

UNIVERSITE D'ANTANANARIVO  
FACULTE DE DROIT, D'ECONOMIE,  
DE GESTION ET DE SOCIOLOGIE

\*\*\*\*\*

*DEPARTEMENT: GESTION*

\*\*\*\*\*

**MEMOIRE DE FIN D'ETUDES EN VUE L'OBTENTION DU DIPLOME DE  
MAITRISE EN GESTION**

*Option : Finances et Comptabilité*

**PROJET DE CREATION D'UN CENTRE TOURISTIQUE AU CASCADE DE  
TANAMBAO ALIDOR DANS LA COMMUNE URABINE D'ANDAPA REGION  
SAVA (SAMBAVA – ANTALAHIA – VOHEMAR – ANDAPA)**

**Présentée par : CLEMENT Théophile**

**Encadreur Pédagogique**

**Encadreur Professionnel**

*Année Université : 2006-2007  
Session : 17 Décembre 2007*

*Cet ouvrage est le fruit d'approfondissement et d'expérience à l'égard de solide savoir et pratique.*

*Pour cela, nous tenons à dédier ce mémoire à nos parents qui n'ont cessé de croire en nous durant toutes nos difficiles périodes.*

*Nous tenons à adresser ici nos vifs et sincères remerciements. En particulier à :*

*- Dieu tout puissant qui nous a donné santé et courage pour la réalisation de cet ouvrage.*

*- Monsieur RAJERISON Wilson Adolphe, professeur titulaire, président de L'université d'Antananarivo.*

*- Monsieur RANOVONA Andriamaro, Maître de conférences, doyen de la faculté de Droit, d'Economie, de Gestion, et de Sociologie.*

*- Monsieur ANDRIAMASIMANANA Olivier Orig7ne, Maître de conférence, chef de Département de la filière gestion de l'université d'Antananarivo.*

*- Madame RAVALITERA Farasoa, enseignant au sein de département Gestion, Directrice du centre d'études et de recherches en gestion.*

*- Monsieur RALISON Roger, Maître de conférences, responsable de notre option, c'est à dire finances /comptabilité.*

*- Monsieur ANDRIANTSEHENO Daniel, Maître de conférences, responsable de l'option marketing.*

*- Madame ANDRIANALY Saholiarimanana, professeur au Département gestion, responsable de l'option organisation.*

*- Monsieur RANDRIAMIARISOA Mamy Alfa, enseignant au sein de la Département gestion, notre encadreur pédagogique qui a fait preuve de beaucoup de patience et de sollicitudes durant toute la période d'élaboration de cet ouvrage.*

*- Monsieur RALAIVELO Denève Bruton, responsable des offices statistiques touristiques DIEGO, notre encadreur professionnel qui, malgré ses multiples occupation et ses responsabilités inhérentes à sa fonction, a bien voulu diriger ce travail et nous faire bénéficier de ses expériences.*

*- Tous les professeurs du département gestion qui n'ont cessé de donner le meilleur d'eux-mêmes afin de nous former.*

*- Nos parents, frères et sœurs, amis et proches pour leur soutien moral/financier durant ces longues années d'études*

## **REMERCIEMENTS**

## **LISTE DE TABLEAU ET LISTE DES FIGURES**

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

## **INTRODUCTION**

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

### **CHAPITRE I : LA DESCRIPTION DU PROJET**

Section 1 : Présentation du projet

Section 2 : Les spécificités du lieu d'implantation

Section 3 : Les caractéristiques du projet

### **CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHÉ**

Section 1 : Analyse de la demande

Section 2 : Analyse de l'offre

Section 3 : Politique et stratégie marketing envisagée

## **CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE**

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

### **CHAPITRE I : TECHNIQUES DE MISE EN ŒUVRE DU CENTRE TOURISTIQUE**

Section 1 : Description et technique de création et de FONCTIONNEMENT DE ce service

### **CHAPITRE II : PRODUCTION ET CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNELLES**

Section 1 : Recette de l'activité principale : bungalow

Section 2 : Les autres recettes

Section 3 : Les différents facteurs de réalisation...

### **CHAPITRE III : TECHNIQUE D'ORGANISATION DE L'ACTIVITE**

Section 1 : Structure et organisation de l'entreprise

## **CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE**

## **TROISIEME PARTIE : L'ETUDE ET EVALUATION FINANCIERE DU PROJET**

**CHAPITRE I : INVESTISSEMENTS ET EVALUATIONS**

Section 1 : Nature et évaluation des investissements

Section 3 : Source de financement et les amortissements

Section 4 : Plan de financement

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

Section 1 : Le compte de résultat prévisionnel

Section 2 : Le plan de trésorerie prévisionnel

Section 3 : Les bilans prévisionnels

### **CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET**

Section 1 : Evaluation économique

Section 2 : Evaluation financières

Section 3 : Les autres critères d'analyses financières

Section 4 : Les évaluations sociales et les impacts du projet

Section 5 : Cadre logique du projet

### **CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE**

### **CONCLUSION GENERALE**

### **ANNEXES**

### **BIBLIOGRAPHIE**

### **TABLE DES MATIERES**

## LISTE DES TABLEAU X

<b>Tableau N°1</b> : Variation en précipitation de 1961 à 1990.....	5
<b>Tableau N°2</b> : Variation de la température de 1961 à 1990.....	6
<b>Tableau N°3</b> : Tableau des cyclones passant dans la région SAVA.....	7
<b>Tableau N°4</b> : Evaluation des recettes en devises un titre du tourisme .....	9
<b>Tableau N°5</b> : Pourcentage de la population.....	12
<b>Tableau N°6</b> : Tableau des produits ou services à offrir.....	17
<b>Tableau N°7</b> : Tableau de la présentation de société à responsabilité.....	18
<b>Tableau N° 8</b> : Répartition par pays d'origines.....	
	21
<b>Tableau N°9</b> : La demande sur le lieu d'implantation .....	22
<b>Tableau N°10</b> : Evolution des arrivées de visiteurs non résidents aux frontières .....	23
<b>Tableau N°11</b> : Nombre de touristes qui débarquent à Andapa.....	23
<b>Tableau N°12</b> : Répartition des hôtels classés à 1 à 5 étoiles .....	25
<b>Tableau N°13</b> : Tableau de répartition des hôtels classés de 1 à 3 Ravinala.....	26
<b>Tableau N° 14</b> : Industrie touristique existante à Andapa.....	26
<b>Tableau N°15</b> : Liste des établissements hôteliers à Andapa .....	26
<b>Tableau N°16</b> : La part de marché .....	27
<b>Tableau N°17</b> : Tarif d'entré dans le parc du Marojejy .....	28
<b>Tableau N°18</b> : Eventail des tâches et leurs durées .....	39
<b>Tableau N°19</b> : Tableau de recette réalisés par le service bungalow.....	41
<b>Tableau N° 20</b> : Activité de recette de restaurant .....	42
<b>Tableau N°21</b> : Recette de l'activité location voiture .....	42
<b>Tableau N°22</b> : Recette de l'activité épicerie .....	43
<b>Tableau N°23</b> : Recette de l'activité : dépôt médicaments .....	43
<b>Tableau N°24</b> : Recette du : Bazar de souvenirs .....	44
<b>Tableau N°25</b> : Somme de toutes les recettes .....	44
<b>Tableau N°26</b> : Evaluation des recettes .....	45
<b>Tableau N°27</b> : Tableau du profil .....	51
<b>Tableau N°28</b> : Matériels de construction des bungalows (25m <sup>2</sup> ).....	55
<b>Tableau N °29</b> : Construction et aménagement du terrain .....	55
<b>Tableau N°30</b> : Equipements minimum d'un Bungalow .....	56
<b>Tableau N°31</b> : Equipements sportifs recherchés (Piscine) .....	56
<b>Tableau N°32</b> : Construction de terrain de tennis .....	57
<b>Tableau N° 33</b> : Salle de gym .....	57
<b>Tableau N°34</b> : Equipements culturels souhaités .....	57
<b>Tableau N° 35</b> : Equipement récréatifs attendus (jeux divers) .....	58
<b>Tableau N° 36</b> : Matériel de sécurisation .....	58
<b>Tableau N°37</b> : Matériels roulants .....	58
<b>Tableau N° 38</b> : Récapitulation des immobilisations .....	59
<b>Tableau N° 39</b> : Service d'accueil .....	61
<b>Tableau N°40</b> : Service ménage .....	61
<b>Tableau N°41</b> : Personnel restaurant .....	62
<b>Tableau N°42</b> : Service sport .....	62
<b>Tableau N° 43</b> : Service culturel.....	63
<b>Tableau N° 44</b> : Récapitulation des charges de personnel .....	64
<b>Tableau N°45</b> : Assurances .....	64

<b>Tableau N°46</b> : Impôts et taxes .....	65
<b>Tableau N° 47</b> : Postes et télécommunication .....	65
<b>Tableau N°48</b> : Missions .....	65
<b>Tableau N° 49</b> : Récapitulation des charges .....	66
<b>Tableau N°50</b> : Analyse des charges .....	67
<b>Tableau N° 51</b> : Classement des investissements selon la nature de l'immobilisation .....	68
<b>Tableau N° 52</b> : Répartition des investissements suivants la source de financement. ....	69
<b>Tableau N 53</b> : Remboursement des dettes .....	71
<b>Tableau N°54</b> : Tableau d'Amortissement .....	73
<b>Tableau n° 55</b> : Amortissement des cinq années d'exercice .....	74
<b>Tableau n°56</b> : La répartition du plan de financement .....	75
<b>Tableau N°57</b> : Compte de résultat prévisionnel, de chaque année d'activité .....	77
<b>Tableau N°58</b> : La situation de trésorerie pendant 5 années de projection.....	79
<b>Tableau N° 59</b> : Bilan d'ouverture.....	81
<b>Tableau N°60</b> : Bilan prévisionnel de la première année.....	82
<b>Tableau N°61</b> : Bilan prévisionnel de la deuxième année.....	83
<b>Tableau N°62</b> : Bilan prévisionnel de la troisième année.....	
.....84	
<b>Tableau N°63</b> : Bilan prévisionnel de la quatrième année.....	85
<b>Tableau N°64</b> : Bilan prévisionnel de la cinquième année.....	86
<b>Tableau N°65</b> : Valeur ajoutée de notre entreprise pendant 5ans.....	88
<b>Tableau N°66</b> : Calcul de la MBA ou Cash-Flow.....	91
<b>Tableau N°67</b> : Présentation de calcul de TRI.....	92
<b>Tableau N°68</b> : Taux d'actualisation entre 50% et 80%.....	93
<b>Tableau N° 69</b> : Calcul DRCI.....	95
<b>Tableau N°70</b> : Cadre logique .....	101

## **LISTE DES FIGURES ET PHOTOS**

Photo N° 1 : Présentation de la cascade à Tanambao Alidor .....	13
<b>Figure N°1 :</b> Courbe thermique .....	6
<b>Figure N°2 :</b> Les activités principales du centre .....	15
<b>Figure N°3 :</b> Structure d'organisation adoptée.....	49

## LISTES DES ABREVIATIONS

<b>NO</b>	: Nord-Est
<b>NO</b>	: Nord –Ouest
<b>SE</b>	: Sud
<b>SO</b>	: Sud –Ouest
<b>T°mn</b>	: Température minimale
<b>T° max</b>	: Température maximale
<b>SAVA</b>	: Sambava-Antalaha – Vohémar- Andapa
<b>NIF</b>	: Numéro Identification Fiscal
<b>WWF</b>	: Word Wilde and Faune Nature
<b>INSTAT</b>	: Institut national de la Statistique
<b>VAN</b>	: Valeur Actuelle Nette
<b>IP</b>	: Indice de Profitabilité
<b>TRI</b>	: Taux de rentabilité Interne
<b>DRCI</b>	: Délai de Récupération des capitaux Investis
<b>Σ</b>	: Somme
<b>%</b>	: Pourcent
<b>Cha</b>	: Chambre
<b>Ets</b>	: Etablissement
<b>Amort</b>	: Amortissement
<b>VO</b>	: Valeur d'Origine
<b>i</b>	: Taux
<b>A</b>	: Anuité
<b>VN</b>	: Valeur Nette
<b>MBA</b>	: Marge brut d'Autofinancement
<b>VA</b>	: Valeur Ajoutée
<b>I<sub>0</sub></b>	: Investissement
<b>CA</b>	: Chiffre d'Affaire

## **INTRODUCTION**

La relance économique de Madagascar dépendrait conjointement des liens existants entre secteurs privés et publics. Au niveau national, l'Etat malgache relance le secteur économique se basant sur la création d'entreprise.

Pour notre cas, le tourisme a conduit notre flair.

Par ailleurs, le tourisme est reconnu de nos jours comme une industrie importante et un secteur économique de poids.

Phénomène majeur de société dans les pays industrialisés, le tourisme est actuellement le troisième secteur des échanges mondiaux, précédé seulement par le secteur pétrolier et les engins automobiles, source importante de devise étrangère et d'emplois pour les pays en développement. Même s'il peut être une source de pollution, la dégradation des sites et structure socioculturelles, le tourisme contribue d'une manière significative au développement économique des pays.

En général, le secteur touristique et les industries touristiques sont les majorités de l'activité du secteur privé dans le monde entier.

Par exemple : l'Internet (création de web), les transports terrestre, maritime et aérien sont très importants dans le domaine de l'étude touristique internationale.

A l'état actuel où se trouve l'activité touristique dans ce monde, les pays en développement, notamment ceux d'Afrique, ont l'avantage de pouvoir bénéficier de l'expérience tant négative que positive que certains pays du monde ont vécue dans le domaine.

A Madagascar la politique, sa relance a été instituée, c'est une politique qui doit être conduite dans la plus grande rigueur, pour prévenir les facteurs défavorables pouvant résulter d'un développement anarchique. L'étude d'un projet touristique en devient très délicate : la réalisation ou la non réalisation d'un projet ne dépend pas non seulement des données économiques positives, mais aussi faut-il étudier cas par cas les zones touristiques à potentialité évidente avant d'y entreprendre toute action de développement.

Le choix de la cascade Tanambao Alidor dans la commune urbaine d'Andapa est lié à sa position stratégique dans la partie nord-est de Madagascar.

Andapa : un monde à part dans la région SAVA (Sambava- Antalaha-Vohemar- Andapa) province d'Antsiranana., mais c'est vraiment "ça va".

La tropicalité du climat d'Andapa la distingue des autres districts de la région par sa position relativement continentale.

Le climat de la région d'Andapa (à la cascade magnifique Tanambao Alidor) est presque identique à celui du versant oriental de l'île, caractérisé par des pluies abondantes et l'absence de contraste entre saison chaude (Novembre-Avril) et saison fraîche (Mai-Octobre). La période de septembre à novembre y est relativement la plus sèche et la mieux ensoleillée de l'année.

La région Andapa a un paradis forestier primitif :

Le parc international de Marojejy (2133m) c'est-à-dire ombrophile : riche en orchidées, faune fantastique, des nombreuses espèces endémiques (des lémuriens), flore n'existant nulle part ailleurs : le TAKHTAJANIA.

Les massifs granitiques de l'aire protégée d'Anjanaharibe-Sud (2000m)

Le centre touristique à la cascade Tanambao-Alidor se trouve dans la quartier sud dans la ville d'Andapa, à 2km du centre ville vers le sud (Andapa-Sud) avec une route secondaire.

La cascade est environ à 25m de hauteur par rapport au sol et qui vient de la montagne d'Ankitsiky.

Grâce à la potentialité touristique, nous choisissons comme titre “ **PROJET DE CREATION DU CENTRE TOURISTIQUE AU CASCADE TANAMBAO-ALIDOR DANS LA COMMUNE URBAINE D'ANDAPA REGION SAVA** (Sambava, Antalahala, Vohemar, Andapa)».

Les potentialités en terme de tourisme sont quasiment à Andapa et rien n'a pas empêché de faire des faisabilité qui s'avèrent indispensables.

Les travaux préparatoires sont caractérisés par les études bibliographiques et l'élaboration des fiches d'enquête, des recherches ont été effectuées auprès des bibliothèques, ministère de tourisme, INSTAT, ainsi que consultation des documents dans des établissements.

L'observation et enquête sont très importantes pour la réalisation de la recherche. La fiabilité des résultats obtenus dépend étroitement de ce qu'on voit et de ce qu'on reçoit à l'issue de ces deux éléments cités ci-dessus.

Enfin, des enquêtes ont été effectuées auprès des organismes privés et publics œuvrant dans la région et également auprès des habitants.

La deuxième étape du travail concerne les traitements méticuleux des données, l'élaboration d'une carte touristique et d'un croquis nécessaire à l'illustration de nos recherches. Cette étape aboutit après la synthèse et interprétation des différentes données

acquises, à la rédaction finale de notre mémoire. C'est en suivant cette démarche que nous sommes venus au bout de ce mémoire.

Ceci se décompose trois parties complémentaires.

La première partie concerne :l' IDENTIFICATION DU PROJET, elle engendre la description du projet , l'étude de marché , ses potentialité en terme d'opportunités et la deuxième partie intitulé étude de faisabilité technique , nous présent l' étude purement organisationnelle dans le cadre de réalisation de ce projet .

La troisième partie dégagera l'étude financière proprement dite et essaie de nous montrer qu'effectivement ce projet est rentable et des impacts majoritairement positifs.

Et enfin le cadre logique du projet présentera les éléments fondamentaux qui nous permettront de prendre la décision finale d'entreprendre ou non ce projet.

# **PREMIERE PARTIE :**

## **IDENTIFICATION DU PROJET**

L'identification du projet, première partie de ce mémoire va nous expliquer tout un ensemble d'éléments généraux donnant une situation globale du projet.

Il est question dans cette partie de parler Du choix du tourisme en général tout d'abord à Madagascar puis après à ANDAPA.

Nous traitons également de l'étude de marché pour qualifier la clientèle cible et analyser l'environnement concurrentiel.

Sur le marché existant, il est très important de tirer notre part

# **CHAPITRE I : LA DESCRIPTION DU PROJET**

Dans ce chapitre, nous envisagerons successivement la présentation du projet, la spécificité du lieu d'implantation et les caractéristiques du projet.

## **Section 1 : PRESENTATION DU PROJET**

### **1.1. Choix du site**

Andapa est une cuvette située dans la région Nord-Est de Madagascar. Elle fait partie de la province d'Antsiranana et particulièrement dans la région SAVA (Sambava-Antalaha-Vohemar-Andapa), et puis à l'intérieur des terres, à 105km de Sambava.

Nous allons mettre le repère spatial dans la cuvette.

Pour se déplacer d'Antananarivo (capitale de Madagascar), à Andapa il faut compter trois jours avec 1600km de route dont 280km environ non goudronnées.

Andapa , un monde à part dans la région SAVA, mais c'est vraiment « ça va ». Les terres y sont particulièrement riches.

Du point de vue géomorphologie, la région juxtapose des formes variées : volcanique, quartzique et cristalline.

Tout cet ensemble a une vocation agricole. La cuvette d'Andapa est aussi le grenier à riz du Nord-EST Malgache. La cuvette intramontagnarde de l'Ankiabe est réputée par l'existence d'excellents sols de culture, une population moyennement homogène vivant dans un enclavement relatif, et la pratique de cultures de rente (vanille, café, girofle, poivre).

Dans notre cas, la cascade magnifique à Tanambao Alidor, se trouve dans le quartier sud dans la ville d'ANDAPA, à 2 km de centre ville vers le Sud (ANDAPA-SUD) avec une route secondaire. La cascade à 25m de hauteur par rapport au sol et qui vient de la montagne d'Ankitsika.

### **1.2. Situation géologique**

On distingue deux grandes catégories de terrain à savoir le terrain sédimentaire et le terrain cristallin.

**Terrain sédimentaire** : formé principalement par des apports fluviaux et éoliens. Ces terrains relativement récents se sont emboîtés dans des couches plus anciennes et qui constituent la plus grande partie d'une étroite plaine côtière. Cette plaine, constituée de terrains sédimentaires repose en grande partie sur un socle précambrien.

**Terrain cristallin:** formé de différents types de roches (granites, gabbros, magmatiques) qui se sont formées à la surface ou à l'intérieur de la terre quand elles sont d'origine volcanique.

Le passage fréquent de violents cyclones et l'abondance des pluies favorisent le phénomène érosif et changent souvent les paysages cristallins en reliefs accidentés.

La zone intermédiaire dont l'altitude est comprise entre 60 et 250 m, privilégiée pour sa nature et sa situation géographique, constitue des terrains alluviaux riches en éléments fertilisants. C'est le domaine des cultures de rente par excellence.

### 1.3. Climat

Le climat est exceptionnel : tropical humide, alternance du soleil et des nuages, brouillard éternel au sommet du Marojejy.

