous avons besoin d'un fonds de roulement initial de Ar 14 310 000, environ 25,6% des actifs.

### 3.2 : Bilan de l'année 1

Tableau N° 35 : Bilan de l'année 1 (en Ariary)

<b>ACTIFS</b>	<b>Valeur d'origine</b>	<b>Amortissement</b>	<b>VCN</b>	<b>Capitaux propres et passifs</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>					
<b>Immobilisations incorporelles</b>				<b>Capitaux propres</b>	
Frais de développement	500 000	125 000	375 000	Capital	60 000 000
Logiciel informatique	1 000 000	250 000	750 000	Résultat	7 412 700
<b>Immobilisations corporelles</b>			-	Report à nouveau	
Terrain	30 000 000		30 000 000	<b>Total CPr</b>	<b>67 412 700</b>
Construction	20 000 000	1 000 000	19 000 000	<b>Passifs non courants</b>	
Outilage	5 000 000	500 000	4 500 000	Emprunts et dettes financières	24 000 000
Aménagement	1 000 000	100 000	900 000		
Matériels de transport	15 000 000	3 000 000	12 000 000		
Matériels de B.I.	3 190 000	797 500	2 392 500		
<b>Total ANC</b>	<b>75 690 000</b>	<b>5 772 500</b>	<b>69 917 500</b>	<b>Total passifs non courants</b>	<b>24 000 000</b>
<b>AC</b>					
Disponibilité			15 722 700		
<b>Total AC</b>			<b>15 722 700</b>		
<b>TOTAL ACTIF</b>			<b>91 412 700</b>	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	<b>91 412 700</b>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, selon PCG 2005, février 2009*

Le montant total de bilan prévisionnel de l'année 1 s'élève de Ar 91 412 700. La valeur des immobilisations diminue au fil des années. Nous avons obtenu un résultat positif de Ar 7 412 700 et le niveau de notre trésorerie est satisfaisant.

### 3.3 : Bilan de l'année 2

Tableau N° 36 : Bilan de l'année 2

<b>ACTIFS</b>	<b>Valeur d'origine</b>	<b>Amortissement</b>	<b>VCN</b>	<b>Capitaux propres et passifs</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>					
<b>Immobilisations incorp</b>				<b>Capitaux propres</b>	
Frais de développement	500 000	250 000	250 000	Capital	60 000 000
Logiciel informatique	1 000 000	500 000	500 000	Résultat	28 521 220
<b>Immobilisations corp</b>				Report à nouveau	7 412 700
Terrain	30 000 000		30 000 000	<b>Total CP</b>	<b>95 933 920</b>
Construction	20 000 000	2 000 000	18 000 000	<b>Passifs non courants</b>	
Outilage	5 000 000	1 000 000	4 000 000	Emprunts et dettes fin	18 000 000
Aménagement	1 000 000	200 000	800 000		
Matériels de transport	15 000 000	6 000 000	9 000 000		
Matériels de B et MI	3 190 000	1 595 000	1 595 000		
<b>Total actifs non courants</b>	<b>75 690 000</b>	<b>11 545 000</b>	<b>64 145 000</b>	<b>Total passifs non courants</b>	<b>18 000 000</b>
<b>AC</b>					
Disponibilité			49 788 920		
<b>Total actifs courants</b>			<b>49 788 920</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>113 933 920</b>	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	<b>113 933 920</b>

Source : Résultat de l'analyse personnelle, selon PCG 2005, février 2009

D'après le bilan de l'année2, l'entreprise réalisera un bénéfice de Ar 28 521 220. Le montant total du bilan s'élève à Ar 113 933 920. La somme de Ar 7 412 700 est reportée à nouveau. L'actif net s'élève Ar 64 145 000.

### 3.4 : Bilan de l'année 3

Tableau N°37 : Bilan de l'année 3 (en Ariary)

<b>ACTIFS</b>	<b>Valeur d'origine</b>	<b>Amortissement</b>	<b>VCN</b>	<b>Capitaux propres et passifs</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>					
<b>Immobilisations incorp</b>				<b>Capitaux propres</b>	
Frais de développement	500 000	375 000	125 000	Capital	60 000 000
Logiciel informatique	1 000 000	750 000	250 000	Résultat	50 623 272
<b>Immobilisations corp</b>				Report à nouveau	35 933 920
Terrain	30 000 000		30 000 000	Total CP	146 557 192
Construction	20 000 000	3 000 000	17 000 000	Passifs non courants	
Outilage	5 000 000	1 500 000	3 500 000	Emprunts et dettes fin	12 000 000
Aménagement	1 000 000	300 000	700 000		
Matériels de transport	15 000 000	9 000 000	6 000 000		
Matériels de B et MI	3 190 000	2 392 500	797 500		
<b>Total actifs non courants</b>	<b>75 690 000</b>	<b>17 317 500</b>	<b>58 372 500</b>	<b>Total passifs non courants</b>	<b>12 000 000</b>
<b>AC</b>					
Disponibilité			100 184 692		
<b>Total actifs courants</b>			<b>100 184 692</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>158 557 192</b>	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	<b>158 557 192</b>

Source : Résultat de l'analyse personnelle, selon PCG 2005, février 2009

A la troisième année, le résultat s'élève à Ar 50 623 272 et le montant total du bilan à Ar 158 557 192. Le montant des avoirs s'élève à Ar 100 184 692. La somme de Ar 35 933 920 est reportée à nouveau. L'actif net est de Ar 58 372 500.

### 3.5 : Bilan de l'année 4

Tableau N°38 : Bilan de l'année 4

<b>ACTIFS</b>	<b>Valeur d'origine</b>	<b>Amortissement</b>	<b>VCN</b>	<b>Capitaux propres et passifs</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>					
<b>Immobilisation incorp</b>				<b>Capitaux propres</b>	
Frais de développement	500 000	500 000	-	Capital	60 000 000
Logiciel informatique	1 000 000	1 000 000	-	Résultat	55 510 714
<b>Immobilisation corp</b>			-	Report à nouveau	86 557 192
Terrain	30 000 000		30 000 000	Total CP	202 067 906
Construction	20 000 000	4 000 000	16 000 000	Passifs non courants	
Outillage industriel	5 000 000	2 000 000	3 000 000	Emprunts et dettes financière	6 000 000
Aménagement	1 000 000	400 000	600 000		
Matériels de transport	15 000 000	12 000 000	3 000 000		
Matériels de B et MI	3 190 000	3 190 000	-		
<b>Total actifs non courants</b>	<b>75 690 000</b>	<b>23 090 000</b>	<b>52 600 000</b>	<b>Total passifs non courants</b>	<b>6 000 000</b>
<b>AC</b>					
Disponibilité			155 467 906		
<b>Total actifs courants</b>			<b>155 467 906</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>208 067 906</b>	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	<b>208 067 906</b>

Source : Résultat de l'analyse personnelle, selon PCG 2005, février 2009

D'après ce bilan, on a constaté que la situation de l'entreprise est assez stable, le résultat reste toujours positif et le montant total de bilan prévisionnel de l'année 4 s'élève à Ar 208 067 906, avec un résultat largement positif de Ar 55 510 714. La somme de Ar 86 557 192 est reportée à nouveau. L'actif net s'élève Ar 52 600 000.