La tropicalité du climat d'Andapa se distingue des autres districts de la région SAVA (Sambava-Antalaha- Vohemar- Andapa) par sa position relativement continentale. Son climat est alors subéquatorial et joue un rôle très important.

Pendant l'hiver austral, l'influence de la haute pression des Mascareignes entraîne de domination du vent ALIZE. Ce dernier pénètre Mananara et Maroantsetra, il suit ensuite la baie d'Antongil et, remonté vers l'ouest, d'Antalaha et de Sambava, ce vent est dévié par le massif de Tsaratanana et sa montagne ruiniforme de Marojejy (2133m) et puis s'oriente vers ANDAPA. Durant l'été austral (Décembre-Mai), les moussons apportent des pluies torrentielles à Ankaizina – Andapa- Bealanana d'Analavory.

En général, le climat de la région Andapa est presque identique à celui du versant oriental de l'île, caractérisé par des pluies abondantes et l'absence de contraste entre la saison chaude (Novembre-Avril) et la saison fraîche (Mai – Octobre).

#### ANDAPA AERO (en mm et n/10)

**Période : 1961 -1990 longitude 49° 37 Est, Latitude 14° 39 S, Altitude 474m**

**Tableau N°1 : Variation en précipitation de 1961 à 1990**

Mois	Juil	A oût	S ept	Oct	Nov	Déc	Jan	Fevr	M ars	Avri l	Ma i	Juin
Pluie (mm)	8 4,5	9 3,8	4 3,6	4 6,6	100	265,9	336	313, 1	265	135, 3	7 2,8	75,8
Nbr de jour	23	24	16	14	14	20	24	21	23	20	18	20
Max de 24h	3 5,1	5 2,5	21	3 8,5	95	136,8	228	117, 4	116	19,5	501	33

*Source : Service météorologique Ampandrianomby*

#### 1.4. Température du lieu d'implantation

Le régime thermique de la région est régi par l'alternance de deux saisons chaudes et fraîche.

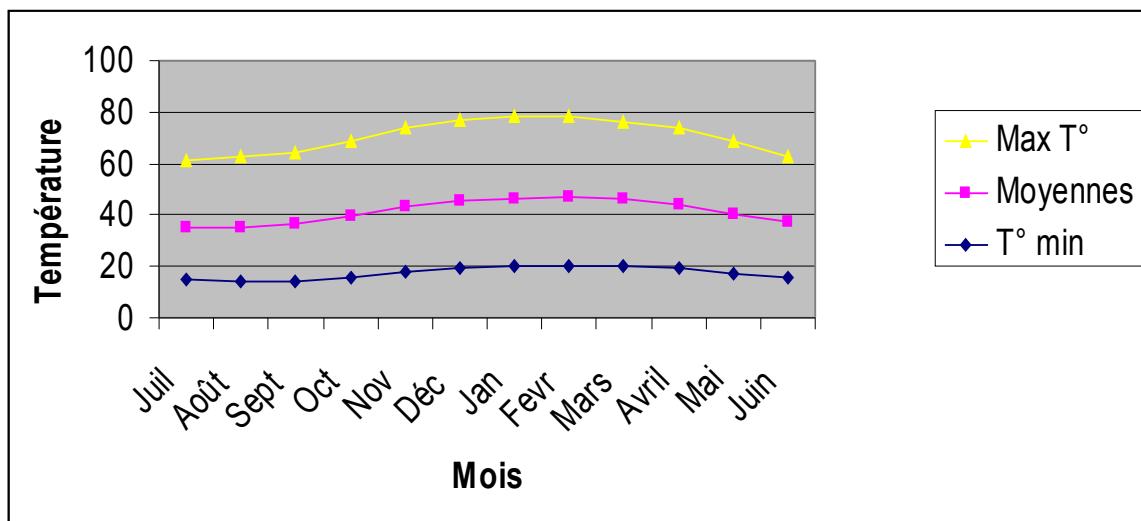
Les températures modérées varient selon l'altitude et la latitude.

**Tableau N°2: Variation de la température de 1961 à 1990**

Mois	J uil	A oût	S ept	Oc t	Nov	Déc	Jan	F evr	M ars	Avri l	Ma i	J uin
T° min	15	14,4	1 4,4	1 5,5	18	19,1	20	20	20	19,1 7,1	1 7,1	16
Moyennes	20	21	22	24	25	26,4	26,5	27	26	25 23	23	21
Max T°	26	27	28	2 9,2	31	31,2	32	31	30	29,7 8,3	2 8,3	26

*Source : Service météorologique Ampandrianomby (Madagascar), 2005*

**Figure n°1 Courbe thermique**



*Source : Direction météorologique 2004*

Selon la figure n°1, les trois courbes de température ont la même forme. L'écart entre la température maximum et moyenne est très serré. Le mois le plus chaud est janvier (32°C) tandis que celui le plus frais est Août (14,4°C)

#### 1.5. Pluviométrie

La zone d'Andapa se distingue par un micro climat et le climat de la côte Est et des Hautes plateaux avec toutefois une pluviométrie moyenne annuelle élevée de 1800mm en 130 jours.

La zone Nord de la SAVA, Vohémar est caractérisée par une précipitation moyenne annuelle de 940mm.

La zone d'Antalaha, Sambava et une partie de Vohémar sont caractérisées par une forte pluviométrie d'une moyenne annuelle de plus de 2000mm , une absence de mois véritablement sec et un faible déficit de saturation (3 à 5mm)

## 1.6. Cyclone

La côte Nord-Est est battue toute l'année par la grosse houle d'alizé de direction Sud-Est vers le Nord-Ouest. Elle est particulièrement forte pendant la saison chaude. Celle-ci est liée à la raideur accusée de la pente continentale.

De plus, la façade Nord-Est, est fréquemment frappée par des cyclones. De 1985 à 2007 dix cyclones tropicaux ont traversé la région de la SAVA, dont le plus fort est le cyclone tropical HUDAH l'année 2000 qui a détruit la ville d'Antalaha à 90%<sup>1</sup>.

Le tableau ci-après montre la situation des cyclones les plus forts passant dans la région SAVA.

**Tableau N°3 : Tableau des cyclones passant dans la région SAVA**

Station	Nom de la perturbation	Caractéristique	Date de passage	Vitesse max et vent (km/h)
Antalaha à Andapa	HUDAH	Cyclone tropicale très intense	02/04/000 au 03/04/00	95  75
Antalaha à Andapa	GLORIA	Tempête tropical modérée	01/03/00 Au 05/03/00	85  70

*Source : Direction météorologique 2003*

## 1.7. Vocation

Région touristique et d'excellents sols de culture et un paradis forestier primitif.

---

<sup>1</sup> INSTAT, 2003 « Monographie de la Région SAVA » p.09-10

## **1.2. Andapa – volet historique**

La région d'Andapa a été explorée pour la première fois au début du XIX siècle « BELOLO », telle était la première appellation de la cuvette et ce fût au temps de l'expédition de la grande Ile. Et ce n'est qu'à partir de 1822, au temps de RADAMA I que l'appellation « ANDAPA » fut adoptée.

Région relativement jeune, Andapa a connu un peuplement tardif, un homme appelé « IADAN 'IKELISOFINA » a été reconnu comme étant le premier explorateur de la cuvette et « RAMOSE KALISOA » y fut le premier instituteur.

Commencée à la fin du XIX siècle, l'immigration est d'abord peu peuplée jusque vers 1920. Quelques SAKALAVA étaient arrivés au XIX siècle, des MERINA avaient installé un petit poste à ANDAPANKOVA, à quelques kilomètres de l'actuelle ville d'Andapa .

**« La cuvette d'Andapa : une zone de culture de traite attirant migrants malgaches et colons français ».**

Située dans une zone enclavée du Nord de Madagascar et sous un climat tropical humide, la cuvette d'Andapa peu peuplée et au sol fertile , attire aussi bien des colons français , métropolitaine et d'origine réunionnaise que des migrants provenant des autres régions du pays.

Cette première vague, timide, d'immigration cultivait le riz, s'adonnait à la cueillette forestière de caoutchouc et créait les premières plantations de café qui allaient se multiplier lentement mais progressivement. C'est l'introduction de la vanille qui va entraîner la grande vague d'immigration à partir des années 1920 jusqu'en 1947. Les conditions de déplacements et de transport étaient rudes ; il fallait pour toute opération de transport, faire appel aux porteurs appelés communément « DABALAVA » qui mettaient entre 10 à 20 jours pour joindre SAMBAVA ou ANTALAHHA et revenir.

A partir de l'année 1947, ANDAPA fut reliée à SAMBAVA, Antalaha et au reste du monde par avion et presque tous les transports, à partir de cette date.

En 1972, la cuvette comptait 55 000 âmes et la voie terrestre fut ouverte. Actuellement, une belle route goudronnée relie ANDAPA à SAMBAVA à travers les forêts de ravenala, de bambou, et de raphia.

En ce qui concerne la cascade magnifique Tanambao Alidor et les différents sites touristiques dans le district d'Andapa , La cascade est un point stratégique de développement de secteur touristique dans la région SAVA plus particulièrement d'Andapa.

Andapa a une forte potentialité touristique dans la partie Nord-Est de Madagascar. Le paysage est multifances, climat exceptionnel : tropical humide, alternance de soleil et des nuages et brouillard éternel au sommet du Marojejy.

### **1.3. Le tourisme à Madagascar**

En bref, île continent , Madagascar a l'avantage d'avoir des atouts naturels très attrayants, avec unique au monde, une composante humaine et culture très complexes : elle est à la fois africaine, chinoise, indonésienne, arabe, mais elle n'est jamais l'une ou l'autre ; elle est elle-même, toute en contraste. Présentée par certains comme étant le « résumé du monde » elle se prête à toutes les formes de tourisme : *balnéaire,, aventure découverte social* (contact humaine), *santé, recherche*.

Par ailleurs, le tourisme est reconnu de nos jours comme une industrie importante et un secteur économique de poids. Le tourisme est actuellement le premier secteur des échanges de devise étrangère à Madagascar. C'est-à-dire comme une source importante de devise étrangère et d'emplois pour les pays en développement.

**Tableau N°4 : Evaluation des recettes en devises un titre du tourisme en  
2002-2006**

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Millions de DTS	27,8	54,0	104,3	124,5	157,7
Taux moyen DTS/Fmg (1999-2004)	8773	8675	13 828	2898,9	3150,7
Milliards Fmg (1999-2004)	755,5	488 ,45	1442,2	343,0	498,7
<b>Dépense moyen/ tourisme hors transport aérien</b>	<b>1 238 036</b>	<b>1 4 96 300</b>		<b>449,0</b>	<b>1 622 134 514,9 DTS</b>

*Source : Banque centrale de la République de Madagascar- Direction des études*

Toute ces énormes potentialités restant inexploitées : la plupart des pôles d'intérêt touristique (sites, faune, flore) restent inconnus et ceux qui sont connus ne sont pas correctement mis en valeur. Le secteur touristique reste peu développé à Madagascar, la grande île n'enregistre que des touristes internationaux en visitant Madagascar.

## **1.4. La réalité locale du tourisme**

Dans le cadre de la mondialisation actuelle, le secteur touristique apporte sa précieuse contribution pour le développement économique de chaque région.

Andapa a reconnu, des différents ONG pour conserver une aire protégée comme Anjahahibe-Sud (2000m) et porc international de Marojejy à 60050h de surface Elle a une forte potentialité touristique grâce à l'existence des divers sites touristiques (exemple : la colline d'Anjiaibe, la chute grandiose d'Andohariana, les cuvettes d'Ankiabe et Doany, les sources thermales de Doany et de Marolakana, les massifs granitiques de Marojejy (2133m) et d'Anjanaharibe –Sud (2000m)

***Source : WWF Andapa***

Avec les potentialités touristiques qu'elle possède, Andapa peut devenir un pôle touristique dynamique et prometteur s'il y a un effort de développement de ses infrastructures de base. En fin Andapa tient la première place dans la région de la SAVA dans le domaine de secteur touristique.

## **1.5. Perspective et objectifs de développement**

### **1.5.1. Objectif de développement**

L'objectif déclaré par les autorités malgaches est désormais de développer le secteur touristique.

Selon les termes du plan quinquennal 1986-1990 : l'objectif est d'intégrer le tourisme et ses activités connexes, qui sont l'hôtellerie et la restauration au processus de développement national, en vue de valoriser les ressources naturelles et promouvoir les activités des secteurs productifs notamment industriels et agricoles, y compris l'artisanat ainsi que celle des secteurs producteurs de service, commerce et transport plus particulièrement.

### **1.5.2. Politique et stratégie**

En citant toujours le plan, le développement du secteur tourisme repose sur l' Ouverture de Madagascar au tourisme international sélectif ; la promotion du tourisme national

Parmi les axes principaux de la politique de tourisme, on peut mettre en relief :

- La réhabilitation et la rentabilisation des structures, existantes en provision de l'accueil d'un plus grand nombre de touristes internationaux ;

-La promotion du ou des produits touristiques malagasy sur le marché extérieur.

### **1.5.3. Voies et moyens**

Plusieurs actions peuvent être entreprises pour aboutir aux objectifs fixés, parmi lesquelles on souligne:

- politique visant à réduire l'inégalité entre régions touristiques de l'île
- la primauté qu'on donnera au tourisme de découverte, permettra à toutes les régions de l'île d'avoir leur part
- politique d'animation et de loisir, caractérisée par deux sortes d'animations.
- L'animation spéciale dans le complexe hôtelier qui vise à briser l'ennui de touristes dans certains cas où ils doivent supporter certaines caprices du temps. Les loisirs doivent être aussi divers que possible.
- L'animation générale qui doit avoir pour but de faire découvrir aux touristes les différents aspects de la culture malgache qui ne se manifeste pas d'une manière spectaculaire comme on le voit en d'autres pays : temples, musées.

## **Section 2 : LES SPECIFICITES DU LIEU D'IMPLANTATION**

Dans cette section, nous aborderons la connaissance de relief d'implantation du projet, la présentation de la région, la situation démographique de la région d'Andapa et enfin le mouvement migratoire.

### **2.1. Les reliefs et paysages d'implantation**

La cuvette d'Andapa se situe à altitude 474 m par rapport au niveau de la mer.

La zone Nord Est de Madagascar (Andapa) constitue un ensemble massif qui est marqué par le contact rapide et brusque entre les hautes terres et la mer.

Elle est à l'intérieur des terres en tant que cuvette. Les principales unités de relief sont les suivants.

**Les reliefs du socle :** ils correspondent essentiellement à des unités tectoniques spécifiques. Les mouvements techniques et orogéniques effectuant la masse continentale, suivis par des volcanismes répétitifs de la fin du tertiaire et du quaternaire ont mis en place des reliefs de types variés, plateau, horst, graben. Ainsi, les failles ont découpé cette région en blocs massifs vigoureusement disséqués par l'érosion. Le plateau de Makira et la presqu'île de Masoala sont des horsts encadrant le graben de la baie d'Antongile ;

**Les bassins sédimentaires :** Cette zone se caractérise par le contact socle-

sédimentaire. Le volcanisme y a fait apparaître de nombreux lacs et dépression. La cuvette d'Ankiabe étant largement et offre d'excellente zone de cultures de rente.

**La côte :** il s'agit de côtes à haute falaise marine à plus de 1500m d'altitude se localisant au niveau du cap Masoala et de la baie d'Antongile. C'est là où le plateau continental prend une extension importante couvrant 2750km<sup>2</sup> et 25 milles de large. La côte est parsemée de bourrelets duraires et des végétations adoptées aux milieux côtiers tropicaux. De maigres mangroves sont localisées dans les rares endroits.

De plus, la zone montagneuse se caractérise par un relief accidenté et à altitude pouvant aller jusqu'à plus de 2000m (Marojejy). Cette zone couvre les zones forestières du cap Masoala et bordure du Tsaratanana. Elle est sous -peuplée et la vie rurale y reste dominée par les cultures vivrières annuelles sur les défrichements forestiers.

En général, la caractéristique de relief du centre touristique (cascade) est montagneuse et des végétations adaptées aux milieux locaux et avec un paradis forestier primitif.

## 2.2. La présentation de la région

L'analyse pragmatique liée à la concentration géographique de la population dans la région nous permet de déduire qu'il y a faille distorsion entre effectif de la population au monde urbain et rural. Bien évidemment, même s'il a un flux migratoire périodique vers le centre urbain et rural, l'effectif de la population aux milieux ruraux excède largement celui du monde urbain.

**Tableau N°5 : Pourcentage de la population**

Population total	POPULATION URBAINE		POPULATION RURALE	
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage
183 281,5	26029,7	14,2%	152919,5	83,43%

*Source : données de la sous-préfecture d'Andapa*

### **2.2.1. La présentation de la cascade magnifique**

Le centre touristique Tanambao Alidor se trouve dans le quartier sud dans la ville d'Andapa, à 2km de centre ville vers le SUD (ANDAPA-SUD) avec une route secondaire. La cascade est à 25m hauteur par rapport au sol, et se trouve autour de la montagne d'ANKITSIKA.

Dans les mois de Mai et septembre –Octobre; les gens, dit SOJABE ,vont demander à l'esprit des ancêtres influençant les vivants (généralement l'esprit des rois ou des reins disparus très longtemps) : TROMBA pour avoir la bénédiction.

De plus, les chefs coutumiers demandent aux ancêtres influençant les vivants d'améliorer leurs modes de vie. Grâce à l'existence de cette cascade à Tanambao Alidor.

**Photo N° 1 : Présentation de la cascade à Tanambao Alidor**



*Source : La cascade à Tanambao Alidor*

### **2.3. La situation démographique de la région d'Andapa**

La population d'Andapa est composée de plusieurs ethnies et avec une région relativement jeune ; Andapa a connu un peuplement tardif, un homme appelé « IDAM'IKE LISOFINA » a été reconnu comme étant le premier explorateur de la cuvette. Ils sont originaires de Mananana, Mandritsara, Bealanana, Antananarivo et le sud-Est de Madagascar.

La cuvette d'Andapa est peu peuplée avec l'effectif total de 183 281,5 en 2007, d'après le calcul du responsable de la population d'Andapa. Le tableau N°5 nous montre cet effectif.

### **2.4. Le mouvement migratoire**

La dynamique à l'intérieur et à l'extérieur de la sous préfecture d'Andapa serait généralement à caractère saisonnier.

#### **2.4.1. La migration interne**

Effectivement, durant la période de soudure, il y a une ruée des paysans vers le centre urbain ou vers une autre contrée plus ou moins éloignées pour exercer des activités précaires susceptibles d'assurer leurs services pendant cette période. Ce mouvement migratoire concerne particulièrement les jeunes agriculteurs. On remarque, à la suite d'un cataclysme naturel « le cyclone tropical très intense HUDAH », les flux migratoires vers la partie Nord de la région et vers le centre urbain s'intensifient.

#### **2.4.2. La migration externe**

Le mouvement migratoire est visible non seulement à l'intérieur de la région, mais aussi à l'extérieur. D'une manière générale, les flux migratoires convergent vers la partie Est ou Est-Nord de la région le plus souvent.

Vers Sambava et Antalaha et Vohémar. Ce statut co-migratoire est dû au recul considérable à un niveau plancher de la productivité riz dans la région d'Andapa.

Actuellement, elle perd sa renommée « capitale du riz de la région SAVA » et elle tient la troisième place des zones productrices de riz à Madagascar. C'est pour cette raison qu'une grouille de main d'œuvre agricole s'y rue.

En outre, elle est formée par un grand nombre de compositions ethniques dont les Tsimihety, Betsimisaraka, Antaimoro, Antaisaka, Merina, Betsileo, Makoa. Les Tsimihety

en représentent 60%<sup>3</sup> et tendent à se mêler aux autres ethnies.

### **Section 3 : LES CARACTERISTIQUES DU PROJET**

Un projet est caractérisé par son produit et son statut juridique. Les caractéristiques de ce projet engendrent les intérêts de ce projet, le tourisme de séjour, le tourisme itinérant , les produits ou services offerts, caractéristique juridique du projet, les obligations pour la réalisation du projet et la présentation du promoteur.

#### **3.1. Les intérêts du projet**

La réalisation de ce projet apportera des avantages au niveau économique. Grâce aux services offerts ou produits et la potentialité touristique au lieu d'implantation le niveau économique de la commune s'accroît à cause des impôts payés. La figure ci-dessous nous montre le flux financier du centre touristique.

**Figure n°02 : Activité principale du centre**

D'après cette notion de cycles fondamentaux, le centre étant défini comme un

---

<sup>3</sup> Source : INSTAT

complexe des moyens ayant pour vocation de rendre service dont la force de vente est représentée par les chiffres d'affaires procurés. L'activité fondamentale est génératrice pour les personnels du centre, le client est le roi et le prestataire de service stimule le chiffre d'affaires. Par contre, l'activité intégrative n'est que complémentaire, réservée pour les comptables, finances et budgets.

Pour ce faire, nous espérons que notre chiffre d'affaires procuré augmenterait au fil de temps. Ainsi, le promoteur de ce projet bénéficierait d'avantage en analysant les outils d'évaluation y afférents. De plus, ce projet pourra résorber le problème infini de chômage. Il y a une création d'emploi pour les jeunes actifs. Enfin, le centre touristique à la cascade Tanambao Alidor sera lancé au point de vue secteur touristique à Madagascar.

Avant de définir les types de produit et service visés, il convient de préciser les deux types de tourismes plus praticables.

### **3.2. Le tourisme de séjour**

Il faut prévoir des bungalows plus ou moins confortables, des chambres pour touristes, isolées, un service restauration, des équipements d'animation au centre touristique.

L'animation comportera, outre les équipements sportifs, des équipements récréatifs et culturelles comme le dancing, salle de spectacle, arboretum, parc zoologique et galerie d'exposition. Les équipements commerciaux et les services publics comporteront un bazar de souvenirs, une salle de soin.

### **3.3. Le tourisme itinérant**

Moins exigeants que les touristes sédentaires, les amateurs du tourisme itinérant requerront l'installation d'une station service garage. L'équipement de transport ne sera pas à exclure.

Face à deux types de demandes, nous sommes amenés à présenter en détail les différents services et produits fournis par notre centre touristique

### **3.4. Produits ou services à offrir**

Il est très essentiel de voir même impératif de savoir les services qui fournissent notre centre.

La cascade, notre produit offert, il est très important dans notre centre par exemple, pour baigner, divers jeux....

Les Bungalows sont des éléments très essentiels dans notre centre de même que restaurant, terrain de sport et salle des gym, piscine naturelle, installation sanitaire, pharmacie, tennis, golf, ping-pong, galerie d'exposition, parc zoologique et botanique, bibliothèque, jeux divers, jeux traditionnels (Malagasy) par exemple « Fanorona » et le jeu de société comme les échecs, et enfin kiosque à musique.

**Tableau N°06 : Tableau des produits ou services à offrir.**

<b>Produits ou services à offrir</b>	<b>Ordre</b>
Cascade	1
Bungalow	2
Restaurant	3
Terrain de sport et salle de gym	12
Piscine naturelle	4
Installation sanitaire, pharmacie	6
tennis	11
Golf	13
Ping-pong	14
Galerie d'exposition	5
Parc zoologique et botanique	7
Bibliothèque	8
Jeux divers	9
Kiosque à musique	10

### **3.5. Caractéristiques juridiques du projet**

Lorsqu'on veut créer une entreprise, on se pose toujours la question concernant la situation juridique de celle-ci. La réponse à cette question relève de la nature de la société à créer.

Avant de prendre une décision sur la nature de la société, nous allons brièvement analysée quelques types juridiques de sociétés.

### **3.5.1. Entreprise individuelle**

Elle se caractérise par la simplicité de sa création. Il n'y a pas de capital minimum. La liberté de gestion et de décision est un avantage caractéristique de ce genre d'entreprises.

Néanmoins,

la responsabilité du dirigeant est indéfinie sur les biens personnels de l'entreprise.

Concernant le régime fiscal, l'entreprise paie des impôts forfaitaires « Impôt synthétique »

Mais quant au côté développement, les perspectives sont limitées.

### **3.5.2. Tableau N°07 : Tableau de la présentation d' donc une société à responsabilité limitée (SARL) et société anonyme (SA)**

RUBRIQUES	SARL	S.A
Objet Social	Tous sauf assurance	Tout
Capital minimum	10 000 000 Ariary	20 000 000 Ariary
Valeur minimal d'une action, ou d'une part	20 000 Ariary	
Librement accessible	Sauf en cas de désaccord de la majorité des associés	Sauf en cas de désaccord accessible à des tiers, accord de la majorité des associations
Responsable		Responsabilités limitées aux apports
Responsable		Responsables limités aux apports, respectives de développement élevées
Régime fiscal	IBS	IBS
Responsabilité du dirigeant	Limitée aux apports	Limitée aux apports
Associé	Ils sont être deux à 50 personnes	Supérieur à 2 personnes
Souscription	En totalité au moment de la consultation	
Souscription et versement		¼ du capital de la souscription avant cinq ans
Fonction très lourde		Formalité constitutive longue (décision à soumettre au conseil d'Administration)
		Restriction de cession des parts sociales
		Formalité constitutive contraignant
		Respective de développement limitée

Nous choisissons donc la forme juridique SARL parce que il est librement

accessible sauf en cas désaccord de la majorité des associés.

### **3.6. Les obligations pour la réalisation du projet**

Pour tous ceux qui sont concessionnaires, titulaires d'une concession pour l'exécution d'une prestation de service, le promoteur devrait respecter conformément aux dispositions et l'application des statut ou des règlements y afférents. Le centre de prestation rattachés aux services touristiques devra effectuer un contrat, le quel apportera une dérogation substantielle par rapport à ces activités touristiques et qui devrait être approuvé par arrêté ministériel du tourisme .ceci a pour but d'éviter la non normalisation du centre touristique à Madagascar.

Ainsi, les modalités d'obtention des autorisations d'exploitation de service touristique devraient passer aux divers ministères notamment pour le ministère du tourisme, ministère de l'Economie, des Finances et du Budget.

Pour ce faire, ces ministères envisageront l'argument d'accord service touristique du centre et personnel pour notre société, pour exercer de cette profession auprès des bureaux du tourisme à Madagascar.

### **3.7. La présentation du promoteur**

La présentation du promoteur ou la fiche signalétique du projet devrait être enregistrée au Ministère du tourisme, au tribunal du commerce et autre. Au cours de la réalisation, nous envisagerons leur fiche signalétique comme suit :

- |                                  |                              |
|----------------------------------|------------------------------|
| ⇒ Nom                            | : CLEMENT Théophile          |
| ⇒ NIF                            | : A voir                     |
| ⇒ Qualification                  | : Prestataire de service     |
| touristique                      |                              |
| ⇒ Capacité financière en capital | : 401 944 000 Ariary         |
| ⇒ Capacité financière en emprunt | : 602 916 000 Ariary         |
| ⇒ Coût du projet (financement)   | : 1 004 860 000 Ariary       |
| ⇒ Fonds de Roulement Initial     | : 86 430 000 Ariary          |
| ⇒ Nombre de personnel employé    | : 51                         |
| ⇒ e-mail                         | : cascade centre @wanadoo.mg |

Leur fiche signalétique engendre l'identification du projet, la qualification , la capacité financières, pour promouvoir le projet, le financement disponible de la réalisation ainsi que le nombre de personnel employé et l'adresse exacte du centre du projet.

Nous affronterons maintenant l'étude de marché à affronter

## CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE

L'étude du marché constitue le point de départ de l'analyse de notre projet « **sans demande suffisante, un projet n'a pas de base économique** ». Il est donc indispensable qu'on ait une bonne connaissance du marché et qu'on en fasse une étude approfondie.

Pour ce fait, nous allons développer successivement les points suivants.

L'analyse de la demande qui comportera la typologie des consommateurs et leur comportement, la demande sur le lieu d'implantation, la qualification de la demande enfin la situation de la demande globale.

Nous analyserons maintenant avec la spécificité de l'offre globale (qualité de service), l'offre à l'échelle nationale et les concurrents du projet, industrie touristiques existant à Andapa.

Nous allons voir un à un les deux points ci-dessus.

### Section 1 : ANALYSE DE LA DEMANDE

Cette partie nous est très importante pour répondre aux questions qui sont nos clients (sont-ils homogènes, exigent...) ?

Que veut ces clients ?

A quel prix sont -ils prêts à payer pour nos services ?

#### **1.1. Typologie des consommateurs et leur comportement**

- **Français** : La majorité des touristes (58%) en 2004 qui arrivent à Madagascar sont des Français (56%) en 2004. Le pays est d'ailleurs bien connu par ces touristes car historiquement la grande île était une colonie de la France.
- **Réunionnais** : tiennent la deuxième place à 13%
- **Italiens** : Ces dernières années nous constatons que les Italiens s'intéressent de plus en plus Madagascar

- **Allemand** : D'après les chiffres exprimés, les Allemands sont peu nombreux à arriver Madagascar, avec un chiffre de 5% en 2002 et 3% en 2006, il y a de écart à 2%. Cette chiffre exprime que l'année 2003, 2004 et 2005, les Allemands s'intéressent plus à visiter notre île, à cause de l'événement politique en 2001 et 2002. C'est la raison de la diminution des Allemands durant 3 années consécutives.
- **Américain** : Ces derniers temps, on constate une arrivée massive des américains à Madagascar. Certains sont de pures touristes, tandis que les autres sont des investisseurs qui cherchent des zones industrielles à avantages comparatifs.
- **Suisse** : Le suisse arrive à Madagascar car cette dernière relate l'image de la réserve naturelle malgache.  
Des plantes, des animaux, des pierres décoratives de la réserve qui y sont retrouvées ont été importées à Madagascar.
  - **Anglais** : Malgré que Madagascar soit un pays francophone si non, les Anglais s'intéressaient d'avantage à la grande île.
  - **Autres** : Les autres tiennent aussi un chiffre très important par exemple en 2002 avec un chiffre 20% et en 2006 14%.

**Tableau N° 8 : Répartition par pays d'origines**

PAYS ANNEE	2002	2003	2004	2005	2006
Français	52%	58%	58%	57%	56%
Réunionnais	5%	11%	10%	12%	13%
e	4%	2%	3%	2%	3%
Anglais	5%	3%	4%	5%	3%
Américains	4%	2%	2%	2%	2%
Suisse	5%	3%	4%	3%	3%
Allemand	5%	7%	7%	6%	6%
Italien	20%	16%	12%	13%	14%
Autres					

*Source : Ministère de transport et du tourisme année 2007*

Le centre touristique Cascade Tanambao Alidor (Andapa) a une forte potentialité touristique de la région SAVA. Les pays européens en général devraient faire l'objet de

notre cible.

Il semble plus astucieux d'élaborer pour chacun de ces pays, en leur langue, des catalogues, la réalité malgache en terme de tourisme, organiser même des foires dans ces pays, pour montrer et mettre en valeur la place du tourisme malgache dans ce monde.

## 1.2. La demande sur lieu d'implantation

Il est indispensable de distinguer les clients demandeurs sur le lieu d'implantation.

Les premiers sont ceux qui sont des touristes à titre principal, qui préfèrent la beauté du centre et de la nature envers ces régions. Le tableau suivant prend donc en compte le nombre des touristes visitant Madagascar et susceptibles d'être nos clients régionaux.

Tandis que les seconds sont ceux des opérateurs économiques dans ces zones (SAVA) : (Sambava-Antalahala –Andapa – Vohémar) ; destinés pour locataires des usages.

**Tableau N°9 : La demande sur le lieu d'implantation**

Ville	Population	Nombre de ménage	Proportion d'affronter ce marché
Sambava	257 986	43 893	17%
Antalahala	202 404	33 612	17%
Andapa	160 526	30 902	19%
Vohémar	184 334	25 527	14%

*Source : INSTAT, Monographie de la région SAVA en 2004, p.29, 30, 31*

## 1.3. Quantification de la demande

Il n'est pas aisé de définir d'une manière précise cette demande. Il faut toute fois préciser au préalable l'existence des deux sortes de demande, l'une réelle et l'autre potentielle.

### 1.3.1. La demande réelle

Nous allons nous servir des arrivées des visiteurs dans la grande île pour déterminer la demande réelle.

**Tableau N°10 : Evolution des arrivées de visiteurs non résidents aux frontières**

<b>Mois</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Janvier	7 174	11 861	11 011	16 590	19 908
Février	2 942	9 919	10 019	13 751	16 089
Mars	2 743	12 763	12 981	18 734	22 294
Avril	2 792	9 364	17 062	22 005	24 667
Mai	1 761	13 179	21 172	22 548	25 765
Juin	3 061	12 139	19 473	25 418	23 733
Juillet	5 123	15 053	26 970	28 943	31 950
Août	6 636	13 953	25 109	27 215	30 628
Septembre	6 392	11 707	22 361	27 280	32 165
Octobre	7 505	10 124	21 568	26 097	32 364
Novembre	7 173	1 036	20 489	24 792	28 511
Décembre	8 372	9 132	19 569	23 678	23 650
<b>TOTAL</b>	<b>61 674</b>	<b>139 230</b>	<b>228 784</b>	<b>277 052</b>	<b>311 730</b> <b>(14%)</b>

*Source : Ministère du Tourisme année 2007*

L'année 2002 est caractérisée par une forte diminution des arrivées des touristes dans la grande île par rapport à l'année 2001 avec total 170 208. Il y a de diminution de 108 534 touristes à Madagascar à cause de la crise politique en 2002

Cette situation est la conséquence de la crise politico-économique de l'année 2001-2002. Pour l'année 2003, il y a une augmentation de 139 230, c'est-à-dire l'arrivée des touristes à Madagascar s'évolue selon la stabilité politique .Pour les années, 2005 et 2006, l'avenir de touriste à Madagascar s'est développée avec une chiffre de 311 730 en 2006.

Actuellement le secteur touristique tient la première place en terme de devise étrangère à Madagascar. Cette constatation laisse un grand espoir quant à l'évolution du nombre d'arrivée des visiteurs.

**Tableau N°11 : Nombre de touristes qui débarquent à Andapa.**

	Jan	Fé v	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	A oût	S ept	Oct	No v	Déc	<b>Tota l</b>
2002	45	38	26	28	19	16	10	9	13	39	46	56	<b>345</b>
2006	75	70	60	54	45	36	28	15	30	50	80	85	<b>628</b>

*Source : Enquête auprès de responsable de parc Marojejy et Hôtel :*

*M CHAN-KAM Andapa*

Le nombre de touristes qui arrivent à Andapa pendant une période normale est en

pleine croissance. C'est-à-dire les mois : Octobre – Janvier

#### **1.4. La situation de la demande globale**

Sur le marché, la demande fait partie des éléments indispensables pour assurer la bonne confrontation des biens et des services, plus précisément la nécessité d'existence d'offre.

Elle est inversement proportionnelle en fonction du prix, c'est-à-dire si le prix appliqué pour un biens ou un service diminue, la demande augmente.

L'analyse de la demande dépendra étroitement des besoins des usagers, leur comportement vis- à- vis des services rendus par les prestataires et enfin, l'hypothèse de leur profil. En se référant à la pyramide de Maslow, les clients demandeurs auront besoins des sécurités et d'estime. La réalisation de ces conditions élucidera un bon nombre de clients demandeurs.

Il est très important de rappeler nos produits et services offerts aux clients demandeurs par exemple les bungalows , cascade restaurant , Bibliothèque piscine naturelle...

Notre part marché se calculera à partir discussions et descente sur terrain auprès des habitants et autres opérateurs dans la région d'Andapa

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

Si la demande vient de l'extérieur (client), l'offre quant à elle dépend étroitement de la demande elle-même et de la capacité de l'entreprise.

Il est très important de connaître cette offre car sans laquelle l'entreprise n'aurait pas sa signification.

Dans le cadre de l'étude de l'offre, il y a lieu de connaître l'offre des concurrents du secteur, et des services de substitution.

#### **2.1. La spécificité de l'offre globale (qualité de service)**

En général, le marché est constitué par la confrontation de l'offre et de la demande, l'échange de biens et de service par le biais du prix. Elle dépendra également de la dimension du marché. Si le prix échangé augmente, parfois, l'offre augmente aussi parce que les opérateurs s'intéressent à ce projet, or il en est de même toujours des opportunités et des menaces à ces créneaux, notamment le pouvoir des fournisseurs, la

menace des nouveaux entrants.

Ainsi sur le marché, les offreurs auront de choix multiples pour l'approvisionnement, l'accueil des clients ou d'autre services envers les clients demandeurs. De ce fait, nous pourrons affirmer que la capacité d'offre sera largement diversifiée selon les services offerts et selon les portes feuille d'activité du marché existant. En effet, la fidélisation des clients et le système de garantie comme les qualités des services sont de rigueur.

De plus, les efforts en vue de rehausser l'image de marque du centre touristique Tanambao Alidor auront des répercussions signifiantes pour l'offre.

## **2.2. L'offre à l'échelle nationale et les concurrents du projet**

Les hôtels et centre touristique qu'ils soient localisés à Andapa ou ailleurs à Madagascar sont tous des concurrents réels.

Cette hypothèse nous semble bien logique et nous conduit à voir ces concurrents et leurs services.

### **Services des substituts : hôtels**

Si nous allons fournir un centre touristique, les hôtels restent le premier service de substitut.

Nous allons repartir donc dans un tableau des différents hôtels qui se trouvent à Madagascar.

**Tableau N°12 : Répartition des hôtels classés à 1 à 5 étoiles.**

Classement	Et S	Cha	Antananarivo		Antsiranana		Fianarantsoa		Mahajanga		Toamasina		Toliary	
			Et S	Cha	Ets	Ch a	Ets	Ch a	Ets	Ch a	Ets	Ch a	Ets	Ch a
5 étoiles	2	287	1	163	1	122								
4 étoiles	4	243	3	193							1	50		
3 étoiles	22	686	3	115	5	188	5	143	2	56	3	73	4	114
2 étoiles	38	867	16	352	5	149	4	134	3	54	5	49	5	129
1 étoile	45	957	11	231	4	71	5	82	5	97	14	295	6	181
<b>TOTAL</b>	<b>111</b>	<b>3040</b>	<b>34</b>	<b>1056</b>	<b>15</b>	<b>530</b>	<b>14</b>	<b>359</b>	<b>10</b>	<b>207</b>	<b>23</b>	<b>467</b>	<b>15</b>	<b>424</b>

*Source : Ministère du tourisme*

**Tableau N°13 : Tableau de répartition des hôtels classés de 1 à 3 Ravinala**

Classement	Ets	Cha	Antananarivo		Antsirana		Fianarantsoa		Mahajanga		Toamasina		Toliary	
			Et	Cha	Ets	Ch	a	Ets	Ch	a	Ets	Ch	s	Ets
3 Ravinala	42	538	11	141	7	89	4	52	8	98	8	102	4	56
2 Ravinala	39	327	13	108	3	27	6	49	10	73	3	31	4	39
1 Ravinala	28	214	10	76	5	47	3	24	3	22	4	24	3	21
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>1</b>	<b>34</b>	<b>325</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>21</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>157</b>	<b>11</b>	<b>116</b>
			<b>079</b>			<b>3</b>		<b>5</b>		<b>3</b>				

### **Source : Ministère du Tourisme**

Dès lors, on comprend d'emblée que même si la demande dans le domaine d'hôtellerie, centre touristique en général, croît, la concurrence est aussi vive.

Là, nous avons parlé des concurrents d'une manière générale et l'échelle nationale.

Il nous est plus intéressant de revoir de plus près la concurrence approximative existante sur notre champ d'application, c'est-à-dire à Andapa.

### **2.3. Industrie touristique existante à Andapa**

**Tableau N° 14 : Industrie touristique existante à Andapa**

Industries	Nombres
Agence de voyage	1
Hôtel restaurant	2
Hôtel	3
Restaurant	2
Chambres d'hôtels	2
Chambres hôtel restaurant	1

Voici la liste des établissements hôteliers Andapa :

**Tableau N°15 : Liste des établissements hôteliers à Andapa**

Hôtels	Nombres
VATOSOA (M CHAN-KAN)	1
LOS PAO	1
RISIKY	1
MANDENY	1



## **Part de marché**

Sur le marché existant, la part de marché représente le créneau possible à offrir pour le promoteur tant qu'il soit en position de leader, de challenger ou de suiveurs. Nous renforcerons des animaux qui sont déjà sur place, alors, nous sommes en position de suiveurs Pour ce faire, la part de marché sera obtenu à partir de la formule suivante.

En faisant l'application de cette formule, nous envisagerons alors :

**Tableau n°16: La part de marché**

Sondage	Parc Nationals	Centre touristique
SAVA- DIANA*	35%	65%

D'après le sondage, la réalisation de ce projet sera toujours indispensable, car sur le marché existant, ce projet aura encore 65% du centre possible, ou bien, c'est son part de marché.

Ce chiffre a calculé à partir des sondages et /ou discussions avec des différentes personnes /et autres des opérateurs dans la région SAVA et DIANA.

Autre que les industries touristiques existant à Andapa, il y a un seul concurrent, c'est le parc international de MAROJEJY.