### 3.6 : Bilan de l'année 5

Tableau n° 39 : Bilan de l'année 5 (en Ariary)

<b>ACTIFS</b>	<b>Valeur d'origine</b>	<b>Amortissement</b>	<b>VCN</b>	<b>PASSIFS</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>					
<b>Immobilisations incorp</b>				<b>Capitaux propres</b>	
Frais de développement	500 000	500 000	-	Capital	60 000 000
Logiciel informatique	1 000 000	1 000 000	-	Résultat	75 028 520
<b>Immobilisations corp</b>				Report à nouveau	142 067 906
Terrain	30 000 000		30 000 000	Total CP	277 096 426
Construction	20 000 000	5 000 000	15 000 000	Passifs non courants	
Outilage	5 000 000	2 500 000	2 500 000	Emprunts et dettes financière	-
Aménagement	1 000 000	500 000	500 000		
Matériels de transport	15 000 000	15 000 000	-		
Matériels de B et MI	3 190 000	3 190 000	-		
<b>Total actifs non courants</b>	<b>75 690 000</b>	<b>27 690 000</b>	<b>48 000 000</b>	<b>Total passifs non courants</b>	-
<b>AC</b>					
Disponibilité			229 096 426		
<b>Total actifs courants</b>			<b>229 096 426</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>277 096 426</b>	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	<b>277 096 426</b>

Source : Résultat de l'analyse personnelle, selon PCG 2005, février 2009

D'après ce bilan, le montant total est Ar 277 096 426. C'est aussi la fin de remboursement des dettes car le montant de l'emprunt est d'Ar 0. Les dettes sont amorties et certaines immobilisations sont aussi amorties. La somme de Ar 142 067 906 est reportée à nouveau. L'actif net s'élève Ar 48 000 000.

## CHAPITRE III : ÉVALUATION DU PROJET

Ce chapitre est consacré à l'analyse des effets du projet sur les différentes entités économiques concernées comme la collectivité, l'Etat, les salariés, les établissements financiers et les entrepreneurs. Nous allons voir ainsi les sections suivantes.

### SECTION 1 : EVALUATION FINANCIERE, ECONOMIQUE ET SOCIALE

#### 1.1. Evaluation financière

L'objectif de cette évaluation est de veiller à l'effectivité de la rentabilité du projet. Ce projet est jugé pertinent s'il peut réaliser un bénéfice qui pourrait rembourser des dettes au moment voulu. Nous allons donc identifier cette évaluation selon la Valeur Actuelle Nette (VAN), le Taux de Rentabilité Interne (TRI), la Durée de Récupération des Capitaux Investis (DRCI) ainsi que l'Indice de Profitabilité (IP).

##### 1.1.1 : La Valeur Actuelle Nette (VAN)

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

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

Avec **MBA** : Cash-flow ou Marge Brute d'Autofinancement, elle désigne les ressources internes en provenance de ses activités et qui seront destinées à financer des activités futures.

**MBA** = Résultat net + Dotation aux amortissements

**i** : Taux d'actualisation

**n** : durée 5 ans

**I<sub>0</sub>** : montant de l'investissement

Alors, nous allons calculer la valeur de la VAN à partir de la MBA, actualisée au taux de **18%**<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Taux d'actualisation (18%) = taux de la banque centrale (16%) + taux de marge (1%) + taux de risque (1%)

**Tableau N°40: Cash flow actualisé à 18%**

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEES
MBA	13 185 200	34 293 720	56 395 772	61 283 214	80 426 020
Actualisation 18%	0,847458	0,718184	0,608631	0,515789	0,437109
Cash flow Actualisée	<b>11 173 903</b>	<b>24 629 201</b>	<b>34 324 215</b>	<b>31 609 208</b>	<b>35 154 937</b>
Cash flow Actualisée CUM	11 173 903	35 803 104	70 127 319	101 736 527	<b>136 891 464</b>
Investissement					90 000 000
VAN					<b>46 891 464</b>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Soit : **MBA = Résultat net de l'exercice + Amortissement des immobilisations**

Avec  $I_0 = Ar\ 90\ 000\ 000$

Alors,  $VAN = Ar\ 136\ 891\ 464 - Ar\ 90\ 000\ 000 = Ar\ 46\ 891\ 464$

D'où,

$$\boxed{\mathbf{VAN = Ar\ 46\ 891\ 464}}$$

Pour qu'un projet d'investissement soit acceptable, la valeur actuelle nette doit être positive.

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

La valeur actuelle nette mesure l'avantage absolu susceptible d'être retiré d'un projet d'investissement. Elle dépend donc de l'importance du capital investi dans le projet. Enfin, elle ne permet pas de comparer des projets qui exigent des capitaux investis différents.

On peut conclure pour notre part qu'à partir de calcul, la VAN est positive au taux de 18%, ce qui permet de dire que le projet est rentable.

### **1.1.2. : Le Taux de Rentabilité Interne (TRI)**

Le taux de rentabilité interne TRI est le taux pour lequel il existe une équivalence entre le capital investi et l'ensemble des cash-flows. Nous allons donc calculer le taux de rentabilité interne auquel la VAN du présent projet est égale à **0**. On note que si le taux augmente, la VAN diminue. Au taux de 18%, nous arrivons à trouver une VAN positive. Ainsi, nous devrons augmenter ce taux pour que cette valeur soit nulle.

Le TRI se résout de l'équation suivante :

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

**Tableau n°41:MBA actualisée au taux de 35%**

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
MBA	13 185 200	34 293 720	56 395 772	61 283 214	80 426 020
(1,35) <sup>-n</sup>	0,740741	0,548697	0,406442	0,301068	0,223014
Cash flow actualisé	9 766 815	18 816 856	22 921 616	18 450 429	17 936 088
Cash flow actualisé CUM	9 766 815	28 583 671	51 505 287	69 955 716	<b>87 891 804</b>
Investissement					90 000 000
<b>VAN</b>					<b>- 2 108 196</b>

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

D'après ce tableau, la somme de MBA ou Cash flow actualisée au taux de 35% est égale à Ar 87 891 804.

$$VAN = Ar 87 891 804 - 90 000 000 = -2 108 196$$

Si i égal 18%, VAN= 46 891 464

Si i égal 35%, VAN = -2 108 196

Au taux de 35%, le signe de la VAN devient négatif. Nous pouvons conclure que le TRI est donc inclus dans cet intervalle, c'est-à-dire, entre 20% et 35%.

Alors,      20%    < TRI <    35%

$$46 891 464 < 0 < -2 108 196$$

$$\frac{TRI - 20\%}{35\% - 20\%} = \frac{0 - 46891464}{-2108196 - 46891464}$$

$$\boxed{\text{TRI} = 29,27 \%}$$

Théoriquement, le TRI représente le coût maximum du capital susceptible de financer l'investissement. Pour qu'un projet d'investissement soit rentable, il faut que son TRI soit supérieur au taux d'emprunt.

Le TRI est ici supérieur de 20% au taux d'emprunt, le projet est donc pertinent.