Le parc Marojejy est parmi des patrimoines internationaux, il y est de 70 km du centre ville d'Andapa, route vers Sambava.

Ce par a un superficie de 6005 ha de foret, il est riche en espèce d'oiseaux dans et en périphérie du parc, et espèce des palmiers :

- Exemple : - Dypsis spicata : 850-1000m  
- Dypsis marojejy : 700-1100m  
- Dypsis acuminum 700-1900m

---

\* SAVA : Sambava- Antalaha- Vohémar- Andapa  
DIANA : Diego- Ambanja- Nosy-be- Ambilobe

Il est riche aussi en espèce de lémuriens

- Komba (Lémur à front blanc)
- Hay hay (Aye-aye)
- Tsitsihy (Grande cheirogale)

**Tableau N°17 : Tarif d'entrée dans le parc du Marojejy**

Catégorie	Type de visiteurs	Tarifs
A	Cinéaste (validité de 15jours)	200 000 Ar
B	Chercheurs	5 000 Ar
	Etranger (par mois)	100 000 Ar
C	Adultes étrangers (de 1 à 4jours)	10 000 à 25 000 Ar
E	Etudiants étrangers (par personnes /jour)	5 000Ar
F	Adultes nationaux (par jours)	
		1 000 Ar
H	Etudiants nationaux (par jours)	
	Enfants - nationaux (par jours)	200 Ar
	- étranger (par jours)	
I	Groupe d'élève	500 Ar

*Source : WWF Andapa avec conception d l'auteur*

*Source: Drams filed L et Beentie H, 1995; The plams of Madagascar Ravalbotanic gardens kew and the international Plum society, Kew, Grande Bretagne.*

Ce tableau montre les catégorisations des visiteurs et le tarif d'entrée dans les Aires protégées à Marojejy.

Ces hôtels, centres touristiques, agence de voyage le parc Marojejy et autres, donnent des services de substitut et donc peuvent nous concurrencer.

#### **2.4. Notre propre offre**

Si nous voulons certainement nous insérer dans le circuit du marché international de distribution des services touristiques, il faudra fournir des services de haute qualité. Tout travail doit être fait en conformité avec la demande ou bien nécessité que la demande soit formellement modifiée pour satisfaire les besoins réels de ces clients.

La volonté de chaque exécutant devait se manifester dans la prévention, dans la mesure de conformité, le zéro défaut, la recherche continue de l'excellence et l'amélioration continue de tout le processus de l'entreprise.

C'est en ce sens que nos services connaîtront une modification positive laissant

une large différence des services existant sur le terrain.

Maintenant, nous affronterons le dernier chapitre de la troisième partie qui est basée sur la théorie générale selon les critères et selon les outils d'évaluation du projet.

### **Section 3 : POLITIQUE ET STRATEGIE MARKETING ENVISAGEE**

Cette section consiste en l'inventaire et formulation de stratégie possible. En effet, à ce stade, il devient possible d'imaginer et de formuler une ou plusieurs stratégies, à la lumière des objectifs visés, des moyens disponibles et des contraintes recensées.

La formulation de la stratégie envisagée ou s'il y en a plusieurs de chacune d'elles, se fait principalement comme suit : le choix des cibles, la formulation des grands ligne du Marketing Mix et le positionnement.

Dans l'étude du marché du projet, il est très important de déterminer les clientèles cibles pour qu'un marché soit dite pertinence. Donc nous allons étudier trois échelles des cibles. Mais avant tout, nous précisons que ces trois échelles cibles sont basées sur âge des clientèles ciblées.

Comme nous avons dit auparavant, l'échelle est basée sur les catégories de clients.

Ce sont : les élèves, les jeunes, les artistes, les couples de trente à cinquante ans et les autorités (les conférences), les opérateurs.

L'installation des panneaux publicitaires sur la route RN3b reliant Andapa-Sambava de même au niveau district des Andapa (commune rurale) pourrait inciter les personnes de passage à se rendre au centre touristique (cascade). Ils devront renseigner les informations essentielles sur le centre.

Nous n'avons pas réellement précisé lesquels de ces clients sont nos cibles. Mais, comme nous avons dit auparavant les cibles basant les catégories de clients suivants. Ce sont : les jeunes, groupes des étudiants (excursion), les opérateurs économiques (conférence, formation), les couples et les autorités, artistes

Nous agissons surtout sur la publicité, qui est un phénomène économique, social et politique indispensable du fait qu'elle favorise et accélère l'expansion de l'entreprise.

De plus sa position géographique et sa situation carrefour de la SAVA (Sambava-Antalahambo-Vohemarano-Andapa), Sambava tiennent un rôle stratégique dans le développement de secteur touristique dans tous les sites et les centres existants dans la région SAVA. Cette opportunité est aussi renforcée par son infrastructure Aéroportuaire.

Grâce aussi l'existence de panneaux publicitaires dans tout district de la SAVA de même auprès de l'Aéroport existant.

### **3.1. La troisième cible à l'échelle nationale et internationale**

La troisième cible concerne tous les peuples malgaches et les étrangères non résidents :

- Les Malgaches
- Etrangers
  - Le tourisme de séjour
  - Le tourisme itinérant

Tananarive, capitale de Madagascar, est une mégapole cosmopolite. Toutes les 18 ethnies y sont représentées. Cette grande ville est la porte d'entrée des étrangers à Madagascar par l'aéroport international d'IVATO pour susciter l'intérêt des Malgaches et étrangers à découvrir les merveilles de la nature du site et sa périphérie un partenariat avec ADEM (Aéroport de Madagascar) devra être envisagé par les responsables.

Ce partenariat consistera à lancer ce centre touristique à la cascade Tanambao Alidor en dressant un géant panneaux publicitaire rapportant toutes les informations sur centre touristique, dans l'enceinte de l'aéroport d'IVATO.

### **3.2. La formulation des grandes lignes du marketing mix**

C'est une idée directrice qui permet de réduire le champ d'action à exploiter, de limiter notre domaine.

Cette stratégie marketing repose sur quatre éléments principaux :

- la politique du produit
- la politique du prix
- la politique de communication
- la politique de distribution

#### **3.2.1. La politique de produit**

On appelle produit, l'ensemble de caractéristiques physiques symboliques, de tout ce qui peut être offert sur un marché et qu'une fois regroupés, rend des services et procure une certaine satisfaction aux consommateurs.

Un produit peut être intangible et l'on l'appelle « **SERVICE** » c'est notre cas. D'une manière générale, tout produit s'analyse par :

- service et avantages associés au produit
- l'attribut

Nous constatons que chaque produit dans notre centre devient des divers services à offrir. C'est-à-dire avec un service en haute qualité suivant leurs besoins.

### **3.2.2. La politique de prix**

Le prix est le premier critère du choix des consommateurs. Il joue un rôle de premier plan dans le comportement d'achat.

Par ailleurs la fixation du prix est un élément déterminant de la stratégie de notre entreprise car celui-ci a des conséquences directes au niveau des résultats commerciaux et les résultats financiers.

Si l'on observe la typologie des clients, nous pouvons segmenter les marchés suivants trois parties.

C'est d'abord les clients qui exigent des services très pointus. Ces types de clients préfèrent la qualité sans regarder le prix. C'est ensuite les clients qui font le rapport « **qualité/prix** ». Ce sont les clients moyens. C'est enfin les clients qui donnent de l'importance au prix par rapport à la qualité. Ce sont les clients à faible pouvoir d'achat. Par rapport à ces trois types de clients, nous avons décidé de fixer à 140 000, coût de la nuitée par chambre.

Ce prix a été fixé également à partir des constations faites sur place par rapport aux concurrents existants. C'est-à-dire que nous choisissons la stratégie de prix de d'écrémage.

Nous savons que notre centre est basé dans un secteur touristique, il faut exiger les qualités des produits, et des services offerts.

Si nous voulons aller au-delà d'un courant de vente spontanée, nous devons concevoir et transmettre des informations sur nos services, et leurs caractéristiques et leurs avantages.

Car de par sa nature même, toute firme est un agent de communication.

Nous avons le choix à opter entre quatre grands moyens de communication ou à les appliquer en même temps à savoir

- la publicité
- la promotion de vente
- les relations publiques
- la vente

Nous devons agir, à ces différents niveaux pour être efficace dans nos activités.

On appelle circuit de distribution l'ensemble des activités qui prennent en charge les activités de distribution, c'est-à-dire les activités qui font passer un produit de son état de production en état de consommation.

Un circuit de distribution est un mode d'organisation permettant d'accomplir des activités qui ont toutes pour but d'amener au bon endroit, au bon moment et en qualité nécessaire les produits adéquats.

La stratégie marketing ne s'arrête pas à ce niveau. Il faudra penser aussi au :

- positionnement

### **3.2.3. Positionnement**

D'une manière générale, « **positionner** » peut se traduire par faire la différence.

Trois axes peuvent être pris en considération pour positionner un produit.

- Positionner par rapport au prix
- Positionner par rapport aux concurrents
- Positionner par rapport aux besoins de clients.

Après avoir analysé la formulation des grandes lignes du marketing et le positionnement; nous allons voir la stratégie et politique de marketing à adopter.

### La stratégie de marketing

Nous allons adopter les deux stratégies marketing

Ce sont :

- stratégie PUSH
- stratégie PULL

#### **• Stratégie PUSH**

Par définition, la stratégie PUSH consiste à pousser le produit vers les consommateurs (clients). Cette stratégie est basée sur les 3 trois (3) P (prix, placement et promotion).

C'est-à-dire :

A la quatrième année, nous appliquons ce stratégie pour attirer les clients.

- **Stratégie PULL**

La stratégie PULL est d'attirer les clients vers le produit et service. Cette stratégie est applicable à partir de quatrième année de l'exercice. Elle est basée sur les publicités, promotion, relation publicitaire (on participe à des festivités commerciale FOIRE, SALON, ...).

Publicité : TV, Radio, Presse, Affichage, Tee-shirt, panneau, Autocollant

Promotion : Jeux sur le produit, cadeau offert, lots,...

Pour bien préciser notre stratégie, nous n'allons choisir la stratégie PULL qu'à partir de la quatrième année de l'exercice, c'est-à-dire qu'on va faire la stratégie PULL.

Soit on fait un prix de pénétration : ce prix consiste à faire un prix relativement bas de façon à conquérir rapidement d'une part de marché.

Soit un prix d'écrémage : c'est l'inverse du prix de vente relativement élevé c'est-à-dire réaliser immédiatement un profit important.

Soit on fait un prix de fonction : c'est-à-dire on fixe plutôt un prix bas pour des zones mal pénétrés avec un prix élevé.

## **CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE**

Bref, pour la première partie, nous avons envisagé totalement notre étude sur la description générale du projet notamment leur présentation, leur environnement général, et les idées qui nous poussent à choisir ce thème. En analysant les rubriques existant sur le marché à savoir l'offre, la demande ainsi que la concurrence, nous pouvons déduire encore une part de marché de 65%.

Enfin, nous avons terminé cette première partie sur l'étude théorique des critères et des outils d'évaluations outre les stratégies marketing envisagées et passons dans la partie suivante qui est la conduite du projet.

# DEUXIEME PARTIE :

## ETUDE DE FAISABILITE

## TECHNIQUE

La conduite du projet est un ensemble des méthodes et des techniques intégrées dans un système d'informations qui aide une équipe dirigée par le chef de projet à prendre ses décisions.

Pour ce concept, nous allons analyser dans cette deuxième partie la technique de production de toutes les prestations à offrir sur le marché touristiques.

En outre, pour atteindre les objectifs, nous avons besoin de faire une étude organisationnelle de base pour cette entreprise après avoir analysé sa capacité de production de service et de loisirs dans le domaine concerné.

### **1.1.2. De l'idée vers les recherches et les enquêtes**

D'ailleurs, certains problèmes peuvent difficilement être abordés sans avoir procéder à des recherches et des enquêtes

Il va nous falloir recenser les différents centres touristiques existant dans la grande île de même les différents hôtels.

Ces recherches effectuées auprès des centres touristiques sur place, nous permettrons d'avoir une vision générale de la situation à Madagascar.

Il aurait fallu aller sur terrain, c'est-à-dire à Andapa. Nous avons eu l'occasion d'y passer plusieurs fois. C'est de cette manière que nous avons constaté l'existence des potentialités touristiques de cette cuvette d'Andapa.

Un projet touristique requiert la participation de plusieurs personnages : les planificateurs, l'économiste, l'industriel, le sociologue, l'ingénieur du génie civil, et l'architecte.

Il va falloir mettre en place cette équipe pour travailler ensemble.

L'acquisition du terrain, les constructions, l'acquisition de diverses immobilisations entre autres matériels roulants, c'est ce que nous qualifions d'opérations de grande envergure.

#### **❖ L'acquisition du terrain**

Dans les villes touristiques, il est difficile de trouver un terrain pour construire et moins encore un terrain dont la capacité de construction va jusqu'à 15 bungalows, un terrain de tennis, un golf, salle de gym, une piscine naturelle...

Souvent, les terrains disponibles ont une superficie limitée ne pouvant pas contenir les constructions envisagées.

De ce fait, nous avançons trois suggestions pour l'acquisition du terrain.

#### **❖ Le contrat de bail**

D'une manière générale, le contrat de bail permet à l'entreprise qui y a recours de mettre en place avec ou sans délai un investissement que sa capacité d'autofinancement ne lui permettait pas d'envisager dans l'immédiat. D'où l'intérêt que suscite la possibilité d'utiliser un actif donc le terrain pour notre cas, sans tenir compte de sa possession immédiat mais seulement de sa rentabilité optimale prévue.

Reste à savoir si bien entendu, l'Etat peut accepter un contrat de bail pour les terrains domaniaux.

#### ❖ S'associer au possesseur du terrain

Puis que parfois, la question du terrain pose un grand problème, ne serait-il pas mieux de s'associer avec un possesseur d'un terrain il semble que c'est une stratégie bien fondée. Il est possible en agissant ainsi de trouver un terrain placé à un endroit naturel touristique favorable.

#### ❖ L'acquisition immédiate du terrain

Si ces deux procédés ne donnent pas de résultats positifs , il serait préférable d'acheter immédiatement le terrain. Même si le coût d'acquisition est cher, nous pensons que c'est la dernière meilleure solution.

Parmi les hypothèses avancées, il semble que certaines peuvent bien se réaliser.

Une fois le terrain disponible, nous allons passer directement à la construction.

La construction, sa pratique en question, le processus de celle-ci en général est assez longue. Il faudra au préalable, avoir le permis de construction.

L'obtention d'un permis de construire est un préalable nécessaire à la construction d'un logement. En effet parmi les constructeurs interrogés, rares sont ceux qui disposent de cette autorisation, en dehors des logements standing.

L'absence d'autorisation ne semble pas relever de la crainte des lenteurs des procédures administratives, mais surtout d'une ignorance ou même d'une réticence à recouvrir à une autorité autre que celle du quartier dans des affaires considérées communément privées au ménage.

### **1.2. Construction des bâtiments et des bungalows**

Dans un entretien avec un ingénieur en bâtiment, celui-ci s'explique ainsi :

### **1.3. L'aménagement du terrain**

On commence par évaluer l'aménagement global d'un terrain donné pour différent niveau d'équipement et à rapporter par la suite le coût de la parcelle. On entend par capacité le nombre de logement que le terrain peut contenir.

Ce n'est pas la suite qu'on étudie l'aménagement d'une superficie comparable à celle des opérations envisagées mais il est souvent intéressant de s'en tenir à une cinquième ou à une dizaine d'hectares. Dans tout ce travail on tient compte de certaines contraintes de nature topographique.

- éclairage public contenu sur toutes les voies carrossables (secondaire ou tertiaire)
- éclairage public sur les voies carrossables
- distribution d'énergie électrique à toutes les parcelles par branchements particuliers.

### ❖ Distribution d'eau

On parle de niveau de distribution d'eau. Trois niveaux de service correspondant aux divers modes de distributions:

- Premier niveau : Distribution par borne fontaine de type Siphoïde à une prise et installation de laveuses
- Deuxième niveau : distribution par point d'eau (robinets, classiques associées aux blocs sanitaires et installation de laveuse)
- Troisième niveau : Distribution par branchements particuliers. Ces travaux qui arrivent après la construction définitive du complexe bâtiment.

### **1.4. L'acquisition des matériaux de construction**

Mœllons, Briques, sable gravillons moyen, ciment, fer, menuiserie (contraplaque, planche), bois, céramiques, et sanitaire.

**Remarque :** Puisqu'il s'agit d'une construction de grande envergure, nous lancerons un appel d'offre. Mais cela ne nous empêche pas bien entendu de savoir les matériels et matériaux de construction.

### **1.5. L'appel d'offre**

L'appel d'offre va porter sur plusieurs critères dont les plus sélectifs peuvent être : la réputation de l'entreprise sur le domaine de construction, les travaux réalisés par l'entreprise, l'expérience de l'entreprise dans le domaine de construction, la spécificité de l'entreprise dans la construction en particulier les œuvres touristiques construites. La capacité de l'entreprise est très exigée par exemple : humaine, finance et matérielle. Il y a aussi de délai de faisabilité du projet en fin la rémunération des travaux. Ce sont les caractéristiques exigibles de l'appel d'offre.

Après la construction, il faudra passer aux travaux de l'architecture intérieure de notre centre.

## **1.6. Les autres travaux**

Nous avons besoins d' autres travaux dans ce centre.

Ce sont, les travaux architecturaux, l'ameublement des bungalows, l'installation des infrastructures, les publicités et promotions, la normalisation de la qualité et enfin l'organisation de l'entreprise.

Après avoir vu la technique de mise en place de ce projet, il semble pertinent de la transposer dans un diagramme de GANTT de l'ensemble de tous les travaux.

## **1.7. Transposition des travaux dans un diagramme de GANTT**

### **❖ Concepts de base**

Les méthodes d'organisation de travaux par réseaux connaissent aujourd'hui un intérêt grandissant. La plus connue de ces méthodes est la PERT (Program Evaluation and Research Task). Celle-ci a été mise au point par l'US Navy en 1958, pour la fabrication des fusées polaris. Environs trois mille fournisseurs travaillent à cette réalisation.

Les objectifs ne pouvaient être respectés qu'à condition que les livraisons soient effectuées dans les délais fixés.

L'application de la méthode le PERT traitée en informatique a parmi un gain de trois ans par rapport à la durée initialement prévue. Ce résultat est d'autant plus remarquable que les délais de fabrication d'armes nouvelles étaient en moyenne dépassés des trente (30%) pour cent.

La méthode PERT a pour objectifs de définir la chronologie des tâches nécessaires à une fabrication. Le graphe PERT permet et rationaliser logiquement la planification des travaux. Cette méthode trouve une large application dans le secteur des travaux publics.

❖ L'éventail des tâches

**Tableau N°18 : Eventail des tâches et leurs durées**

N° de tâche	Tâches	Tâches antérieures	Durées en mois
1	Prospection du marché		0,5
2	Etude de pré-faisabilité	1	1
3	Etude du marché	2	6
4	Etude technique	1 mos après 3	4
5	Etude juridique	2 mois après 3	1
6	Etudes financières	3, 4 ,5	2
7	Etude de milieu	1 mois après 6	1
8	Architecture	7	1
9	Acquisition du terrain	8	1
10	Demande du permis de construction	9	1,5
11	Appel d'offre	10	1,5
12	Aménagement du terrain	11	1
13	Construction	12	8
14	JIRAMA	13	3
15	Super infrastructure	13	3
16	Architecture intérieur	15	2
17	Normalisation de la qualité	16	3
18	Recrutement	15	1
19	Lancement du projet		

Notre projet verra le jour après 32,5 mois d'élaboration vient à terme le premier chapitre retracant la technique de mise en œuvre de ce projet, reste à évaluer ou plutôt estimer la production prévisionnelle et le chiffre d'affaire prévu.

## **CHAPITRE II : PRODUCTION ET CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNELLES**

La logique de la comptabilité analytique consiste à classer et à séparer les recettes de chaque activité. L'avantage est simple à constater. D'un seul coup, on identifie l'activité la plus rentable de l'activité moins bénéfique.

### **Section 1 : RECETTE DE L'ACTIVITE PRINCIPALE : BUNGALOW**

Nous disposons 15 bungalows. Mais l'expérience justifie que tout au long de l'année, les hôtels ne sont pas emplis.

Les résultats de nos enquêtes auprès de différents hôtels précisent un taux d'occupation de 60%. En nombre de jours, ceci correspond à 216.

Le cas présent, 52% sera notre taux d'occupation afin de garder une marge de sécurité de 8%.

Certains hôtels sont fixés comme prix unitaire de la nuitée 95 000 Ariary, à 300 000 Ariary par chambre. D'autres par contre sont légèrement, au dessus de la barre de 150 000 Ariary.

Pour ne pas rester trop ambitieux, nous restons à la moyenne 150 000 Ariary y compris les services divers : bibliothèques, tennis, piscine naturelle, et utilisation de la salle de gym.

Nous présentons ici le tableau du chiffre d'affaire ou recette réalisées dans l'activité principale.

**Tableau N°19 : Tableau recette réalisés par le service bungalow (en Ariary)**

Taux d'occupation	Nombre de Bungalow	Prix unitaire	Recettes mensuelles	Recettes annuelles
52%	15			
Valeur en Ariary		150 000	35 100 000	421 200 000

La recette annuelle s'élève à 421 200 000 Ariary.

## Section 2 : LES AUTRES RECETTES

### 2.1. Recettes du restaurant

La méthode d'évaluation de recettes du restaurant va consister à faire une estimation de nombre de couverts vendus journalierement.

Certains restaurants arrivent à vendre jusqu'à 130 couverts par jours.

Il faudra toujours prendre une marge pour qu'il n'y ait pas un grand écart considérable entre réalisation et prévision (budget). Nous supposons pouvoir vendre 60 plants par jours.

Le prix d'un plat sera 5000 Ariary en moyenne.

Nous présentons donc ici le tableau des recettes du restaurant.

**Tableau N°20 : Recettes du restaurant (en Ariary)**

Nombre de couverts journaliers	Prix unitaire d'un couvert en Ariary	Recettes mensuelles	Recettes annuelles
60	5 0000	9 000 000	108 000 000

Annuellement, nous ferons un chiffre d'affaires de 108 000 000 Ariary pour le restaurant.

### 2.2. Location de voitures

Un investissement de 40 000 000 Ariary a été immobilisé pour l'activité : location de voiture. L'acquisition de deux (02) minibus est prévue pour une valeur de 19 200 000 Ariary chacun. Il sera présenté ci-dessous, le chiffre d'affaires réalisé dans cette branche d'activité.

**Tableau N°21: Recette de l'activité location voiture (en Ariary)**

Nombre de voitures	Prix unitaire journalier Ariary	Taux d'utilisation	Recettes mensuelles	Recettes annuelles
2	100 000	50%	7 500 000	90 000 000

Il serait souhaitable que le taux d'utilisation des voitures soit 100%. Mais cela n'est pas du tout possible. Par prudence, nous prenons un taux d'utilisation de 50%. Ceci

suppose qu'au cours d'une année de trois cent soixante jours, les voitures seront mise en location pendant 180 jours. Le prix de location journalier est de 100 000 Ariary. C'est le prix normal couramment pratiqué par les locataires de voitures.

### **2.3. Epicerie**

Il est bien logique d'avoir une épicerie à l'intérieur du centre touristique. Ce marché n'a pas forcément comme client cible les touristes, il cible également les habitants de la commune urbaine d'Andapa.

**Tableau N°22 : Recette de l'activité épicerie (en Ariary)**

<b>Vente journalier</b>	<b>Vente mensuelle</b>	<b>Vente annuelle</b>
700 000	21 000 000	252 000 000

Nous supposons une vente journalière de 700 000 Ariary soit une vente mensuelle de 21 000 000 Ariary et nécessaire une vente annuelle de 252 000 000 Ariary.

### **2.4. Recette du centre de dépôts de médicament**

Il va certainement y avoir dans ce centre un dépôt de médicament. Même si certains touristes ou d'une manière générale, les touristes amènent avec eux, leurs médicaments, il faudra toujours prévoir les inattendus.

**Tableau N°23 : Recette de l'activité : dépôt médicaments (en Ariary)**

<b>Vente journalier</b>	<b>Vente mensuelle</b>	<b>Vente annuelle</b>
100 000	3 000 000	36 000 000

Il est supposé de pouvoir réaliser un chiffre d'affaires de 36 000 000 Ariary annuellement.

## **2.5. Recette : Bazar de souvenirs**

C'est l'une des plus importantes pas forcément en termes de recette mais plutôt en qualité d'attraction de touristes. D'ailleurs, les touristes qui arrivent au pays ramènent à leur retour un petit souvenir.

Ce qui veut dire qu'il est possible de pouvoir faire un chiffre d'affaires plus significatif même si elle constitue notre activité accessoire.

Nous résumons dans le tableau ci-dessous le chiffre d'affaires à réaliser dans cette branche.

**Tableau N°24 : Recette du : Bazar de souvenirs (en Ariary)**

Vente journalier	Vente mensuelle	Vente annuelle
<b>700 000</b>	<b>21 000 000</b>	<b>252 000 000</b>

Le chiffre d'affaire annuel attendu est de 252 000 000 Ariary.

Maintenant que nous avons estimé presque toutes les recettes de chaque activité, il est possible de faire le total pour avoir une idée des résultats mensuels ainsi que annuelles.

## **2.6. Sommation de toutes les recettes**

Nous présentons ici, le tableau récapitulatif de toutes les recettes.

**Tableau n°25 : Somme de toutes les recettes (en Ariary)**

Nature de l'activité	Mensuelle	Annuelle
Bungalow	35 100 000	421 200 000
Restaurant	9 000 000	108 000 000
Location de voitures	7 500 000	90 000 000
Epicerie	21 000 000	252 000 000
Vente de médicament	3 000 000	36 000 000
Bazar de souvenir	21 000 000	252 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>96 600 000</b>	<b>1 159 200 000</b>

Pour une année, les recettes s'élèvent à 1 159 200 000 Ariary. On pourrait penser à une exagération, il faut toute fois voir les charges dans la partie étude financière.

**Remarque :** Il n'est pas évident que ces recettes restent inchangées pendant les cinq années d'activités comme ne le sont pas non plus les dépenses. Ceci nous amène à estimer la variation de ces recettes au cours de cinq années d'activités.

## **2.7. Evaluation des recettes pour les cinq années d'activités**

Nous supposons que d'une année à une autre, puisque les charges augmentent, les recettes augmentent également.

Pourraient-elles croître d'un taux de 2% ou plus . Mais admettons que celles-ci n'augmentent d'une année à une autre que de 1,5%. Ceci nous amène à redresser le tableau suivant.

**Tableau n°26 : Evaluation des recettes (en Ariary)**

<b>Nature de l'activité</b>	<b>Année 1</b>	<b>Année 2</b>	<b>Année 3</b>	<b>Année 4</b>	<b>Année 5</b>
Bungalow	421 200 000	427 518 000	433 930 770	440 439 731,6	4477 046 327,6
Restaurant	108 000 000	109 620 000	1111 264 300	112 933 264,5	114 627 263 ,5
Location de voitures	90 000 000	91 350 000	92 720 250	94 111 053,75	955 22719,56
Epicerie	252 000 000	255780 000	259616700	263510951	267463615
Vente de médicament	36 000 000	36 540 000	37 088 10	376 444 21,5	382 090 87, 82
Bazar de souvenir	252 000 000	255780 000	259616700	263510951	267463615
<b>TOTAL</b>	<b>1 159 200 000</b>	<b>1 176 588 000</b>	<b>1 194 236 820</b>	<b>1 1 212 150 372</b>	<b>1 230 332 628</b>

La deuxième année, le chiffre d'affaire a augmenté de 17 388 000 Ariary. Pour la troisième quatrième et cinquième année, celui-ci augmente respectivement de 17 648 820 Ariary, 19 913 552 Ariary, 19 990 540 Ariary.

Après le chapitre sur la production et chiffre d'affaires prévisionnels, nous passons immédiatement à la technique d'organisation de cette activité.

Cette Section Comprendra Quatre (4) Sous Sections Telles Que Les Moyens matériels, humains, financiers et les informations.

## **Section 3 : LES DIFFERENTS FACTEURS DE REALISATION**

### **3.1 Moyens matériels**

Le centre sera tenu de mettre en place des différents matériels selon les domaines d'utilisation par exemple : pour les Bungalows : bois, ciment, toit, fer, ...

Il existe aussi des matériels roulant, matériels de restauration, briques

Ces matériels sont très importants pour construire un centre touristique de même matériels touristiques.

### **3.2. Moyens humains**

Le chargement de centre dépend de la possibilité en main d'œuvre et de possibilité de formation de cette main d'œuvre. Ils sont comptés la classification du centre au moyen du nombre de personnel employé.

La richesse de l'homme favorise la réussite du centre.

### **3.3. Moyens financiers**

Ces moyens sont très importants pour faire quelque chose comme notre domaine c'est-à-dire centre touristique, on a besoin des investissements à long terme pour financer des activités se trouvant dans le centre sinon , le projet sera rejeté.

Le promoteur du projet doit être bien entendu a propos de son projet (projet d'actualité, durable, efficace...)

Le promoteur doit aussi s'ouvrir dans le monde entier dans le secteur touristique.

Nous allons étudier la technique d'organisation de l'activité du centre touristique à Tanambao Alidor Andapa.

## **CHAPITRE III : TECHNIQUE D'ORGANISATION DE L'ACTIVITE**

Nous sommes censés savoir qu'une activité touristique fait partie des activités de grandes envergures.

Il nous faut pour cela mettre en place une politique d'organisation bien précise et une bonne gestion de l'entreprise afin de bien définir les objectifs et pouvoir facilement les réaliser.

Et lorsque l'on parle de technique d'organisation, nous allons voir successivement :

La gestion des ressources humaines qui consiste à faire le choix du personnel à recruter, le contrôle et suivis, les personnels dans notre centre (par exemple : formation, recrutement, paiements de salaires, ....), hébergement, restauration, animation, santé, location voiture, direction.

La gestion financière de l'entreprise peut financer de tous les biens et les services des besoins des clientèles. La technique de marketing est fait à partir des besoins des consommateurs.

La gestion des matériels, nous savons que nos centres se composent très grands matériels touristiques. Il faut les contrôler jour par jour pour avoir la satisfaction des besoins de la clientèle.

Avant de passer à ces quatre points, nous allons porter une vision générale sur l'organisation de l'entreprise.

### **Section 1 : STRUCTURE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE**

Dans toute organisation de l'entreprise, plusieurs structures sont possibles suivant le contexte ou disons l'importance de l'organisation.

Ces différentes structures peuvent être :

#### **1.1. Les différentes structures possibles**

##### **1.1.1 La structure hiérarchique (structure line)**

Elle est de type militaire, pyramidal. Elle trouve son origine dans la thèse de Henri- Fayol. C'est historiquement la structure la plus ancienne. Elle correspond à la PME et PMI.

Dans cette structure, chaque subordonné ne reçoit d'ordre que d'un seul Chef. Les différents services ne sont liés entre qu'eux par aucun organe « conseil » staff. On

parle aussi le Staff and Line.

Comme l'écrivait Henri Fayol, compare l'entreprise à un être vivant. « Chef l'animal, toutes les sensations convergent vers le cerveau, et c'est le cerveau que les ordres qui mettent en action toutes les parties de l'organisme ». Il en est de même dans une organisation sociale. Une telle organisation a les avantages ci après :

**Simplicité** : Définition claire des fonctions et donc de la responsabilité de chacun.

### **1.1.2. La structure STAFF**

Dans ce type de structure, chaque collaborateur relève de plusieurs supérieurs hiérarchiques. Les responsabilités sont réparties et l'autorité est divisée entre plusieurs responsables. L'autorité se fonde sur la compétence professionnelle spécifique.

Par exemple les services personnel, et de sécurité édictent une réglementation applicable à l'ensemble de personnel.

**Avantages** : sont spécialisation et la compétence technique, économique d'échelle par regroupement d'unité et mise en place d'une politique commerciale

### **1.1.3. La structure hiérarchique fonctionnelle**

On distingue deux lignes :

- Une ligne de décision (Line) hiérarchique et disposant du pouvoir de commander
- Une ligne de conseil (Staff) qui étudie, propose mais ne décide pas le pouvoir hiérarchique.

**Avantage** : Séparation claire des tâches entre hiérarchie, plus fonctionnelle  
Compétence d'instance spécialisée.

### **1.1.4. La structure divisionnelle**

C'est une structure par division par produit. Elle peut être aussi une division par clientèle ou secteur géographique.

## **1.2. Structure d'organisation adoptée, distribution des tâches, profil du personnel**

Le bon déroulement de l'activité du projet exige une organisation efficace. Cette organisation ne doit pas être trop lourde dans le but :

- d'éviter la confusion des différentes tâches d'une part, et la dualité de commandement, c'est-à-dire un subordonné commandé par deux supérieurs, d'autre part ;
- d'alléger la dépense prévisionnelle au cours de la vie du projet surtout au niveau des charges de personnel.

Pour afficher un bon résultat, dans le plus bref délai, tout personnel recruté devrait être compatible à son poste et ne demande pas beaucoup de formations sauf cas exceptionnel, il y aurait redressement de la politique générale du projet.

Deux grands types de liaisons sont rencontrés au sein d'une organisation :

Liaisons fonctionnelles qui s'établissent entre deux ou plusieurs organes fonctionnels se trouvant sur le même plan hiérarchique. Prénons comme exemple le cas de Directeur d'approvisionnement et de Directeur Commercial et les liaisons opérationnelles qui s'instaurent entre deux ou plusieurs organes opérationnels sur le même plan hiérarchique.

Cette entreprise aura une forme juridique des Entreprises Individuelles (EI), dont l'organigramme est de type fonctionnel ou horizontal où les relations de travail doivent relier tous les postes organisationnels du même niveau sous la conduite d'un même chef.

Le graphique 3 ci-après montre l'organigramme qui déterminera l'organisation de l'entreprise.

### **❖ Structure d'organisation adoptée**

**Figure N° 3 : Structure d'organisation adoptée**

Pour bien contrôler les exercices de notre projet

### **1.3. Gestion des ressources humaines**

L'une des préoccupations majeures des nouvelles entreprises tourne vers le choix du personnel à recruter.

Dans les centres touristiques, cette question est plus pertinente. Nous allons y réfléchir ensemble.

#### **1.3.1. Profil de chacun du personnel**

##### **❖ Directeur du projet**

Diplôme d'étude supérieure niveau Bac +5 et ayant une bonne connaissance en gestion ;

Aptitude à élaborer et mettre à jour les indicateurs de performance et de résultats, et à effectuer le suivi technico -financier des activités ;

Maîtrise parfaite de l'outil informatique (Microsoft office);

capacité d'utiliser ses connaissances et qualité pour résoudre les problèmes au sein du projet envers les partenaires ;

Réelles dispositions en matière d'organisation, de planification et de mise en œuvre de programme de travail ;

Maîtrise parfaite de l'Anglais et du français.

##### **❖ Responsable financier**

Titulaire minimum du diplôme BAC + 4 en gestion, option finance. Avoir au moins deux années d'expériences professionnelle probante dans le domaine de la comptabilité ;

Maîtrise de l'outil informatique et pratique avérée de logiciel comptable « CIEL COMPTABILITE, SAARI, etc. »

Maîtrise parfaite du français et compréhension de l'Anglais ; une capacité d'analyse et de restitution orale et écrite des questions financières.

##### **❖ Responsable Administratif**

- Formation universitaire, BAC +4 minimum, option organisation ;
- Maîtrise de l'informatique et des logiciels bureautiques
- Ayant sens de communication et des relations humaines ;

- Bonne capacité d'organisation et de planification, et bon sens de relations interpersonnelles ;
- Expérience de deux ans minimum dans un poste similaire ;
- Maîtrise parfaite de l'Anglais et du français ;
- Forte capacité rédactionnelle
- L'idéal serait d'avoir deux responsables d'un administratif, l'autre financier. Mais compte tenu des moyens financiers limités, un seul responsable assurera ces deux fonctions.

#### ❖ **Responsable commercial**

Notre centre exige le profil suivant : minimum BAC+ 4, Option Marketing, aptitude à prendre des initiatives dans un environnement concurrentiel, capacité à prospection sur terrain et à élaborer des propositions, méthodique, rigoureux, ayant un sens de responsabilité, permis de conduire, catégorie B, bonne maîtrise du français et de l'anglais et maîtrise de l'outil informatique.

#### ❖ **Direction technique**

sponsable technique

Tâches :

- Coordonner et animer les actions d'une équipe
- Assurer le bon fonctionnement des matériels et équipements
- Proposer à la Direction, des lignes politiques et stratégiques

**Tableau N°27 : Tableau du profil**

<b>SERVICES</b>	<b>PROFILS</b>
<b>Chauffeurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Titulaire du diplôme BEPC</li> <li>- Bonne connaissance de la région Nord et Nord-Est de Madagascar</li> <li>- Titulaire d'un permis complet</li> <li>- Connaissance en mécanique et/ou électricité automobiles</li> <li>- Maîtrise du français</li> </ul>
<b>Gardien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niveau CEPE</li> <li>- Bonne condition physique</li> <li>- Pratique un art martial</li> </ul> <p>Connaissance en français</p>

<b>Planton</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niveau BAC</li> <li>- Ayant une bonne condition physique</li> <li>- Connaissance du français</li> </ul>
<b>Femme de chambre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimum CEPE</li> <li>- Dynamique</li> </ul>

Nous venons de voir la gestion du personnel, cela ne suffit pas pour assurer la bonne marche d'une aussi grande entreprise.

## **CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE**

Pour conclure cette seconde partie, nous pouvons dire qu'elle se concentrerait sur les techniques de réalisation de ce projet, sa capacité de réalisation en tant que multiservices. Pour réussir ce projet, il vaut mieux que les promoteurs de ce projet en viseront toujours les qualités des services à rendre envers les clients demandeurs ainsi que les quantités tant qu'il aura la continuité ou le bon fonctionnement du centre touristique au moyen des différents facteurs tels que facteurs matériels, humains, financiers et les informations.

Comme tous les projets, il est très important d'avoir un appui financier tant au crédit d'investissement qu'au crédit de fonctionnement. La réalisation de ce projet à besoin d'un emprunt financier aux bailleurs de fonds.

La confiance des investissements dépend de la justification de l'utilisation des crédits demandés et surtout de la rentabilité du projet.

Les ressources financières occupent une place très importante dans une firme. En tant que facture gestionnaire, spécialisée en finances, et comptabilité, nous intégrerons dans notre recherche, l'étude et l'analyse de la situation financière. Elle a pour but de faire un diagnostic de la situation financière de l'entreprise à un instant donné. Dans cette partie, nous pouvons fournir les documents nécessaires pour analyser la situation économique du projet. Nos allons donc étudier en premier lieu les investissements, qui engagent des ressources importantes.

En second lieu, nous allons prévoir le financement de ces investissements en étudiant le plan de financement et le remboursement des emprunts. Ensuite nous allons passer à la gestion des ressources pour notre objectif et pour fournir les renseignements comptables nécessaires à une analyse financière.

D'une manière générale, en parlant de l'étude financière, il va falloir évaluer ou plutôt estimer les coûts des investissements, les charges occasionnées par ce projet et les profits escomptés .Ceci revient à présenter les différents états financiers à savoir ; les comptes de résultat prévisionnel, les bilans, les plans de financement. Cette étude sera appuyée par l'étude de la notion des ratios, les documents de synthèse et les critères d'évaluation entre autres la : VAN, le TRI, l' IP et DRCI en fin l'impact du projet

# **TROISIEME PARTIE :**

## **L'ETUDE ET EVALUATION**

## **FINANCIERE DU PROJET**

Cette partie titrée « Etude technique du projet » nous a permis de voir en détail la mise en œuvre de ce projet et le technique d'organisation de celui-ci, reste à savoir si ce projet est réellement rentable. C'est ce que nous allons étudier dans la suite.

# **CHAPITRE I : INVESTISSEMENTS ET EVALUATIONS**

Dans ce chapitre, nous allons tout simplement identifier tout en évaluant les investissements nécessaires à cette activité.

## **Section 1 : NATURE ET EVALUATION DES INVESTISSEMENTS**

La création d'un centre touristique nécessite un investissement très important pour les bungalows à construire, le restaurant également, l'acquisition des biens d'équipements, l'achat des matériaux et matériels, la construction des piscines, équipements sportifs recherchés, salle de gym, golf, ping-pong, équipements culturels souhaités, équipements récréatifs attendus, équipements de services publics désirés, équipements de sécurisation (centre incendie) telles sont les immobilisations de ce centre touristique à part les immobilisations incorporelles.

### **1.1. Les immobilisations incorporelles estimées**

Tous les frais des immobilisations incorporelles dans le PCG 87 n'existent plus dans le PCG 2005, mais ces immobilisations sont remplacées par **frais de développement**.

D'une manière plus précise, ce sont des frais engagés à l'occasion de l'opération qui conditionnent l'existence ou développement de l'entreprise mais dont le montant ne peut être rapporté à des production de biens et de services déterminés.