### 1.1.3 : Indice de profitabilité (IP)

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

On sait que :

$$IP = \frac{136891464}{90000000} = 1,52$$

**i:** Taux d'actualisation

**MBA:** Cash-flows

**j :** Durée du projet

D'où

$$\boxed{IP=1,52}$$

### 1.1.4 : Délais de récupération des capitaux investis (DRCI)

On entend par DRCI, le temps pendant lequel l'entreprise pourra récupérer le fonds initialement investi. En d'autres termes, il s'agit du temps où le cumul des cash-flows est égal au capital investi.

**Tableau N° 42 : Délais de récupération des capitaux investis (en Ariary)**

	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
MBA	13 185 200	34 293 720	56 395 772	61 283 214	80 426 020
Actualisation 18%	0,847458	0,718184	0,608631	0,515789	0,437109
<b>MBA Actualise</b>	<b>11 173 903</b>	<b>24 629 201</b>	<b>34 324 215</b>	<b>31 609 208</b>	<b>35 154 937</b>
MBA Actualise CUM	11 173 903	35 803 104	70 127 319	101 736 527	<b>136 891 464</b>
Investissement			90 000 000		

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Ce tableau indique que les investissements de Ar 90 000 000 se situent entre :

70 127 319 < 90 000 000 < 101 736 527

3ans < DRCI < 4ans

D'après interpolation linéaire, nous avons trouvé un **DRCI = 3,63**. Le capital investi de Ar 90 000 000 est récupéré après **3ans 7mois 3jours** c'est- à dire le **3 Août de l'année 4**.

Plus le délai de récupération est court, plus l'investissement est réputé intéressant. On admet, en effet, que le risque encouru par l'entreprise est d'autant plus faible que le DRCI. Pour qu'un projet d'investissement soit acceptable, il faut que le délai de récupération soit inférieur au délai fixé par l'entreprise. Ainsi l'investissement initial sera récupéré après 3ans 7mois 3jours.

Pour que l'investissement soit rentable, il est nécessaire que l'IP soit supérieur à 1. Dans notre cas, l'IP est strictement supérieur à 1. Alors, l'investissement est acceptable et cet indice nous permet de dégager la rentabilité par unité d'investissement. On peut dire que l'IP est égal à 1,52, ce qui signifie que 1 Ariary investi génère 0,52 Ariary de bénéfice.

## 1.2: Evaluation économique<sup>15</sup>

Nous allons établir une évaluation économique de ce projet à partir des différents soldes du compte de résultat par nature :

- La valeur ajoutée mesure la contribution de chaque entreprise et son personnel à l'économie du pays. L'entreprise produit des biens et services mais elle consomme une partie de la production des autres entreprises. Seule la différence entre cette production et cette consommation accroît la valeur de la production nationale. C'est un indicateur de poids économiques de l'entreprise. Elle permet :

De classer les entreprises selon un critère de taille

De mesurer l'importance relative des diverses activités exercées dans l'entreprise

D'apprecier le développement et la régression de l'activité de l'entreprise

Elle rend compte de l'efficacité de ses moyens d'exploitation.

- L'EBC est un bon indicateur des performances industrielles et commerciales de l'entreprise.

- Le résultat avant impôts permet d'analyser le résultat d'une entreprise sans que le jugement soit altéré en raison des éléments à caractère exceptionnel ou fiscal.

- Le résultat net de l'exercice bénéficie d'une meilleure diffusion auprès des tiers que les autres soldes car il apparaît aux capitaux propres et passifs du bilan. Sa signification est altérée par le poids des éléments à caractère financier et ordinaire.

La mise en place de ce projet engendre un développement au niveau régional et à l'économie nationale que ce soit en matière fiscale ou sur le niveau de vie des personnes concernées. Cette entreprise pourrait aussi prendre part à la diminution de l'importation qui entraînerait par la suite une diminution de la sortie de devise. Ce projet pourrait également augmenter le nombre des visiteurs dans la région, donc une recette supplémentaire à gagner.

---

<sup>15</sup> G. Langlois, M. Mollet : Analyse comptable et financière

### **1.3 : Evaluation sociale**

Il est indiscutable que ce projet participe à la création d'emploi. Par conséquent, il contribue à une augmentation du nombre des personnes actives. L'effectif du personnel varie de 26 à 32, ces personnes obtiendraient du travail, d'où la participation de ce projet à la réduction du taux de chômage.

Il est aussi évident que ce projet améliore la situation sociale des personnes concernées par les la rémunération du personnel. Certaines personnes peuvent épargner ou investir dans ses besoins.

## **SECTION 2 : EVALUATION EN TERMES DES RATIOS**

L'analyse de ratios présente des indicateurs pertinents pour l'analyse financière grâce à des valeurs à la fois synthétiques et comparatives. A partir de ratios, on peut analyser la situation d'une entreprise à un moment donné. Ils permettent au responsable financier d'une entreprise d'apprécier les chiffres portés au bilan, d'examiner les postes concernés. Pour comprendre et expliquer un ratio, il suffit de rechercher le lien économique entre les deux grandeurs choisies.

Les ratios de structures financières, de rentabilité financière et de rentabilité commerciale sont suffisants pour apprécier le niveau de rentabilité et la croissance des activités du projet<sup>16</sup>.

#### **2.1. : Le ratio de structure financière**

Ce sont des ratios relatifs aux différents postes du bilan. On va donc les présenter et calculer à l'aide du tableau suivant :

**Tableau n°43 : Ratios de structures financières**

Libellés	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE5
Capitaux propres (CPr)	89 412 700	89 412 700	225 840 400	304 129 610	402 409 069
Capitaux permanents (Cpe)	113 412 700	164 013 900	237 840 400	310 129 610	402 409 069
Actifs Non Courant (ANC)	69 917 500	64 145 000	58 372 500	69 917 500	48 000 000
R1=CPr/ANC	1,28	1,39	3,87	4,35	8,38
R2=CPr/Cpe	0,79	0,55	0,95	0,98	1,00

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Le ratio R<sub>1</sub> permet d'analyser à quel point les capitaux permanents arrivent à financer les valeurs de l'actif non courant. On peut en tirer que dès le début de l'année, le taux de couverture est supérieur ou égal à 1.28. L'entreprise dispose en effet de fonds pour acquérir de nouvelles immobilisations.

<sup>16</sup> RAZAFIMBELO Florent : Gestion prévisionnel 2<sup>ème</sup> Année, Année 2005-2006

Le ratio  $R_2$  permet d'analyser l'autonomie financière de l'entreprise et exprime son degré d'indépendance vis-à-vis de ses créanciers. Ce taux est supérieur ou égal à 0,55. On a constaté d'après ce tableau que le ratio augmente toujours. Dès le début de l'année, l'entreprise commence à enregistrer des recettes et à payer ses dettes.

### **2.2. : Ratio de rentabilité financière**

Il mesure l'efficacité avec laquelle l'entreprise utilise ses fonds propres et conditionne sa croissance. En d'autres termes, il mesure la rentabilité de l'usage de l'actif total de l'entreprise.