Ces frais peuvent sans doute atteindre une somme de 8 000 000Ariary

### **1.2. Les immobilisations corporelles**

Ce sont les immobilisations qui ont une existence matérielle à l'inverse des immobilisations incorporelles

#### **1.2.1. Les terrains**

Les terrains achetés et les constructions acquises ou édifiées par une société immobilière ne représentent pas pour elle une véritable immobilisation.

Dans les alternatives d'acquisition du terrain pour la construction d'un centre touristique à Tanambao Alidor, il serait préférable d'opter le choix de location bail. Donc le terrain dans ce cadre ne constituerait pas une immobilisation .Mais il n'est pas évident de pouvoir trouver un terrain dans les conditions d'une location bail. Il est préférable, pour

sortir du doute, de faire l'acquisition d'un terrain.

Sa valeur est estimée à : 74 000 000 Ar

### 1.2.2. Evaluation détaillée des Immobilisations Corporelles (valeurs en Ariary)

**Tableau N°28: Matériels de construction des bungalows (25m<sup>2</sup>)**

Rubriques	Montants
Construction des murs	2 400 000
Le toi	400 000
Installation sanitaire	600 000
Installation électrique	400 000
Céramiques	800 000
Bois	400 000
Terrasse	400 000
Portes et fenêtres	1 000 000
Elément de sécurisation	400 000
Peintures	400 000
Autres	400 000
<b>TOTAL</b>	<b>7 600 000 Ar.</b>

Nous avons besoins de 7 600 000 d'Ariary pour les matériels d'une construction.

**Tableau N °29 : Construction et aménagement du terrain (Valeur en Ariary)**

Rubriques	Montant
Terrain 100 x100 =10 000m <sup>2</sup> x 7400	74 000 000
Aménagement de route pour aller au centre	100 000 000
Les bungalow 38 x 15	57 000 000
Restauration 1200m <sup>2</sup> x 57	68 400 000
Terrain de sport et la piscine	100 000 000
Architecture intérieur	40 000 000
Autres	20 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>459 400 000</b>

Pour construire des 15 Bungalows et plus restaurant nous avons besoin de 459 400 000 Ariary.

**Tableau N°30 : Equipements minimum d'un Bungalow (Valeur en Ariary)**

Rubrique	Montant
Meuble	600 000
Un fauteuil	600 000
Autres	600 000
<b>TOTAL</b>	<b>1 800 000</b>

Notre Bungalows requiert 1800 000 Ariary par chambre. C'est-à-dire  $1\ 800\ 000 \times 15 = 27\ 000\ 000$  Ariary pour les quinze Bungalows ; il faut mettre les équipements en qualité des produits offerts.

Il ne faut pas oublier aussi les locaux sanitaires :

Urinoir :	30 000 000 Ariary
W C à un équipement moderne :	<u>40 000 000</u>

**70 000 000 Ariary**

Nous avons besoin de 70 000 000 Ariary pour locaux sanitaires

**Tableau N°31 : Equipements sportifs recherchés (Piscine)**  
**(Valeur en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Montants</b>
Béton	6 000 000
Carreaux	3 000 000
Bois	480 000
Echelles	5 000 000
Tuyau d'évaluation	4 000 000
Installation électrique (plus sécurisation)	400 000
Meuble (fauteuil, parasol)	10 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>28 880 000</b>

Pour la piscine, le montant s'élève à 28 880 000 Ariary dans notre centre.

**Tableau N°32 : Construction de terrain de tennis (Valeur en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Montants</b>
Terrain	4 000 000
Filet	300 000
Raquettes	300 000
Salles	1 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>5 600 000</b>

Pour le tennis, le montant s'élèves 5 600 000 Ariary.

**Tableau N° 33: Salle de gym (Valeur en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Montants</b>
Golf	5 000 000
Ping- pong	5 000 000
Vélo	450 000
Stepper (dunlog)	750 000
Rameur	350 000

<b>TOTAL</b>	<b>11 550 000</b>
--------------	-------------------

Nous avons besoin de 11 550 000 Ariary pour construire une salle de gym.

**Tableau N°34 : Equipements culturels souhaités (Valeur en Ariary).**

<b>Rubriques</b>	<b>Montants</b>
Galerie d'exposition	10 000 000
Parc Zoologique et botanique	40 000 000
Bibliothèque	30 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>80 000 000</b>

Il faut avoir de 80 000 000 Ariary pour les équipements culturels souhaités dans notre centre.

**Tableau N° 35: Equipements récréatifs attendus (jeux divers)  
(Valeur en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Montants</b>
Echecs	6 000 000
Kiosque à musique	6 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>12 000 000</b>

Pour avoir les jeux divers, nous constatons que une montant de 12 000 000 Ariary.

**Tableau N° 36: Matériel de sécurisation (Valeur en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Montants</b>
Nombre d'extincteur	2 000 000
Salle de stockage ou magasin (construction)	20 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>22 000 000</b>

Notre centre à besoin de 22 000 000 Ariary pour la sécurisation.

**Tableau N°37 : Matériels roulants (Valeur en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Montants</b>
- Deux voitures pour les hauts responsables	34 000 000
Les locaux administratifs estimés à une valeur de	30 000 000
Deux voitures à mettre en location	80 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>144 000 000</b>

Nous avons besoin de 144 000 000 Ariary pour les matériels roulants dans notre

centre.

### **Les matériels de bureau**

Matériels informatiques : 3 ordinateurs et les accessoires complets d'une valeur 8 000 000 Ariary.

Y compris les investissements liés à la mise en place d'un réseau interne : matériels et mobilier des bureau 10 000 000 Ariary.

#### **1.2.3. Récapitulation des immobilisations et leurs valeurs**

**Tableau N° 38 : Récapitulation des immobilisations (Valeur en Ariary)**

Immobilisations incorporelles	8 000 000
Construction Bungalow	459 400 000
Equipement et matériels des salons	27 000 000
Locaux sanitaires	70 000 000
Construction d'une piscine	28 880 000
Construction d'un terrain de tennis	5 600 000
Salle de gym	11 550 000
Equipements culturels	
Galerie d'exposition	10 000 000
Parc zoologique et botanique	40 000 000
Bibliothèque	30 000 000
Equipements récréatifs attendus	
Jeux divers	6 000 000
Kiosque à musique	6 000 000
Equipement de sécurisation	
Nombre d'extincteur	2 000 000
Salle de stockage ou magasin (construction)	20 000 000
Voiture à mettre en location	80 000 000
Voiture pour l'administration	34 000 000
Locaux administratifs	30 000 000
Matériels de bureau	
Ordinateur + Installation Internet	8 000 000
Matériels et mobiliers de bureau	10 000 000
Frigidaire, congélateur, réchaud à gaz, poste téléviseur, ventilateurs	20 000 000
Autres	4 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>910 430 000</b>

Pour la construction de ce centre touristique à Tanambao Alidor Andapa, un

investissement de 910 430 000 Ariary est nécessaire.

On voit très bien que ce sont de lourds investissements. Il n'y a pas à s'étonner puisqu'il s'agit du domaine touristique.

Après avoir défini et estimé les investissements, il s'avère aussi important de déterminer les différentes charges liées à cette exploitation.

L'exploitation d'un centre touristique qu'il s'agisse d'un hôtel, ou d'un centre d'attraction entraîne incessamment des charges de natures diverses pour le bon fonctionnement du centre. Nous identifions particulièrement.

## 2.1. Les charges

### 2.1.1. Alimentation

**Epicerie** : Une épicerie sera mise à la disposition du restaurant afin d'éviter toute rupture de stock des biens alimentaires

En raison de la rotation courante de ces stocks, on n'a pas osé mettre l'épicerie dans les investissements mais plutôt dans les charges. Ce qui nous paraît un peu difficile est l'estimation du montant nécessaire à l'achat des produits alimentaires. Suite à une enquête effectuée à plusieurs restaurants, nous avons jugé normal avoir un montant de 2 000 000 Ariary pour les produits alimentaires. En attendant que ce stock s'expire, déjà nous aurons suffisamment des recettes d'argent pour en acheter d'autres.

**Médicament** : les touristes, d'une manière générale sont des types de la classe aisée. Ces types de personnes sont les plus sensibles « **sanitairement** ». Une activité pharmaceutique est non seulement nécessaire mais également rentable.

Admettons qu'une somme de 2 000 000 Ariary sera suffisante pour cette activité.

En raison de la rotation courante de ces stocks, on n'a pas osé mettre l'épicerie dans les investissements mais plutôt dans les charges. Ce qui nous paraît un peu difficile est l'estimation du montant nécessaire à l'achat des produits alimentaires.

**Restaurant** : Les boissons, les fruits, légume, poissons, viande et autres estimés à valeur de 35 100 000 Ariary.

- **Bazar de souvenir** : les produits à dominances locales sont les plus achetés par les touristes car ces choses n'existent pas chez eux. Il paraît plus important d'avoir une grosse somme d'argent d'une valeur de 3 000 000 Ariary pour l'achat de ces produits.

**- Les matériels sanitaires :**

Ce sont les serviettes de douches, serviette ou essuie –main, savon (auprès du lavabo), papiers toilettes et autres. Nous les estimons une valeur de 1 600 000 Ariary.

**2.1.2. Les charges salariales (personnels)**

Pour bien définir ces charges sans se tromper, nous procéderons par un système de classification.

**Tableau N° 39: Service d'accueil (Valeur en Ariary)**

<b>Services</b>	<b>Nombre</b>	<b>Mensuelles</b>
Hôtesses	2	160 000
Concierge	1	60 000
Gardien	1	60 000
Domestique	2	100 000
Chauffeur	2	200 000
Hôtes	2	80 000
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>660 000</b>

Dans notre centre. Nous avons 10 personnes avec un salaire de 660 000 Ariary par mois.

**Tableau N°40 : Service ménage (Valeur en Ariary)**

<b>Services</b>	<b>Nombre</b>	<b>Mensuelles</b>
Femmes de chambre	2	120 000
Responsable cléf	1	60 000
Nettoyeurs	2	80 000
Contrôleurs	1	40 000
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>300 000</b>

Nous avons employé 6 personnes avec un salaire d 300 000 Ariary par mois.

Tableau N°41 : Personnel restaurant (Valeur en Ariary)

<b>Taches</b>	<b>Nombre</b>	<b>Mensuelles</b>
Serveuses	4	200 000
Chef de serveur	1	60 000
Responsable des vins	1	60 000
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>660 000</b>

Pour le personnel du restaurant, nous avons 6 personnes avec un salaire de 320 000 Ariary par mois.

- **Service cuisine**

Nous avons besoin de 3 cuisiniers avec un salaire de 70 000 Ariary soit un total de 210 000 Ariary par mois et aussi un chef cuisinier avec son salaire de 80 000 Ariary. Donc pour service cuisine, le montant s'élève à 290 000 Ariary.

- **Service Bar**

- **3 bar mens** qui gagneront 60 000 Ariary mensuellement soit un total de 180 000 Ariary

Tableau N°42: Service sport (Valeur en Ariary)

<b>Services</b>	<b>Nombre</b>	<b>Mensuelles</b>
Ramasseurs des balles	2	700 000
Maître nageur	1	120 000
Animateur de gym	1	90 000
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>280 000</b>

Nous avons employé 4 personnes avec un salaire de 280 000 Ariary.

**Tableau N° 43: Service culturel**

Tâches	Nombre	Mensuelles
Responsable de la galerie d'exposition	1	20 000 à 40 000
Bibliothèque	1	40 000
Guides touristiques	3	420 000
Vendeurs (3 à 2 de souvenir et épicerie)	1	40 000
Disque jockey	1	70 000
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>660 000</b>

Pour le service culturel, nous avons 7 personnes avec un salaire de 600 000 Ariary par mois.

- **Service sanitaire:**

- Un infirmier avec un salaire de 100 000 Ariary Pour service location de voiture, les responsables auront comme salaire 80 000 Ariary au même titre que les responsables des voitures donc 80 000 Ariary.

- **Direction générale:**

- Directeur général salaire mensuel de 600 000 Ariary
- 1 secrétaire avec un salaire de 60 000 Ariary
- Un contrôleur rémunéré à 200 000 Ariary par mois

- **Directeur financier:**

- Directeur financier : 200 000 Ariary comme salaire mensuel
- Un comptable avec un salaire de 140 000 Ariary par mois

- **Direction commerciale** dont la rémunération mensuelle sera de 200 000Ariary

- Responsable de communication et de promotion avec un salaire de 150 000 Ariary

- **Direction administrative**

- Directeur administratif le même salaire que le directeur financier soit 200 000Ariary
- Secrétaire son salaire est de 50 000 Ariary.

**Tableau n° 44 : Récapitulation des charges de personnel (Valeur en Ariary)**

<b>Services</b>	<b>Salaire</b>	<b>Direction</b>	<b>Rémunération</b>	<b>Total</b>
Accueil	660 000	Direction générale	860 000	1 520 000
Ménage	300 000	Direction financière	340 000	640 000
Restaurant	320 000	Direction commerciale	350 000	670 000
Cuisine	290 000	Direction administrative	250 000	540 000
Bar	180 000			180 000
Sport	280 000			280 000
Culture	600 000			600 000
Santé	100 000			100 000
Location voiture	160 000			160 000
<b>TOTAL</b>	<b>2 890 000</b>		<b>1 800 000</b>	<b>4 690 000</b>

### **2.1.3. Les autres charges**

**Tableau N°45 : Assurances (Valeur Ariary)**

<b>Assurances</b>	<b>Montant</b>
Assurance incendies	200 000
Assurance voitures	900 000
Autres assurances	1 100 000
<b>TOTAL</b>	<b>4 000 000</b>

Nous avons besoins de 4 000 000 Ariary par mois l'assurance de notre centre.

**Tableau N°46 : Impôts et taxes (Valeur en Ariary)**

<b>Impôts</b>	<b>Mensuelles</b>
Impôts sur vente de médicaments :	400 000
Impôts sur vente	400 000
Impôts sur les activités accessoires entre autre la location voiture	140 000
Impôts généraux sur l'activité principale (activité touristique)	300 000
<b>TOTAL</b>	<b>1 240 000</b>

Nous avons besoins de 1 240 000 Ariary par mois.

**Tableau N° 47: Postes et télécommunication (Valeur en Ariary)**

<b>Rubriques</b>	<b>Mensuelles</b>
Communications téléphoniques	500 000
Timbres	40 000
Internet	150 000
<b>TOTAL</b>	<b>690 000</b>

Nous estimons à 690 000 Ariary dépense mensuelle des postes et télécommunications.

**Tableau N°48 : Missions (Valeur en Ariary)**

<b>Impôts</b>	<b>Mensuelles</b>	<b>Annuelles</b>
Déplacement à l'étranger	250 000	3 000 000
Déplacement à Antananarivo	166 666	2 000 000
<b>TOTAL</b>	<b>416 666</b>	<b>5 000 000</b>

Il faut avoir un somme de 5 000 000 Ariary par an pour faire notre mission.

- **Frais publicité** et promotion soit 480 000 Ariary par an et 40 000 Ariary par mois. Pour entretien et réparation. Nous avons estimé 200 000 Ariary par mois.
- **Eau et électricité** : 3 100 000 Ariary pour fonctionner notre centre.

#### **2.1.4. Autres charges à prévoir : 18 100 000 Ariary**

**Tableau N° 49 : Récapitulation des charges (Valeur en Ariary)**

<b>Nature des charges</b>	<b>Mensuelles</b>	<b>Annuelle</b>
Restaurant	35 100 000	421 200 000
Matériels sanitaires	1 600 000	19 200 000
Charbon de bois	10 000	120 000
Eau et électricité	3 100 000	37 200 000
Combustible	400 000	4 800 000
Gaz	60 000	720 000
Epicerie	2 000 000	24 000 000
Bazar de souvenir	3 000 000	36 000 000
Entretien et réparation	200 000	2 400 000
Assurance	4 000 000	48 000 000
Poste et Télécommunication	690 000	8 280 000
Impôts et taxe	103 333,33	1 240 000
Salaire	4 690 000	56 280 000
Autres	18 100 000	217 200 000
Déplacement et mission	416 666	5 000 000
Médicament	2 000 000	24 000 000
Publicité et relation publique	40 000	480 000
<b>TOTAL</b>	<b>75 509 999,33</b>	<b>906 120 000</b>

Finalement, il est affirmé qu'au cours d'une année, les charges s'élèvent à une valeur 906 120 000 Ariary.

### 2.1.5. Analyse des charges

**Tableau N°50 : Analyse des charges**

Nature des charges	Valeurs	%	Ordre
Restaurant	421 200 000	46,48390942	1
Matériel sanitaire	19 200 000	2,118924646	8
Médicament	24 000 000	2,64855807	7
Charbon de bois	120 000	0,013243279	15
Eau et électricité	37 200 000	4,105416501	5
Combustion	4 800 000	0,529731161	11
Cra2	720 000	0,079459674	13
Epicerie	24 000 000	2,64855807	7
Bazar de souvenir	36 000 000	3,972983711	6
Entretien et réparation	2 400 000	0,26486558	12
Assurance	48 000 000	5,297311614	4
Publicité et relation ou publique	480 000	0,052973116	14
Publicité et relation communication	8 280 000	0,913786253	9
Impôt et taxes	1 240 000	0,136847216	12
Salaire	56 280 000	6,211097868	3
Déplacement et mission	5 000 000	0,551803293	10
Autres	217 200 000	23,97033505	2
<b>TOTAL</b>	<b>906 120 000</b>	<b>100</b>	

Sans commentaire, c'est facile de savoir dans quel rubrique les charges sont de plus en plus pesantes.

Nous connaissons maintenant les investissements, nous venons d'établir les charges d'exploitation pour une période d'une année, il nous reste à estimer le fonds de roulement.

### 2.2. Fonds de roulement initial

Le besoin en fonds de roulement (BFR), c'est-à-dire le montant d'argent utilisé en permanence, pour l'achat et la détention du stock nécessaire à tout moment pour que l'entreprise fonctionne correctement en attendant recevoir ses recettes.

Au début des premiers mois de toute activité, l'entreprise n'encaisse pas d'une manière régulière de l'argent. Il faut attendre quelque mois pour que les recettes soient régulières.

C'est le fonds de roulement initial qui va lui permettre pendant cette durée d'assurer le bon fonctionnement de l'activité. Le cas présent pourrait bien contre dire cette hypothèse.

Si nous savons les charges mensuelles, il est facile de déterminer ce fonds de roulement initial

Il n'est autre que le cumul des charges d'exploitation avant les premières recettes. La détermination de la date butoir des recettes est donc subjective.

Nous laissons une marge de trois mois pour nous assurer les entrées nettes de devises. Ainsi, le fonds de roulement s'élève à 86 430 000 Ariary

### **2.3. Classement des investissements**

#### **2.3.1. Classement des investissements selon la nature de l'immobilisation**

**Tableau N° 51: Classement des investissements selon la nature de l'immobilisation (Valeur en Ariary)**

<b>Nature des investissements</b>	<b>Valeurs</b>
Immobilisation incorporelle	8 000 000
Immobilisation	910 430 000
Fonds de roulement initial	86 430 000
<b>TOTAL</b>	<b>1 004 860 000</b>

Nous avons donc besoin de 1 004 860 000 Ariary pour entreprendre, cette activité touristique

#### **2.3.2. Répartition des investissements suivants la source de financement**

Il y a deux sources de financement à savoir la borne interne ce sont les apports des associés ou du gérant, la source externe c'est à dire il s'agit tout simplement des emprunts.

**Tableau N° 52 : Répartition des investissements suivant la source de financement.**

<b>Source de financement</b>	<b>Valeur</b>	<b>%</b>
Apport	401 944 000	40%
Emprunt	602 916 000	60%
<b>TOTAL</b>	<b>1 004 860 000</b>	<b>100%</b>

Actuellement, certaines institutions financières sont prêtes à aider les entreprises jusqu'à hauteur de 70% de prêts si les conditions qu'elles exigent sont remplies.

Après cette section, nous allons cette fois-ci définir les ressources de financement.

### **Section 3 : SOURCE DE FINANCEMENT ET LES AMORTISSEMENTS**

#### **3.1. Les apports**

Les apports commencent nécessairement par les épargnes personnelles ; ce qui signifie que tout promoteur qui pense investir dans ce domaine doit avoir une certaine somme d'argent assez importante.

##### **-Les prises de participation au capital**

Cette possibilité ne concerne que les sociétés créées dans certains types d'activités

Très peu d'entreprises peuvent recouvrir au capital, risque qui consiste en une prise de participation temporaire et minoritaire par un organisme spécial des projets et extrêmement rigoureuse.