**Tableau N°44: Ratio de rentabilité financière**

Libellés	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Capitaux propres (CPr)	89 412 700	89 412 700	225 840 400	304 129 610	402 409 069
Résultat net (RN)	29 412 700	56 601 220	79 826 472	78 289 210	98 279 458
$R_3 = RN/CPr$	0,33	0,63	0,35	0,26	0,24

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Le ratio  $R_3$  indique la rentabilité des capitaux propres et mesure la rentabilité de fonds apporté par les associés. Ce ratio est satisfaisant allant de 0,24 à 0,63.

### **2.3. : Ratio de rentabilité commerciale**

Ce sont des ratios relatifs au compte de résultat. On va donc les présenter et calculer à l'aide du tableau suivant :

**Tableau n°45 : Ratio de rentabilité commerciale**

Libellés	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5
Résultat net (RN)	29 412 700	56 601 220	79 826 472	78 289 210	98 279 458
EBE	41 185 200	67 173 720	89 198 972	112 558 114	137 636 778
CA	115 700 000	149 240 000	179 870 080	212 711 782	248 275 368
$R_4 = RN/CA$	0,25	0,38	0,44	0,37	0,40
$R_5 = EBE/CA$	0,36	0,45	0,50	0,53	0,55

*Source : Résultat de l'analyse personnelle, février 2009*

Le ratio  $R_4$  traduit le ratio de marge nette. Il mesure la capacité de l'entreprise à générer un bénéfice net à partir du chiffre d'affaire. La profitabilité croissante de l'activité vérifie l'évolution de ce ratio durant les cinq premières années d'activité. Ce ratio augmente et est satisfaisant.

Le ratio  $R_5$  montre le ratio de marge d'exploitation. Il mesure la performance de l'entreprise indépendamment de l'incidence d'investissement et de la politique financière. On a remarqué que tous les ratios sont presque identiques ; ce qui signifie que l'activité de notre entreprise est rentable.

### **SECTION 3 : CADRE LOGIQUE DU PROJET<sup>17</sup>**

C'est un outil utilisé dans la planification, la gestion, le suivi, et l'évaluation d'un programme ou d'un projet. C'est un tableau à double entré permettant d'organiser les éléments interdépendants essentiels du projet. C'est l'outil quotidien.

---

<sup>17</sup> RAVAITERA Farasoa et al : Entrepreneuriat et gestion de projet 4<sup>ème</sup> année, année2006/2007

**Tableau N°46 : Cadre logique**

	<b>LOGIQUE D'INTERVENTION</b>	<b>INDICATEUR OBJECTIVEMENT VERIFIABLE</b>	<b>SOURCE DE VERIFICATION</b>	<b>HYPOTHESES</b>
<b>Objectifs globaux</b>	-Contribuer au développement économique, social de la région	-Diminution du taux de chômage de la commune	-Rapport statistique	-Appuis du responsable administratif de la région
	-Satisfaction des clients sur le produit	-Augmentation de la demande de produit	-Bon de commande	-Existence des personnes ressources compétentes
	-Augmenter le pouvoir d'achat des salariés	-30 personnes ayant du travail	-P.V. du responsable dans l'entreprise	-Confiance des partenaires
<b>Objectif spécifique</b>	-Créer une unité de transformation de vers à soie	5900 à 9400 articles vendus par an	-Facture	-Crédibilité du Gérant
<b>Résultats</b>	-Réalisation de productivité du vers à soie	-5 000 m <sup>2</sup> de terrain	-Descente sur terrain	-Existence financière
	-Augmentation de vente du produit dérivé du vers à soie	-Augmentation de la production à 20% par an	-Rapport des responsables dans l'entreprise	-Existence de la demande sur le marché
<b>Activités</b>	-Acquittions de matériels	-2 ordinateurs, 1 voiture, 5 tables de bureau, différents matériels...	-Bon de réception livraison	- Consentement de fournisseur
	- Construction de bâtiment	-Installation fonctionnelle, 1 bâtiment	-Descente sur terrain	- Existence de techniciens et entrepreneurs compétents
	-Montage des matériels	-Installation fonctionnelle	- Descente sur terrain	- Existence de matériel sur le marché
	-Recrutement du personnel	- 30 employés	- Fiche de paye	- Consentement des employés
<b>Intrants</b>	- Organisation institutionnelle - Achat des matières premières	-Raison sociale - Cocon en Kg	-Brevet de construction - Facture	- population sensible sur les matières premières

**CONDITIONS PREALABLES** :- Autorisation de l'Etat

- Personne ressource compétente
- Moyens financiers disponibles suffisants

## CONCLUSION PARTIELLE

En définitif, cette partie consiste à étudier la situation financière du projet. On a pu y faire une analyse sur les coûts d'investissement pour que l'entreprise ne soit pas trop dépensiére et pour qu'on puisse éviter tous les effets pervers. On a pu prévoir les résultats de toutes les études précédentes que l'on espère toujours croissantes. Bref, cette partie est la plus importante dans ce projet parce qu'on peut identifier à quel point le projet est rentable aussi bien dans le domaine financier que dans le domaine socio-économique

## CONCLUSION GENERALE

Généralement, quand on parle de soie, on pense tout de suite à la soie issue du Bombyx mori, insecte importé à Madagascar et dont l'origine est la Chine. Le Landibe est considéré comme un affaire de tradition et synonyme de linceul (Lambamena). Une tradition très ancienne et très profondément ancrée dans l'âme malgache. Cette tradition veut que les descendants s'occupent leurs ancêtres et nettoient leur corps ou ce qu'il en reste régulièrement, lors des fêtes de l'exhumation.

Depuis une trentaine d'années, on a constaté que le produit tiré du Landibe se vend très cher. Aussi, l'a-t-on remplacé par d'autres matériaux plus courants car sa production n'arrive plus à satisfaire les besoins. Or il peut constituer une matière première intéressante et pratiquement d'égale valeur que la soie classique. Son intérêt réside dans le fait que son élevage est plus facile et plus rentable que celui de Landikely.

Le vers à soie s'élève tout seul, se nourrit en liberté dans la nature, tandis que l'élevage du Bombyx mori nécessite un centre de grainage coûteux et des soins méticuleux avec production de feuille de mûrier.

Autre grand intérêt est que le développement de la production de vers à soie aborde non seulement le problème de l'amélioration de la production nationale mais également celui de la protection de la nature et de l'environnement.

Pour cela, il faudrait mettre en place un programme d'action que l'on pourrait regrouper sous trois volets :

- Protéger les forêts de Tapia actuelles et améliorer la gestion de l'exploitation des cocons. Avec la responsabilisation des villageois, les forêts de Tapia devront être protégées contre les feux de brousse et l'exploitation irrationnelle de leur bois afin de permettre aux vers à soie de proférer.
- Développer le marché de produit dérivé de vers à soie en développant la production du ver à soie. Par conséquent, le revenu global des paysans augmentera la réaction d'une structure d'encadrement.
- Conforter le développement des activités des paysans, des tisserands et des commerçants qui constituent le maillon principal au développement effectif du marché de vers à soie.