**- Les proches -parents et amis** peuvent souscrire au capital de la société.

#### **3.2. Les emprunts à moyen ou à long terme**

Sans qu'il y ait des règles absolues, les banques habituellement ne financent qu'à hauteur de 70% du montant hors taxes les investissements physiques, les frais développements immobilisables s'il y a lieu et éventuellement, mais souvent avec réticence, le besoin en fonds de roulement. Le montant et la durée du prêt sont fixés de telle sorte que le total des intérêts à payer soit égal au total des intérêts acquis durant la phase d'épargne multipliée par coefficient donné par la banque.

### **3.3. Les prêts personnels**

Ils permettent de compléter l'apport personnel. Certains organismes extra bancaires attribuent des prêts d'honneur sans exiger de garanties.

De même, quelques banques, accordent des prêts à des conditions minorées, à l'occasion souvent d'accords passés avec des structures, elles s'occupent de créations d'entreprise : club de créateurs d'entreprise, organisme des développements économique local.

Une fois les emprunts obtenus, il faudra penser au plan de remboursement des emprunts et leurs intérêts.

#### **3.3.1. Les amortissements financières et le plan de remboursement des dettes**

Les investissements s'élèvent à 1 004 860 000 Ariary ; il est supposé que les apports soient de 401 944 000 Ariary afin d'espérer recourir à un emprunt de 602 916 000 Ariary.

Il faudra connaître les conditions d'emprunt exigées par l'institution financière.

- Taux d'intérêt annuel de 20%, intérêt payable à l'échéance, aucun solde compensateur
- Durée de remboursement de 5 ans

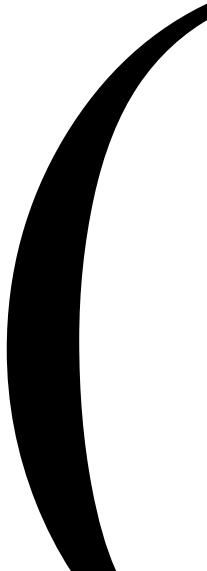
#### **Présentation du tableau de remboursement des dettes**

Nous connaissons maintenant les modalités et conditions des remboursements des dettes. Contentons-nous cette fois-ci des ressources de financement.

A

=Vo

1



or

Amorti

=

Vo



n

Avec : **A** : Annuité constante

**V<sub>0</sub>** : capital au début de période (ou montant de l'emprunt)

**I** : taux d'intérêt

Et les intérêts annuels se calcul comme suit :

**I** =  $V_0 \times t$  d'où **I**= Intérêt annuel

**V<sub>0</sub>** = capital au début de période

**t** = taux d'intérêt

Nous allons faire le calcul de l'annuité constante avant d'élaborer le tableau de remboursement des dettes.

En appliquant la formule de l'annuité ci-dessus l'annuité constante se présente comme suit :

$V_0 = 602\ 916\ 000$  Ariary ;  $n = 5$ ans

•  
1

---

$$\frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

$$A = 602\ 916\ 000 \times 0,334\ 380 = 201\ 601\ 715$$

A= 201 601 715 Ariary

**Tableau N 53 : Remboursement des dettes**

Période	Capital début	Annuité	Intérêt	Remboursement	Capital fin
1 <sup>ere</sup> année	602 916 000	201 601 715	120 583 200	81 018 515	521 897 485
2 <sup>e</sup> me année	521 897 485	201 601 715	104 379 497	972 222 218	424 675 267
3 <sup>e</sup> me année	424 675 267	201 601 715	849 350 53,4	1166666661,6	308008605, 4
4 <sup>e</sup> me année	308008605,4	201 601 715	61601721	139 999 994	168006611 , 4
5 <sup>e</sup> me année	168 008 611,4	201 601 715	33601722,3	167 999 993	0
<b>TOTAL</b>		<b>100800857 5</b>	<b>405101194</b>	<b>602907382</b>	

**Remarque :**

#### **Amortissement : A – I**

**Capital fin = capital début – Annuité + Intérêt**

Les dettes de 602 916 000 Ariary entraînent des charges d'intérêt de 405 101 194 Ariary à rembourser année par année jusqu'à 5 ans. Après les amortissements financiers, nous allons passer aux amortissements industriels

### **3.4. Amortissement industriel**

#### **3.4.1. Définition**

Plusieurs types de définitions sont donnés pour éclaircir le mot « amortissement »

Cependant il en convient de souligner que toutes ces définitions précisent une réduction de la chose à amortir par exemple, du point de vue fiscal, l'amortissement est une déduction comptable compensant la perte subie du fait de l'immobilisation ou de la dépréciation de certains éléments. Dans le jargon comptable l'amortissement est une dépréciation constatée sur les éléments d'actifs

Il y a trois façons de calculer un amortissement.

- L'amortissement linéaire au constant, il est calculé au prorata temporis, c'est-à-dire au nombre d'années à un taux fixe.
- L'amortissement progressif, les annuités calculés durant la durée de vie de l'immobilisation croissent d'année en année.
- L'amortissement dégressif

#### **3.4.2. Tableau des amortissements**

L'administration fiscale propose la durée de vie possible de chaque biens d'une entreprise.

- Pour le calcul d'amortissement des immobilisations du centre, nous utiliserons la méthode d'amortissement linéaire.

Nature de l'immobilisation	Valeur d'origine	Durée d'amortissement	Taux d'amortissement	Amortissement
Immobilisation incorporelle	8 000 000	5	0,2	1 600 000
Immobilisation corporelle	910 430 000			
Terrain	74 000 000			
Construction de Bungalow	358 400 000	10	0,1	38 540 000
Equipement et matériels de salons	27 000 000	4	0,25	6 750 000
Locaux sanitaires	70 000 000	10	0,1	70 000 000
Construction d'une piscine	28 880 000	10	0,1	28 880 000
Construction d'un terrain de tennis	5 600 000	10	0,1	560 000
Salle de gym	6 550 000	10	0,1	655 000
Golf	5 000 000	10	0,1	500 000
Galerie d'exploitation	10 000 000	10	0,1	1 000 000
Parc zoologique et botanique	40 000 000	10	0,1	4 000 000
Bibliothèque	30 000 000	5	0,2	6 000 000
Equipement de jeux divers	6 000 000	5	0,2	1 200 000
Kiosque à musique	6 000 000	5	0,2	1 200 000
Nombre d'extincteur	2 000 000	5	0,2	400 000
Salle de stockage ou magasin (construction)	20 000 000	10	0,1	4 400 000
Voiture à mettre en location	80 000 000	5	0,2	16 000 000
Voiture pour Administration	34 000 000	5	0,2	6 800 000
Locaux administratifs	30 000 000	4	0,25	7 500 000
Matériels du bureau				
Ordinateur + Installation	8 000 000	4	0,25	2 000 000
Internet	10 000 000	4	0,25	2 500 000
Matériels et mobiliers de bureau	20 000 000	5	0,2	4 000 000
Frigidaire, congélateur, réchaud à gaz poste téléviseur, ventilateur	4 000 000	5	0,2	8 000 000
Autres				
<b>TOTAL</b>	<b>910 430 000</b>			<b>115 893 000</b>

Les amortissements atteignent une valeur de 115 893 000 Ariary le terrain n'est pas amortissable.

**Tableau n° 55 : Amortissement des cinq années d'exercice (en millier d'Ariary)**

Nature de l'immobilisation	Valeur d'acquisition	Amort	Taux en %	Année 1		Année 2		Année 3		Année 4		Année 5	
				Vo (1)	Amt (1)	Vo (2)	Amt (2)	Vo (3)	Amt (3)	Vo (4)	Amt (4)	Vo (5)	Amt (5)
Immobilisations incorporelles	8 000	1 600	0,2	6 400	1 600	4 800	1 600	3200	1600	1600	1600	0	
Immobilisation corporelle													
Terrain	74 000	-	-	74 000	-	74 000	-	74 000	-	74 000	-	74 000	-
Construction de Bungalow	385 400	38 540	0,1	346 860	38 540	308 320	38 540	269 780	38 540	231 240	38 540	192 700	38 540
Equipement et matériels de salons	27 000	6 750	0,25	20 250	6 750	13 500	6 750	6 750	6 750	-	6 750	-	-
Locaux sanitaires	70 000	70 000	0,1	63 000	70 000	56 000	70 000	49 000	70 000	42 000	7000	35 000	70 000
Construction d'une piscine	28 880	2 888	0,1	25 992	2 888	23 104	2 888	20 216	2 888	17328	2 888	14 440	2 888
Construction d'un terrain de tennis	5 600	560	0,1	5 040	560	4 480	560	3 920	560	3360	560	2 800	560
Salle de gym	6 550	655	0,1	5 895	655	5 240	655	4 585	655	3930	655	3 275	655
Terrain de Golf	5 000	500	0,1	4 500	500	4 000	500	3 500	500	3 000	500	2 500	500
Galerie d'exploitation	10 000	1 000	0,1	9 000	1 000	8 000	1 000	7 000	1 000	6 000	1 000	5 000	1 000
Parc zoologique et botanique	40 000	4 000	0,1	36 000	4 000	32 000	4 000	28 000	4 000	24 000	4 000	20 000	4 000
Bibliothèque	30 000	6 000	0,2	24 000	6 000	18 000	6 000	12 000	6 000	6 000	6 000	-	6 000
Equipement de jeux divers	6 000	1 200	0,2	4 800	1 200	3 600	1 200	2 400	1 200	1 200	1 200	-	1 200
Kiosque à musique	6 000	1 200	0,2	4 800	1 200	3 600	1 200	2 400	1 200	1 200	1 200	-	1 200
Nombre d'extincteur	2 000	400	0,2	1 600	4 000	1 200	400	800	400	400	400	-	400
Salle de stockage ou magasin (construction)	20 000	4 000	0,1	16 000	4 000	1 200	4 000	8 000	4 000	4 000	4 000	-	4 000
Voiture à mettre en location	80 000	16 000	0,2	64 000	16 000	48 000	16 000	32 000	16 000	16 000	16 000	-	16 000
Voiture pour Administration	34 000	6 800	0,2	27 200	6 800	20 400	6 800	13 600	6 800	6 800	6 800	-	6 800
Locaux administratifs	30 000	7 500	0,25	22 500	7 500	15 000	7 500	7 500	7 500	-	7 500	-	-
Ordinateur + Installation Internet	8 000	2 000	0,25	6 000	2 000	4 000	2 000	2 000	2 000	-	2 000	-	-
Matériels et mobiliers de bureau	10 000	2 500	0,25	7 500	2 500	5 000	2 500	2 500	2 500	-	2 500	-	-
Frigidaire, congélateur, réchaud à gaz, poste téléviseur, ventilateur	20 000	4 000	0,2	16 000	4 000	12 000	4 000	8 000	4 000	4 000	4 000	-	4 000
Autres	4 000	800	0,2	3 200	8 000	2 400	800	1 600	800	800	800	-	800
<b>TOTAL</b>	<b>910 430</b>	<b>115</b>		<b>789</b>	<b>115</b>	<b>678</b>	<b>115</b>	<b>562</b>	<b>115</b>	<b>446</b>	<b>115</b>	<b>349</b>	<b>90 743</b>
		<b>893</b>		<b>737</b>	<b>893</b>	<b>664</b>	<b>893</b>	<b>751</b>	<b>893</b>	<b>858</b>	<b>893</b>	<b>715</b>	

## **Section 4 : PLAN DE FINANCEMENT**

Par définition, le plan de financement est un tableau prévisionnel pluriannuel, permettant de recenser d'une manière standardisée les besoins et les ressources financières de type structurel d'un agent économique (entreprise, ménage, Etat ou collectivité). Cet instrument est bâti selon une périodicité variable, habituellement de 2 à 5 ans mais allant même parfois jusqu'à 20 ans.

Bien qu'un plan de financement puisse être élaboré à tout moment de la vie d'une entreprise, son utilité n'est bien souvent réellement éprouvée que dans le cadre d'un montage d'un plan d'investissement et notamment à l'occasion de la recherche des moyens de financement exigé par ce projet.

### **Montage de plan de financement**

Procéder au montage du plan de financement, ne doit pas être une fin en soi, car il importe, en effet de suivre dans le temps son déroulement, d'en mesurer les écarts et d'en comprendre les causes. A cet égard, le plan de financement est un instrument dynamique, susceptible d'évaluations rapides. En outre, son observation rendra crédible ou non les prévisions énoncées certes par les responsables financiers.

Pour l'établissement du plan de financement, deux volets sont mis en évidence.

- les besoins structurels
- les ressources structurelles

La répartition du plan de financement sera

**Tableau n°56 : La répartition du plan de financement ( valeur en Ariary)**

<b>Emploi</b>	<b>Montant</b>	<b>Ressources</b>	<b>Montant</b>
FRI	86 430 000	Capital (40%)	401 944 000
Investissement	918 430 000	Emprunt (60%)	602 916 000
<b>Total emploi</b>	<b>1 004 860 000</b>	<b>Total ressource</b>	<b>1 004 860 000</b>

Le plan de financement serait à l'ordre de 1 004 860 000 Ariary réparti de 918 430 000 Ariary pour l'investissement et 86 430 000 Ariary pour le fonds de roulement initial pour l'emploi et 40% de capitaux propres, 60% des emprunts pour les ressources.

Pour avoir le résultat de notre projet, nous allons étudier le deuxième chapitre intitulé : analyse de la rentabilité et étude de faisabilité.

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

Les prévisions financières sont dans toutes les circonstances, qu'il s'agisse du budget à courte échéance, de plan à moyen terme ou, de projets à horizon très lointain, réalisées autour de deux documents de référence.

- Le compte de résultat prévisionnel
- Le bilan prévisionnel

Ces deux instruments de base seront toujours accompagnés par d'autres outils de contrôle destinés à vérifier la cohérence globale.

- une série de ratios
- le plan de trésorerie

C'est de ces instruments, qu'il en sortira l'étude de la faisabilité du projet et l'analyse de la rentabilité. Ces chapitres comportent trois (3) sections qui seront traitées une à une.

### **Section 1 : LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL**

Le compte de résultat est comme un état récapitulatif des charges et des produits réalisés par l'entité au cours de la période considérée. Pour différence des produits et charges, il fait apparaître le résultat net de la période.

A partir du résultat, on peut juger si activité est rentable ou non, le compte de résultat permet à l'entreprise d'apprécier sa performance à réaliser des bénéfices.

Le compte de résultat a donc pour projet de détermination de résultat net comptable de la société à la fin de chaque période.

Le PCG 2005 préconise deux types de présentation :

- par nature
- par fonction

Mais dans notre cas, nous allons présenter le compte de résultat par nature.

**Tableau N°57 : Compte de résultat prévisionnel, de chaque année d'activité**

(Valeur en

ariary)

Années	1ère Année	2ème Année	3ème Année	4ème Année	5ème Année
Chiffre d'affaire	1 159 200 000	1 176 588 000	1 194 236 820	1 212 150 372	1 230 332 628
<b>I-PRODUCTION DE L'EXERCICE</b>	<b>1 159 200 000</b>	<b>1 176 588 000</b>	<b>1 194 236 820</b>	<b>1 212 150 372</b>	<b>1 230 332 628</b>
Bungalow	421 200 000	427 518 000	433 930 770	440 439 732	447 046 328
Restaurant	108 000 000	109 620 000	111 264 300	112 933 265	114 627 264
Location de voiture	90 000 000	91 350 000	92 720 250	94 111 054	95 522 720
Epicerie	252 000 000	255 780 000	259 616 700	263 510 951	267 463 615
Vente de médicament	36 000 000	36 540 000	37 088 100	37 644 422	38 209 088
Bazar de souvenir	252 000 000	255 780 000	259 616 700	263 510 951	267 463 615
Restaurant	421 200 000	429 624 000	451 105 200	473 660 460	497 343 483
<b>Achat de matières et autre approvisionnement</b>	<b>524 520 000</b>	<b>535 010 400</b>	<b>561 760 920</b>	<b>589 848 966</b>	<b>626 341 414 ,3</b>
Matériel sanitaire	19 200 000	19 584 000	20 563 200	21 591 360	22 670 928
Médicament	24 000 000	24 480 000	25 704 000	26 989 200	28 338 660
Charbon de bois	120 000	122 400	128 520	134 946	141 693,3
Epicerie	24 000 000	24 480 000	25 704 000	26 989 200	28 338 660
Bazar de souvenir	36 000 000	36 720 000	38 556 000	40 483 800	42 507 990
Achat non stockées	42 720 000	43 574 400	45 753 120	48 040 776	50 442 815
Eau t électricité	37 200 000	37 944 000	39 841 200	41 833 260	43 924 923
Combustion	4 800 000	4 896 000	5 140 800	5 397 840	5 667 732
Gaz	720 000	734 400	771 120	809 676	850 159,8
Service extérieur	82 260 000	83 905 200	88 100 460	92 505 483	97 130 757
Entretien et réparation	2 400 000	2 448 000	2 570 400	2 698 920	2 833 866
Assurance	48 000 000	48 960 000	51 408 000	53 978 400	56 677 320
Poste et télécommunication	8 280 000	8 445 600	8 867 880	9 311 274	9 776 837,7
Publicité et relation publique	480 000	489 600	514 080	539 784	566 773,2
Déplacement et mission	5 000 000	5 100 000	5 355 000	5 622 750	5 903 887,5
Autre	18 100 000	18 462 000	19 385 100	20 354 355	21 372 073
<b>II-CONSOMMATION DE L'EXERCICE</b>	<b>287 400 000</b>	<b>293 148 000</b>	<b>307 805 400</b>	<b>323 195 670</b>	<b>339 355 454</b>
<b>III- VA (I-II)</b>	<b>871 800 000</b>	<b>883 440 000</b>	<b>886 431 420</b>	<b>888 954 702</b>	<b>890 977 174</b>
Impôt et taxe (IBS 30%)	1 240 000	1 264 800	1 328 040	1 394 442	1 464 164,1
Charge du personnel	56 280 000	57 405 600	60 275 880	63 289 674	66 454 157,7
<b>IV- EXCEDENT BRUTE d'exploitation</b>	<b>814 280 000</b>	<b>824 769 600</b>	<b>824 827 500</b>	<b>824 970 586</b>	<b>825 058 852</b>
Dotation aux amortissements	115 893 000	115 893 000	115 893 000	115 893 000	101 927 894
<b>V- Résultat</b>	<b>698 387 000</b>	<b>708 876 600</b>	<b>708 934 500</b>	<b>709 077 586</b>	<b>723 130 958</b>
Produit financières					
Charges financières	120 583 200	104 379 497	84935053,4	61 601 721	33 601 722,3
<b>VI- Résultat financier</b>	<b>-120 583 200</b>	<b>-104 379 497</b>	<b>-84935053,4</b>	<b>-61 601 721</b>	<b>-33 601 722,3</b>
<b>VII- Résultat avant impôt</b>	<b>577 803 800</b>	<b>604 497 103</b>	<b>623 999 447</b>	<b>647 475 865</b>	<b>689 529 236</b>
Impôt exigible sur le résultat				194 242 760	206 858 771

<b>TOTAL PRODUIT DES ACTIVITE</b>	<b>1 159 200 000</b>	<b>1 176 588 000</b>	<b>1 194 236 820</b>	<b>1 212 150 372</b>	<b>1 230 332 628</b>
<b>TOTAL CHARGES DES ACTIVITES</b>	<b>906 120 000</b>	<b>918 446 400</b>	<b>930 932 388</b>	<b>944 589 851</b>	<b>949 111 697</b>
VIII- Résultat net des activités ordinaire	253 080 000	258 141 600	263 304 432	267 560 521	281 220 931
<b>Résultat net de l'exercice</b>	<b>253 080 000</b>	<b>511 221 600</b>	<b>774 526 032</b>	<b>1 041 786 553</b>	<b>1 323 007 484</b>

Ce tableau nous montre que l'entreprise réalisera de bénéfice chaque année dont 253 080 000 Ariary la première année, et 1 323 77 484 Ariary la cinquième année. Le résultat ne cesse pas de s'accroître, il est toujours positif chaque année et évolue de façon progressive, ce qui nous permet de dire que l'activité est rentable. La formation du résultat peut être expliquée par d'autres indicateurs de gestion, à savoir :

C'est l'indicateur, de gestion qui mesure mieux que le chiffre d'affaires, l'activité de l'entreprise pendant l'exercice. Elle représente la somme de la production vendue et la production stockée.

Elle représente la production de l'exercice de consommation intermédiaire. Elle permet la rémunération des facteurs de production et exprime la création de valeur ou l'accroissement de la valeur ou l'accroissement de la valeur apportée par l'entreprise aux biens et services de tiers.

Il permet d'apprécier la rentabilité de l'exploitation avant la décision relative aux amortissements, l'influence des résultats financiers et avant l'incidence des impôts sur les bénéfices.