Ce programme d'action doit aboutir aux résultats suivants :

- Participation effective des communautés rurales à la préservation des forêts;
- Augmentation de la production de Landibe et partant du revenu du paysan cueilleur de cocons ;

- Amélioration de la qualité des produits finis issus du ver à soie et leur diversification pour répondre aux exigences d'une nouvelle clientèle.
- Diminution de taux d'importation des produits soyeux à Madagascar

Ce projet consiste à créer une entreprise productrice d'articles fabriqués à partir de la soie naturelle, une filière dont le marché est très profitable vu l'insuffisance de l'offre par rapport à la demande. Nous avons pu déduire des parties que l'utilisation des techniques traditionnelles ne représente pas un obstacle dans la production car cela garde au contraire la bonne qualité du produit. Ce qui signifie qu'on a besoin de personnel compétent à chaque responsabilité au sein de la société. En outre, la moriculture et la sériciculture ont un impact sur la capacité de production puisque ces dernières constituent la base de ce projet. A part cela, il est certain que sans une bonne structure d'organisation, une entreprise ne peut pas fonctionner bien et n'arrive jamais à atteindre son but faute de manque de communication entre les personnes au sein de la société.

Pour ce projet, nous avons déjà déterminé notre clientèle cible et envisageons de prendre 21,05% du marché dans 5ans. Nous avons déjà acquis toutes les techniques utiles pour faciliter la production, adopté une structure efficace et adaptable, évalué notre capacité de production.

Nous avons montré l'efficience de ce projet. Le résultat varie de Ar 7 412 700 à Ar 75 028 520 dans cinq ans. La trésorerie varie de Ar 7 185 200 à Ar 74 426 020. Nous avons trouvé également une VAN positive au taux d'actualisation de 18% de Ar 46 891 464, un DRCI = 3 ans 7 mois 3jours < 5ans, un TRI = 29,27% supérieur au taux d'emprunt de 20%, une IP = 1,52 supérieur à 1. Le projet est donc rentable et viable. Ce projet affecte aussi les situations économique et sociale du pays.

L'objectif de développement pour Madagascar consiste à réduire le taux de pauvreté à travers la promotion d'un développement rapide et durable. Pour atteindre cet objectif, il est primordial d'adopter une approche intégrée à travers le passage de l'économie de subsistance à l'économie de marché, en créant une articulation entre l'économie rurale et l'économie industrielle.

## *ANNEXE*

## **LISTE DES ANNEXES**

**Annexe I : Description de la commune Ambositra II**

**Annexe II : Questionnaires**

**Annexe III : Amortissements des immobilisations**

**Annexe IV : Charge du personnel**

**Annexe V : Figure du vers à soie**

## ***ANNEXE I***

### **DESCRIPTION DE LA COMMUNE AMBOSITRA II**

#### **1. Situation géographique**

##### **1.1. Localisation de la commune :**

La commune d'Ambositra II se trouve à la périphérie de la commune urbaine d'Ambositra.

Le bureau de la commune se localise d'ailleurs au niveau de cette dernière.

La commune Ambositra II comprend 23 Fokontany, selon le tableau suivant :

**Tableau3 : liste des fokontany.**

rdre	Dénomination	Distance par rapport au Chef Lieu (km)	Orientation géographique	Accessible en voitures	
				Oui	Non
1	Ambalapary	2.5	Est		X
2	Ambatolahy	7	Est		X
3	Ambohiponana	4.5	Nord Ouest	X	
4	Anapemby	3.5	Est		X
5	Andranovory Miezaka	4.5	Nord Ouest	X	
6	Andravatsilefy	2	Est	X	
7	Andriamanalina Betsileo	3.5	Sud Ouest	X	
8	Andriambelomby	4.5	Nord Est	X	
9	Ampila	3	Nord Ouest	X	

0	Antanifotsy	10.5	Est		X
1	Antsahavita	6	Nord Est		X
2	Fasimena	2.5	Nord Est	X	
3	Manisa	10.5	Nord Est	X	
4	Anjoma Masapoana	10	Nord Est	X	
5	Soanierana	4	Sud Ouest	X	
6	Talaky	7	Nord Est	X	
7	Tsarahasina	3	Sud Ouest	X	
8	Tsaratanàna	2	NordOuest	X	
9	Tsimitonono	4	Est	X	
0	Vatambe	7	Est		X
1	Vinaninoro	14	Nord Est	X	
2	Vohimalaza	6	Nord Ouest		X
3	Voalazato	9	Nord Est	X	

*Source : Commune Ambositra II, Juin 2007*

## 1.2. Les communes limitrophes

La commune d'Ambositra II délimitée au nord par la Commune de Tsarasaotra ; au nord-est par la commune d'Imito ; à l'Est par la Communes Imerina Imady et de Fehizay; à l'ouest par la Communes d'Andina et d'Ivony; au sud par la commune d'Akazoambo. La commune urbaine se

trouve tout au milieu de la commune d'Ambositra II Elle s'étend sur une superficie de 96 Km<sup>2</sup>. et se retrouve sur 1800 m d'altitude.

## **2. Les ressources de la commune :**

### **2.1 Les ressources humaines :**

La population d'Ambositra II compte 15 839 habitants de densité 323 habitants par Km<sup>2</sup> et en moyenne 7 personnes par ménage

Voici la répartition de la population par activité :

Agriculteurs et éleveurs : 85%

Artisans : 12%

Commerçants : 10%

Fonctionnaires : 3%

On trouve que la plupart de la population est agriculteur et éleveur

### **2.2. Les ressources des activités économiques :**

La superficie totale cultivée est de 1 886 ha dont 1 089 ha pour le riz. Le nombre de retenue d'eau est de 03 ; la superficie totale irriguée est de 1 089 ha et la superficie aménageable est de 5 250 ha.

Les principaux produits sont les produits vivriers (riz ; maïs ; apemby) ; les produits fruitiers (mangues, oranges) et les cultures de rente (la culture du piment et du géranium pour en extraire de l'huile essentielle commence à se développer au niveau de quelques fokontany).

Les problèmes de l'agriculture sont nombreux mais les plus importants sont les suivants :

- Des outils agricoles rudimentaires ne permettant pas aux villageois d'intensifier leur production.
- Non maîtrise de l'eau due à l'insuffisance des infrastructures hydro agricoles. Les infrastructures existantes ne permettent pas l'exploitation de toutes les surfaces aménageables.
- Des sols pauvres, nécessitant un apport important de fertilisation. Une situation aggravée par la pratique des feux de brousse.
- Accès difficile au crédit rural, ne permettant pas l'achat des intrants agricoles (engrais, semences, insecticides) et d'autres petits équipements agricoles.
- Dégradation des pistes rurales qui enclave les zones de production

- Instabilité des prix imposés par les collecteurs
- Manque d'encadrement sur les nouvelles techniques culturelles.
- Prolifération des parasites et ravageurs des cultures. En plus, l'utilisation des produits phytosanitaire n'est pas courante dans la zone.

### **2.3. Ressource socio- culturelles :**

L'âge de la population scolarisée est de 6 à 14 ans. Ils sont au nombre de 5250. Le taux de scolarisation est de 89 %. Par contre, la commune ne possède pas de données quant aux taux d'achèvement au niveau de CM1, CM2, et du taux d'alphabétisation des adultes.

## *ANNEXE II*

### **QUESTIONNAIRES ADRESSES AUX CONSOMMATEURS**

#### **1) En quoi la soie est- elle utile ?**

- Linceul
- Couverture
- Nappe
- Autre

#### **2) A quel prix souhaiteriez- vous acheter la soie ?**

- Moins de 10 000 Ar
- 10 000 à 20 000 Ar
- 20 000 à 40 000 Ar
- Plus de 40 000 Ar

#### **3) Où souhaiteriez- vous acheter la soie ?**

- Au marché
- A la galerie
- A la grande surface
- A la boutique
- Autres

#### **4) Quand est ce que vous achetez la soie ?**

- Cérémonie
- Deuil
- Exhumation
- Autres

#### **5) Conseillez- vous d'acheter des articles en soie ?**

- Eventuellement
- Probablement
- Sûrement
- Jamais

#### **6) Attachez- vous de l'importance au marque du produit ?**

- Toujours
- Beaucoup
- Indifféremment

Pas du tout

**7) Comment trouvez- vous les gens qui s'habillent en soie ?**

Classe

Mauvais goût

Assez

Pas mal

**8) Comment jugez- vous le prix de la soie sur le marché ?**

Trop cher

A la portée de tous

A bas prix

Pour les riches

**9) A part l'habillement, le linceul, l'article en soie vous est-il utile ?**

Nappe

Couvre lit

Couverture

Vêtement

Cache nez

Autre

**10) Pourquoi achetez vous de la soie ?**

Classe

Prestige

A la mode

Par hasard

Plus léger à porter

**11) Vous est-il déjà arrivé d'offrir un ou des articles d'art en soie ?**

Oui

Rarement

Jamais

Eventuellement

**12) Connaissez-vous la durée de longévité de la soie ?**

Oui

Non

**13) A votre avis, qui achète plus l'art en soie ?**

Les hommes

Les femmes

**14) Selon vous, les arts en soie sont- ils font pour ?**

Homme

Femme

Standard

**15) On dit que la soie est pour les défunts, qu'en pensez- vous ?**

Tout à fait d'accord

Pas d'accord

Peut être

**16) Comment aimeriez- vous les tissus en soie ?**

Uni

Imprimé

**17) Que pensez- vous de la décoration en soie ?**

Bien

Assez

Mal

**18) De quelle nuance aimeriez- vous pour la décoration ?**

Sombre

Claire

Autres

**19) A quelle occasion louez-vous ces articles ?**

Fête

Baptême

Mariage

Anniversaire

**20) Quel article proposez- vous à mettre en vente sur le marché ?**

## **QUESTIONNAIRE ADRESSE AUX PRODUCTEURS**

**1- Pouvez-vous nous donner le nom de votre association ou autres (à préciser) ?**

**2- Depuis combien d'année faites-vous cet article?**

< 2 ans

Entre 2 et 5 ans

> 5 ans

**3- Quels sont vos articles ?**

**4-Est-ce que vous effectuez vous-même la transformation ?**

**5- Quand pensez-vous de vos matériels et équipements de production ?**

Archaïques

Insuffisants

Moyens

Modernisée

**6- Quel est votre processus de production ?**

Sur commande

Autres (à préciser)

**7- Avez vous suivi des formations ?**

**8- Si oui,**

Bac

Sur le tas

Etudes supérieures

Autres

**9- Quel est votre niveau de production annuelle de l'article ?**

**10- Pensez-vous que c'est suffisant ?**

**11- À quel prix proposez-vous ces produits aux clients ?**

- Nappe :                  40 000 ou 50 000 ou 60 000
- Sac :                  10 000 ou 15 000 ou 20 000
- Couvre lit :            10 000 ou 15 000 ou 30 000
- Cache nez :           1 000 ou 1 500 ou 2 000
- Autre

**12- Qu'en pensez-vous du marché de ce produit (article) ?**

- Libre
- Saturé
- Autres (à préciser)

### ANNEXE III

#### LES AMORTISSEMENTS

##### Amortissement de Frais de développement immobilisable (Durée = 4ans)

Année	VDP	Taux (%)	Amortissement	Cumul	VCN
ANNEE 1	500 000	25	125 000	125 000	375 000
ANNEE 2	375 000		125 000	250 000	250 000
ANNEE 3	250 000		125 000	375 000	125 000
ANNEE 4	125 000		125 000	500 000	-

##### Amortissement de Logiciels informatiques et assimilés (Durée = 4ans)

Année	VDP	Taux (%)	Amortissement	Cumul	VCN
ANNEE 1	1 000 000	25	250 000	250 000	750 000
ANNEE 2	750 000		250 000	500 000	500 000
ANNEE 3	500 000		250 000	750 000	250 000
ANNEE 4	250 000		250 000	1 000 000	-

##### Amortissement de Construction de bâtiment (D=5 ans)

Année	VDP	Taux (%)	Amortissement	Cumul	VCN
ANNEE 1	20 000 000	20	4 000 000	4 000 000	16 000 000
ANNEE 2	16 000 000		4 000 000	8 000 000	12 000 000
ANNEE 3	12 000 000		4 000 000	12 000 000	8 000 000
ANNEE 4	8 000 000		4 000 000	16 000 000	4 000 000
ANNEE 5	4 000 000		4 000 000	20 000 000	-

##### Amortissement d'Installation technique et Agencement, aménagements (D = 5ans)

Année	VDP	Taux (%)	Amortissement	Cumul	VCN
ANNEE 1	1 000 000	20	200 000	200 000	800 000
ANNEE 2	800 000		200 000	400 000	600 000
ANNEE 3	600 000		200 000	600 000	400 000
ANNEE 4	400 000		200 000	800 000	200 000
ANNEE 5	200 000		200 000	1 000 000	-

##### Amortissement de Matériel de transport (D=5ans)

Année	VDP	Taux (%)	Amortissement	Cumul	VCN
ANNEE 1	15 000 000	20	3 000 000	3 000 000	12 000 000
ANNEE 2	12 000 000		3 000 000	6 000 000	9 000 000
ANNEE 3	9 000 000		3 000 000	9 000 000	6 000 000
ANNEE 4	6 000 000		3 000 000	12 000 000	3 000 000
ANNEE 5	3 000 000		3 000 000	15 000 000	-

**Amortissement de Matériel de bureau et matériel informatique (Durée = 4ans)**

Année	VDP	Taux (%)	Amortissement	Cumul	VCN
<b>ANNEE 1</b>	3 190 000	25	797 500	797 500	2 392 500
<b>ANNEE 2</b>	2 392 500		797 500	1 595 000	1 595 000
<b>ANNEE 3</b>	1 595 000		797 500	2 392 500	797 500
<b>ANNEE 4</b>	797 500		797 500	3 190 000	-

**Amortissement outillage industriel (D = 10 ans)**

Année	VDP	Taux (%)	Amortissement	Cumul	VCN
<b>ANNEE 1</b>	5 000 000	10	500 000	500 000	4 500 000
<b>ANNEE 2</b>	4 500 000		500 000	1 000 000	4 000 000
<b>ANNEE 3</b>	4 000 000		500 000	1 500 000	3 500 000
<b>ANNEE 4</b>	3 500 000		500 000	2 000 000	3 000 000
<b>ANNEE 5</b>	3 000 000		500 000	2 500 000	2 500 000

***ANNEXE IV***

**CHARGE DU PERSONNEL**

**Evolution de l'effectif et salaire**

Tâches	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	ANNEE 4	ANNEE 5	Salaire par mois	Salaires par an
Dirigeant	1	1	1	1	1	600 000	7200000
RAF	1	1	1	1	1	400 000	4800000
RMC	1	1	1	1	1	400 000	4800000
RTP	1	1	1	1	1	400 000	4800000
OUV	18	18	20	22	24	110 000	23760000
chauffeur	2	2	2	2	2	100 000	2400000
Gardien	2	2	2	2	2	100 000	2400000
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>32</b>	<b>2 110 000</b>	<b>50 160 000</b>

**Détermination des charges de personnel :**

Rubrique	N1	N2	N3	N4	N5
Augmentation	1	1,1	1,21	1,331	1,4641
Salaire annuel	50 160 000	55 176 000	60 693 600	66 762 960	73 439 256
2 ouvriers suppl			240 000	264 000	319 440
2 ouvriers suppl				240 000	264 000
2 ouvriers suppl					240 000
<b>TOTAL</b>	<b>50 160 000</b>	<b>55 176 000</b>	<b>60 933 600</b>	<b>67 266 960</b>	<b>74 262 696</b>
OSIE 5%	2 508 000	2 758 800	3 046 680	3 363 348	3 713 135
Cnaps 13%	6 520 800	7 172 880	7 921 368	8 744 705	9 654 150
<b>TOTAL</b>					
<b>Charges du personnel</b>	<b>59 188 800</b>	<b>65 107 680</b>	<b>71 901 648</b>	<b>79 375 013</b>	<b>87 629 981</b>

## **ANNEXE V**

### **FIGURE DU VERS À SOIE**



#### **Vers à soie**

La chenille du bombyx du mûrier (*Bombyx mori*), appelée ver à soie, se nourrit de feuilles de mûrier avant de s'enfermer dans un cocon de soie pour s'y métamorphoser en papillon. La sériciculture (élevage du ver à soie) est pratiquée dans les régions centrales et méridionales de la Chine, notamment dans le delta du Yang-tseu-kiang. La soie naturelle de Chine, très réputée, est une production traditionnelle millénaire.

## **Bibliographie**

### **OUVRAGES :**

- *BIT L'artisanat à Madagascar. éléments pour la définition d'une politique,* 1987
- *DIAGJE, Daouda, et al. Les organisations paysannes et rurales, France, 1995,* Mars, 84
- *FAO diverses notes et correspondances concernant le Landibe de Madagascar*
- *LENDREVIE, Jacques, et la. Théorie et pratique du marketing France, 1983,* Juillet, 513P
- *GUIGOU, Joseph ; La soie naturelle, le Landibe et le Bombyx mori étude technico économique, Madagascar, 1989,214 p*
- *Ministère de l'agriculture. La sériciculture à Madagascar, Madagascar,* 1906,293p
- *Naivohanitra, Ludovie, et al. Valorisation de l'exploitation et du développement du Landibe à Madagascar, Madagascar, 1<sup>er</sup> ed, 1992,62p*
- *Rambeloarisoa, Tlené, et al. Valorisation de l'exploitation et du développement du Landibe à Madagascar, régénération du peuplement nourricier du Landibe, Madagascar, 2<sup>e</sup> ed, 1993,62p*
- *Rapport sur le Landibe ou Borocera Madagascariensis.*

## **COURS :**

- Andriamandroso Noroarimanga : *Emprunts indivis*, Mathématiques financières 1<sup>ère</sup> année, année 2003/2004.
- Loyens Mbola : *Etude marketing*, Marketing 1<sup>ère</sup> année, année 2003/2004.
- Andriamasimanana Origène olivier : *Budget et plan de trésorerie*, Gestion de trésorerie 3<sup>ème</sup> année, année 2005/2006.
- Razafimbelo Florent : *Gestion financier* 4<sup>ème</sup> année, année 2006/2007
- Mourad Abdourasoul : *Diagnostic stratégique*, Politique générale de l'entreprise 4<sup>ème</sup> année, année 2006/2007.
- Rahajarizaka Richard : *Gestion des ressources humaines*, 4<sup>ème</sup> année, année 2006/2007.
- Ranorovololona Aimée Lucie : *Les sociétés commerciales*, Comptabilité 3<sup>ème</sup> année, année 2005/2006.
- Ravalitera F. et Ramarison E.: *Entreprenariat et gestion de projet*, 4<sup>ème</sup> année, année 2006/2007.
- Ravonjiarison Cousin Germain : *Structure de l'entreprise*, Organisation 1<sup>ère</sup> année, année 2003/2004.

## **SITE WEB :**

- <http://www.soie-madagascar.com>
- <http://www.soie-madagascar.come/mode-soie-qualité.html>
- <http://www.unido.org/index.php?id=65252>

# TABLE DES MATIERES

**REMERCIEMENTS**

**SOMMAIRE**

**LISTE DES TABLEAUX**

**LISTE DES FIGURES**

**LISTE DES ABREVIATONS**

**INTRODUCTION.....1**

**PARTIE 1 : IDENTIFICATION DU PROJET.....4**

**Chapitre I : Présentation du projet.....5**

**Section 1 : Justification du projet.....5**

1.1 : Analyse de la situation.....	5
1.1.1 : Une tradition porteuse d'avenir.....	5
1.1.2 : Une activité ancrée dans la tradition.....	6
1.1.3 : Une relance de la filière.....	6
1.1.4 : Les réels atouts de la filière.....	7
1.1.5. Les handicapes de la filière.....	7
1.2 : Intérêts du projet.....	8
1.2.1. Le profit.....	8
1.2.2. La création d'emploi.....	8
1.2.3. Le développement socio- économique.....	9

**Section 2 : Caractéristiques du projet.....11**

2.1 : Etude descriptive du projet.....	11
2.2 : Objectifs du projet.....	12
2.3 : Activité de l'entreprise .....	12
2.4 : Caractéristique des forme juridiques.....	12
2.4.1. Caractéristique des société.....	13
2.4.2. Comparaison.....	14
2.4.3. Choix des statuts.....	14
2.5. Fiche signalétique de l'entreprise.....	14
2.6. SARL.....	15
2.6.1. Condition de fonds .....	15
2.6.2. Condition de forme.....	15
2.6.3. Démarche relatives pour la constitution d'un SARL.....	15

<b>Section 3 : Raison du choix de lieu d'implantation .....</b>	<b>16</b>
<b>Chapitre II : Etude du marché visé.....</b>	<b>18</b>
<b>Section 1 : Analyse de la demande.....</b>	<b>18</b>
1.1. Analyse quantitative de la demande.....	18
1.1.1 : Nature et caractéristique de la demande.....	18
1.1.2. Consommateurs.....	19
1.1.3. Ciblage et segmentation du marché.....	19
1.4. Analyse du comportement des clients.....	20
1.1.5. Motivation de consommateur.....	20
1.2. Analyse quantitative de la demande au niveau national.....	20
<b>Section 2 : Analyse de l'offre.....</b>	<b>22</b>
2.1. Les produits.....	22
2.2. Distribution des produits.....	22.
<b>Section 3 : Analyse de la concurrence.....</b>	<b>24</b>
3.1. Les concurrents directs.....	24
3.2. Les concurrents indirects.....	26
3.3. La part de marché de l'entreprise et l'évolution de la part de marché.....	27
<b>Chapitre III : Etude de la stratégie marketing.....</b>	<b>29</b>
<b>Section 1 : Stratégie marketing.....</b>	<b>29</b>
1.1. Marketing en tant qu'ensemble de technique.....	29
1.2. Marketing en tant qu'état d'esprit.....	29
<b>Section 2 : Les stratégies Marketing à adopter.....</b>	<b>31</b>
2.1. Stratégie pull et push.....	31
2.2. Choix .....	31
<b>Section 3 : Politiques marketing.....</b>	<b>32</b>
3.1. : Politique de produit.....	32
3.2 : Politique de prix.....	32
3.3 : Politique de distribution.....	33
3.4 : Politique de communication.....	34
3.4.1. Types.....	34
3.4.2. Caractéristiques des médias.....	35
CONCLUSION PARTIELLE.....	37

<b>PARTIE 2 : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATIONNELLE DU PROJET.....</b>	<b>39</b>
<b>Chapitre I : Technique de réalisation.....</b>	<b>40</b>
<b>Section 1 : Identification des moyens de production.....</b>	<b>40</b>
1.1. Matériel et équipement.....	40
1.2..Matière première.....	40
1.2.1. .La production des cellules.....	41
1.2.2. La préparation de la soie.....	42
1.3. Les moyens humains.....	42
1.4. Moyens financiers.....	42
<b>Section 2 : Processus de production.....</b>	<b>43</b>
2.1. Extension des fils ou filature.....	44
2.1.1 Triage des cocons.....	44
2.1.2. Trempage.....	44
2.1.3. Battage.....	44
2.1.4. Le dévidage.....	44
2.2. Préparation des fils.....	46
2.2.1. Le moulinage.....	46
2.2.2. Le flottage.....	47
<b>Section 3 : Technique de tissage.....</b>	<b>48</b>
3.1. Le tissage.....	48
3.2. L'ennoblissement.....	49
3.3. La confection.....	49
<b>Chapitre II : Capacité de production envisagée et l'amélioration de la qualité de produit.....</b>	<b>50</b>
<b>Section 1 : Production envisagée.....</b>	<b>50</b>
<b>Section 2 : Aspects qualitatifs des produits.....</b>	<b>51</b>
2.1. Les aspects d'adaptation qualitative.....	51
2.2. Le choix du niveau qualitatif des ressources : matière et équipement.....	51
<b>Section 3 : Chronogramme des activités .....</b>	<b>52</b>

<b>Chapitre III : Etude organisationnelle.....</b>	<b>53</b>
<b>Section 1 : Structure organisationnelle.....</b>	<b>53</b>
1.1. Organigramme envisagé.....	53
1.1.1. Structure hiérarchique.....	53
1.1.2 Structure fonctionnelle.....	53
1.1.3. Structure hierarchico- fonctionnelle.....	54
1.2. Description du poste.....	54
<b>Section 2 : Description de charge du personnel.....</b>	<b>58</b>
<b>Section 3 : Gestion des ressources humaines.....</b>	<b>59</b>
3.1. Acquisition des ressources humaines.....	59
3.2. Evaluation des ressources humaines.....	59
3.3. Développement des ressources humaines.....	60
3.3.1. Formation du personnel.....	60
3.3.2. Information et communication de l'entreprise.....	60
3.3.3. Motivation du personnel.....	60
CONCLUSION PARTIELLE.....	61

<b>PARTIE III : ETUDE FINANCIERE SELON LE PCG 2005 DU PROJET.....</b>	<b>63</b>
<b>Chapitre I : Coûts des investissements et comptes de gestion.....</b>	<b>64</b>
<b>Section 1 : Coûts des investissements et les amortissement.....</b>	<b>64</b>
1.1 : Coûts des investissements.....	64
1.1.1. Immobilisations incorporelles.....	64
1.1.1.1. Frais de développement immobilisable.....	64
1.1.1.2. Logiciel informatique et assimilés.....	64
1.1.2. Immobilisations corporelles.....	64
1.1.2.1. Le terrain.....	64
1.1.2.2. Construction.....	65
1.1.2.3. Installation technique et Aménagement général, Aménagement.....	65
1.1.2.4. Matériel de transport.....	65
1.1.2.5. Matériel bureau et matériel informatique. ....	64
1.1.2.6. Outilage industriel .....	66
1.2. Les amortissements.....	66

1.2.1. Illustration de l'amortissement.....	67
1.2.2. Détermination.....	67
<b>Section 2: Plan de financement et remboursement des dettes.....</b>	<b>68</b>
2.1. Etude sur le plan de financement.....	68
2.1.1.. Fonds de roulement initial.....	68
2.1.2. Plan de financement.....	68
2.1.3.les emplois et les ressources.....	69
2.2. Les remboursements des dettes.....	70
<b>Section 3 : Les comptes de charge et les comptes de produits .....</b>	<b>70</b>
3.1 : Compte des charges.....	70
3.1.1. Les achats.....	71
3.1.1.1. Achat de matière première.....	71
3.1.1.2. Achat de fournitures consommable.....	71
3.1.1.3. Achat de fournitures non stockés.....	71
3.1.2. Service extérieur.....	71
3.1.3. Impôts et taxes.....	72
3.1.4. Charges des personnels.....	72
3.1.5. Dotation aux amortissements.....	72
3.1.6. Charges financières.....	72
3.2 : Compte des produits.....	73
<b>Chapitre II : Etude financière.....</b>	<b>74</b>
<b>Section 1 : Compte de résultat prévisionnel sur 5 ans.....</b>	<b>74</b>
<b>Section 2 : Budget de trésorerie.....</b>	<b>76</b>
<b>Section 3 : Le bilan prévisionnel sur 5ans.....</b>	<b>76</b>
1.1. Bilan d'ouverture.....	77
1.2. Bilan de l'année 1.....	78
1.3. Bilan de l'année 2.....	89
1.4. Bilan de l'année 3.....	80
1.5. Bilan de l'année 4.....	81
1.6. Bilan de l'année 5.....	82
<b>Chapitre 3 : Evaluation du projet.....</b>	<b>83</b>
<b>Section 1 : Evaluation financière et économique.....</b>	<b>83</b>
1.1. Evaluation financière.....	83
1.1.1. La valeur actuelle nette (VAN).....	83

1.1.2. Le taux de rentabilité interne (TRI).....	84
1.1.3. Indice de profitabilité (IP).....	86
1.1.4. Délais de récupération des capitaux investis DRCI) .....	86
1.2. Evaluation économique.....	87
1.3. Evaluation social.....	88
<b>Section 2 : Evaluation en terme des ratios.....</b>	<b>88</b>
.2.1. Ratio de structure financière.....	88
2.2. Ration de rentabilité financière.....	89
.2.3. Ration de rentabilité commercial.....	89
<b>Section 3 : Cadre logique. ....</b>	<b>90</b>
CONCLUSION PARTIELLE.....	92
CONCLUSION GENERALE.....	93

## **ANNEXES**

## **BIBLIOGRAPHIE**

## **TABLE DES MATIERES**