C'est un résultat découlant de l'exploitation effective de l'entreprise, abstraction faite des charges et produits liés aux sources de financement ou de charges et produits hors exploitation. C'est la différence entre les charges d'exploitation et les produits d'exploitation.

Il tient compte des opérations financières. Nous pouvons constater que le projet est toujours bénéficiaire dès la première année. C'est le résultat final. C'est le seul qui a un caractère public.

## Section 2 : LE PLAN DE TRESORERIE PREVISIONNELLE

Pour un créateur d'entreprise la trésorerie demeure le premier indicateur de santé de l'entreprise, donc pour déterminer la santé de notre projet en terme de trésorerie, il nous faut construire le budget de trésorerie.

La trésorerie est établie à partir des flux des encaissements et des décaissements

relevés dans les opérateurs à long et à court terme de l'entreprise.

Les encaissements sont constitués par les apports en capital, les comptes courants les emprunts et les chiffres d'affaires obtenues.

Par contre, sont enregistrés dans les décaissements : les investissements, les remboursements d'emprunt, les intérêts de l'emprunt ainsi que l'impôt exigible sur le résultat.

Nous allons voir dans le tableau ci-dessous la situation de trésorerie de l'entreprise pendant les cinq années de projection.

**Tableau N°58 : La situation de trésorerie pendant 5 années de projection.**

**(Valeur en Ariary)**

Désignation	1 <sup>ère</sup> Année	2 <sup>ème</sup> Année	3 <sup>ème</sup> Année	4 <sup>ème</sup> Année	5 <sup>ème</sup> Année
Flux de trésorerie liés aux activités	1 159 200 000	1 176 588 000	1 194 236 820	1 212 150 372	1 230 332 628
Encaissement reçus des clients	1 159 200 000	1 176 588 000	1 194 236 820	1 212 150 372	1 230 332 628
Achats des matières premières et autres approvisionnements	175 320 000	178 826 400	187 767 720	197 156 106	207 013 113, 3
Achats non stockées	42 720 000	43 574 400	45 753 120	48 040 776	50 442 815
Service extérieurs	82 260 000	83 905 200	88 100 460	92 505 483	97 103 757
Impôts et taxes	1 240 000	1 264 800	1 328 040	1 394 442	1 464 164,1
Charges de personnel	56 280 000	57 405 600	60 275 880	63 289 674	66 454 158
Intérêts et autres frais financiers payés	120 583 203	104 379 497	849 350 053, 4	61 601 721	336 017 22,3
Impôts sur les résultats payés				194 242 760	206 858 771
Flux de trésorerie avant éléments extraordinaire	680 796 800	707 232 103	726 076 547	735 120 874	798 341 724
Flux de trésorerie lié à des événements extraordinaires (imprévus)	-18 100 00				
Flux de trésorerie net provenant des activités opérationnelles (A)	662 696 800	707 232 103	726 076 547	735 120 874	798 341 724
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissements					
Décaissement sur acquisition d'immobilisation	-910 430 000				
Encaissement sur cession d'immobilisation financière					
Flux de trésorerie net provenant des activités d'investissements (B)	-910 430 000				
Flux de trésorerie liés aux activités de financement					
Encaissement suite à l'émission d'action	346 664 000				
Encaissement provenant d'emprunts	519 996 000				
Remboursement d'emprunts	-69 877 063	-83 852 476	-100 622 971	-120 747 565	-144 897 078
Flux de trésorerie net provenant des	79 678 293	-83 852 476	-100 622 971	-120 747 565	-144 897 078

<b>activités de financement (C)</b>					
Variation de la trésorerie de la période  (A+B+C)	549 049 737	623 379 627	625 453 576	614 373 309	653 444 646
Trésorerie et équivalent de la trésorerie à l'ouverture de l'exercice	549 049 737	623 379 627	625 453 576	614 373 309	653 444 646
Trésorerie et équivalent de la trésorerie à la clôture de l'exercice	549 049 737	1 172 429 364	1 797 882 940	2 412 256 249	3 065 700 895
<b>Variation de la trésorerie de la période</b>	<b>0</b>	<b>549 049 737</b>	<b>1 172 429 364</b>	<b>1 797 882 940</b>	<b>2 412 256 249</b>

L'entreprise dégage chaque année une trésorerie largement positive pour faire face aux charges d'exploitation de l'année suivante.

Il convient d'élaborer un tableau de trésorerie pour observer comment va évoluer la disponibilité prévisionnelle de liquidité d'argent.

Le but du tableau est de prévoir les besoins nécessaires pour le financement de l'activité de l'entreprise. On peut penser que c'est un complément puis que le plan du financement est un tableau d'emploi et de ressources permanentes en confrontant les investissements et les besoins d'exploitation permanents au financement à caractère permanent.

En fait, ce tableau traite la comptabilité des mouvements (recettes et dépenses) qui affecte la caisse de l'entreprise et qui engendre un besoin de trésorerie.

Le plan de la trésorerie est nécessaire tant sur l'aspect de recherche de l'utilisation optimale des fonds que sur l'aspect politique financière auprès des bailleurs de fonds. Après le plan de trésorerie, passons au bilan prévisionnel.

### Section 3 : LES BILANS PREVISIONNELS

Le bilan est un document comptable tenu par une entreprise qui fournit une représentation de patrimoine. Il récapitulé à un instant donné, l'ensemble des droits et des engagements qui caractérisent à la fois la situation juridique et la situation financière de l'entité considérée comme tout document comptable. Le bilan doit suivre une tendance de normalisation de sa présentation. La structuration du bilan se fait par une classification en fonction du liquide de l'actif de l'exigibilité du passif.

Nous allons présenter les bilans de l'entreprise selon les manières que préconise le PCG 2005.

**Tableau N° 59 : Bilan d'ouverture.**

**Exercice close le 31/12/N (1ère Année) valeur en Ariary**

<b>Actifs</b>	<b>Montant</b>	<b>Capitaux propres et passif</b>	<b>Montant</b>
<b>ACTIFS NON COURANTS</b>		<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
Immobilisait on incorporelles			
Frais de développement immobilisable	8 000 000 <b>8 000 000</b>	Capital	401 944 000
<b>TOTAL ACTIF NON COURANT</b>			
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>74 000 000</b>	<b>PASSIF NON COURANT</b>	
Terrain	385 400 000	Emprunt et dettes	602 916 000
Construction Bungalow	27 000 000	Financières	
Matériels de salon	70 000 000		
Locaux sanitaires	28 880 000		
Construction d'une piscine	5 600 000		
Construction d'un terrain de Tennis	11 550 000		
Salle de gym			
Equipements culturels	10 000 000		
Galerie d'exposition	40 000 000		
Parc zoologique et botanique	30 000 000		
Bibliothèque	6 000 000		
Jeux divers	6 000 000		
Kiosque à musique	2 000 000		
Eléments de sécurisation	20 000 000		
Salle de stockage	80 000 000		
Voiture à mettre en location	34 000 000		
Voiture pour administration	30 000 000		
Locaux administratifs	10 000 000		
Matériels et mobilier de bureau	8 000 000		
Matériels informatiques	20 000 000		
Electrons ménager	4 000 000		
Autres	<b>910 580 000</b>		
<b>TOTAL ACTIFS NON COURANTS</b>	94 340 000		
<b>ACTIFS COURANT</b>			

Trésorerie			
	<b>1 004 860 000</b>	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	<b>1 004 860 000</b>

Ce tableau nous montre qu'au départ de notre activité le résultat n'existe pas encore mais l'exercice va commencer.

### 3.2. Bilan prévisionnel

Nous allons présenter les bilans de l'entreprise de la première année jusqu'à la cinquième année.

#### 3.2.1. Bilan prévisionnel de la première année ou année N

**Tableau N°60: Bilan prévisionnel de la première année (Valeur en millions)**  
**Exercice clos le 31/12/n (Valeur en Ariary)**

Actif	Montant brut	Amort	Montant net	Passif	Montant
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
<u>Immobilisations incorporelles</u>	8	1,6	6,4	Capital	401,944
Frais de développement immobilisables		1,6	6,4	Réserve légal	
<b>TOTAL ANC</b>	<b>8</b>			Report à niveau	253,08
<u>Immobilisations corporelles</u>	74	-	74	Résultat net de l'exercice	
Terrain	38,54	38,54	346,86		
Construction Bungalow	27	6,75	20,25	<b>PASSIF NON COURANT</b>	
Matériels de salon	70	7	63	Emprunt et dettes financières	521, 897 485
Locaux sanitaires	28,88	2,888	25,992		
Construction d'une piscine	5,6	0,56	5,04		
Construction d'un terrain de Tennis	11,55	0,655	5,895	Dettes fournisseur	175, 32
Salle de gym					
Equipements culturels	10	0,5	4,5		
Galerie d'exposition	40	1	9		
Parc zoologique et botanique	30	4	36	Etats	9 ,52
Bibliothèque	6	6	24		
Jeux divers	2	1,2	4,8		
Kiosque à musique	20	0,4	1,6		
Eléments de sécurisation	80	2	18		
Salle de stockage		16	64		
Voiture à mettre en location	34				
	30	6,8	27,2		
Voiture pour administration	10	7,5	22,5		
Locaux administratifs		2	6		
Matériels et mobilier de bureau	8	2,5	7,5		
Matériels informatiques	20	4	16		
Electrons ménager	4	0,8	3,2		
Autres					
<b>TOTAL actif non courant</b>			<b>796 537 000</b>		
<b>TRESORERIE</b>			<b>312 144 485</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>1 108 681 485</b>	<b>TOTAL DE PASSIF</b>	<b>1 108 681 485</b>

Ainsi, la valeur du bilan prévisionnel de la première année s'élève à 1108681485 Ariary.

### 3.2.2 Bilan prévisionnel de la deuxième année ou année N+1

**Tableau N°61 : Bilan prévisionnel de la deuxième année (valeur en millions)**  
**Exercice clos le 31/12/N+1 (valeur en Ariary)**

Actif	Montant brut	Amort	Montant net	Passif	Montant
<b><u>ACTIF NON COURANT</u></b>				<b><u>CAPITAUX PROPRES</u></b>	
Immobilisations incorporelles	8	3,2	4,8	Capital	401,944
Frais de développement immobilisables	<b>8</b>	<b>3,2</b>	<b>4,8</b>	Réserve légale	
<b>TOTAL ANC</b>	<b>74</b>	-	<b>74</b>	Report à niveau	253,08
Immobilisations corporelles	38,54	77,08	308,32	Résultat net de l'exercice	511,2216
Terrain	27	13,5	13,5		
Construction Bungalow	70	14	56	<b><u>PASSIF NON COURANT</u></b>	
Matériels de salon	28,88	5,776	23,104	Emprunt et dettes financières	424,675 267
Locaux sanitaires	5,6	1,12	4,48		
Construction d'une piscine	11,55	1,31	5,24	Dettes fournisseur	178,826 4
Construction d'un terrain de Tennis				Etats	9,710 4
Salle de gym	10	2	8		
Equipements culturels	40	8	32		
Galerie d'exposition	30	12	18		
Parc zoologique et botanique	6	2,4	3,6		
Bibliothèque	6	2,4	3,6		
Jeux divers	Bibliothèque	0,8	1,2		
Kiosque à musique	20	4	16		
Eléments de sécurisation	80	32	48		
Salle de stockage	34	13,6	20,4		
Voiture à mettre en location	30	7,5	22,5		
Voiture pour administration	10	4	4		
Locaux administratifs	8	5	5		
Matériels et mobilier de bureau	20	8	12		
Matériels informatiques	4	1,6	2,4		
Electrons ménager					
Autres					
<b>TOTAL ARC</b>			<b>685,664</b>		
<b>TRESORERIE</b>			<b>517 838 467</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>1 203 502 467</b>	<b>TOTAL DE PASSIF</b>	<b>1 203 502 467</b>

Le montant total du bilan de l'année 2ème s'élève à 1203502467 Ariary et on a constaté que, le résultat de l'entreprise augmente par rapport à l'année précédente.

### 3.2.3. Bilan prévisionnel de la trésorerie année ou année N+2

Tableau N°62 : Bilan prévisionnel de la troisième année (Valeur en millions)

Exercice clos de 31/12/N+2 (valeur en Ariary)

Actif	Montant brut	Amort	Montant net	Passif	Montant
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
Immobilisations incorporelles	8	6,4	1,6	Capital	401, 944
Frais de développement immobilisables	<b>8</b>	<b>6,4</b>	<b>1,6</b>	Réserve légale	
<b>TOTAL ANC</b>	<b>74</b>	<b>-</b>	<b>74</b>	Report à niveau	764, 229 6
Immobilisations corporelles	38,54	115,6	269,78	Résultat net de l'exercice	774, 526 032
Terrain	27	2	6,75		
Construction Bungalow	70	20,25	49	<b>PASSIF NON COURANT</b>	
Matériels de salon	28,88	21	20,216	Emprunt et dettes financières	308 008 605
Locaux sanitaires	5,6	8,664	3,92		
Construction d'une piscine	11,55	1,68	4,585		
Construction d'un terrain de Tennis			1,965		
Salle de gym	10	1,5	7	Dettes fournisseur	187, 767 72
Equipements culturels	40	3	28		
Galerie d'exposition	30	12	12	Etats	10 ,195 92
Parc zoologique et botanique	6	18	2,4		
Bibliothèque	6	3,6	2,4		
Jeux divers	2	3,6	0,8		
Kiosque à musique	20	1,2	14		
Eléments de sécurisation	80	6	32		
Salle de stockage	34	48	13,6		
Voiture à mettre en location	30	20,4	7,5		
Voiture pour administration	10	22,5	2		
Locaux administratifs	8	6	2,5		
Matériels et mobilier de bureau	20	7,5	8		
Matériels informatiques	4	12	1,6		
Electrons ménager					
Autres					
<b>TOTAL ARC</b>			<b>567,151</b>		
<b>TRESORERIE</b>			<b>538 822 045</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>1 234 973 045</b>	<b>TOTAL DE PASSIF</b>	<b>1 234 973 045</b>

Le montant total du bilan de la troisième année s'élève à 1 234 973 045 Ariary, la troisième de l'entreprise ne cesse de s'accroître et le résultat est toujours positifs.

### 3.2.4. Bilan prévisionnel de la quatrième année ou année N+3

Tableau N°63 : Bilan prévisionnel de la quatrième année

(Valeur en millions)

Exercice clos de 31/12/N+3 (valeur en Ariary)

Actif	Montant brut	Amort	Montant net	Passif	Montant
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
Immobilisations incorporelles				Capital	401, 944
Frais de développement immobilisables	8	8	0	Réserve légal	
<b>TOTAL ANC</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	Report à niveau	989, 367 25
Immobilisations corporelles	74	-	74	Résultat net de l'exercice	1 041 786
Terrain	38,54	145,16	231,24		553
Construction Bungalow	27	27	0	<b>PASSIF NON COURANT</b>	
Matériels de salon	70	28	42		
Locaux sanitaires	28,88	11,552	17,328		
Construction d'une piscine	5,6	2,24	3,36		
Construction d'un terrain de Tennis	11,55	2,62	3,93	Emprunt et dettes financières	
Salle de gym	5	2	3		168, 006 611
Equipements culturels	10	4	6	Dettes fournisseur	
Galerie d'exposition	40	16	24		
Parc zoologique et botanique	30	24	6	Etats	197, 156 106
Bibliothèque	6	4,8	1,2		
Jeux divers	6	4,8	1,2		107, 057 716
Kiosque à musique	2	1,4	0,4		
Eléments de sécurisation	20	8	12		
Salle de stockage	80	64	16		
Voiture à mettre en location	34	27,2	6,8		
Voiture pour administration	30	30	0		
Locaux administratifs	8	8	0		
Matériels et mobilier de bureau	10	10	0		
Matériels informatiques	20	16	4		
Electrons ménager	4	3,2	0,8		
Autres					
<b>TOTAL ARC</b>			<b>459,418</b>		
<b>TRESORERIE</b>			<b>726 761 683</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>1 286 179 683</b>	<b>TOTAL DE PASSIF</b>	<b>1 286 179 683</b>

Ainsi le montant du bilan de la quatrième année s'élève à Ar 1 286 179 683 dont le résultat est Ar 230 245 720.

### 3.2.5. Bilan prévisionnel de la cinquième année ou année N+4

Tableau N°64 : Bilan prévisionnel de la cinquième année (valeur en million)

Exercice des de 31/12/ N+4 (Valeur en Ariary)

<b>Actif</b>	<b>Montant brut</b>	<b>Amort</b>	<b>Montant net</b>	<b>Passif</b>	<b>Montant</b>
<b>ACTIF NON COURANT</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	
<u>Immobilisations incorporelles</u>				Capital	401, 944
Frais de développement immobilisables	<b>0</b>	0	0	Réserve légale	
<b>TOTAL ANC</b>				Report à niveau	638 ,612 97
<u>Immobilisations corporelles</u>				Résultat net de l'exercice	1 ,301 256 73
Terrain	74	-	-		
Construction Bungalow	385,4	192,7	192,7		
Matériels de salon	70	35	35	<b>PASSIF NON COURANT</b>	
Locaux sanitaires	28,88	14,44	14,44		
Construction d'une piscine	5,6	2,8	2,8		
Construction d'un terrain de Tennis	6,55	3,275	3,275	Emprunt et dettes financières	0
Salle de gym	10	2,5	2,5		
Equipements culturels	40	5	5		
Galerie d'exposition	30	20	20	Dettes fournisseur	207 ,013 911
Parc zoologique et botanique	6	30	0		
Bibliothèque	6	6	0	Etats	11, 241 002
Jeux divers	2	6	0		
Kiosque à musique	20	2	0		
Eléments de sécurisation	80	10	10		
Salle de stockage	34	80	0		
Voiture à mettre en location	0	34	0		
Voiture pour administration	0	0	0		
Locaux administratifs	0	0	0		
Matériels et mobilier de bureau	20	0	0		
Matériels informatiques	4	20	0		
Electrons ménager					
Autres					
<b>TOTAL ARC</b>			<b>359,715</b>		
<b>TRESORERIE</b>			<b>899 096 883</b>		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>			<b>1 291 811 883</b>	<b>TOTAL DE PASSIF</b>	<b>1 291 811 883</b>

Le montant du bilan de la cinquième année s'élève à 1 291 811 883 Ariary, alors l'entreprise n'aura plus de dettes à payer à partir de la cinquième année.



Les analyses effectuées antérieurement nous ont permis de dresser les bilans ci-dessus.

Ce dernier indique à chaque fin d'année d'exercice, la situation des ressources financières à la disposition de l'entreprise et la situation des emplois effectués. On remarque qu'à partir de la cinquième année, certaines immobilisations sont amorties et qu'il faudra les renouveler. Seuls les engins lourds ne sont pas totalement amortis.

Après la confection du bilan, nous passons à l'étude de l'évaluation du projet.

## **CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET**

Ce chapitre est composé de cinq sections à savoir : Evaluation économique, évaluation financières, les autres critères d'analyse financières (les ratios) ; les impacts du projet (social, économique, financier) et enfin le cadre logique du projet.

### **Section 1 : EVALUATION ECONOMIQUE**

Il est important de bien distinguer « évaluation économique », car cette section nous permet de voir la création de la valeur ajoutée que nous allons traiter dans le point suivant et du point de vue économique, cette valeur ajoutée exprime une contribution au développement du pays, c'est pourquoi une création d'entreprise aura une conséquence économique dans un pays. Il est à noter que la valeur ajoutée d'une entreprise fournit une contribution propre.

#### **1.1 Création de la valeur ajoutée**

La valeur ajoutée représente la valeur de la production après la déduction de celle de consommation intermédiaire ou consommation de l'exercice.

Elle permet de cerner la dimension de l'entreprise : c'est une indication de la taille économique et permet aussi de mesurer la croissance de la firme au niveau des moyens mis en œuvre. La valeur ajoutée est donnée par la formule suivante.

**Tableau n°65 : Valeur ajoutée de notre entreprise pendant 5ans.**

<b>Année Désignation</b>	<b>1ère année</b>	<b>2ème année</b>	<b>3ème année</b>	<b>4ème année</b>	<b>5ème année</b>
Produit de l'exercice	1 159 200 00 0	1 176 588 00 0	1 194 236 820	1 212 150 3 72	1 230 332 628
Consommation de l'exercice	287 400 000	293 148 000	307 805 400	323 195 670	339 355 454
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>871 800 000</b>	<b>883 440 000</b>	<b>886 431 420</b>	<b>888 954 702</b>	<b>890 977 174</b>

Ce tableau montre l'évaluation de la valeur ajoutée par notre entreprise dans les cinq années de projection. Cette valeur est positive et croissante, ce qui permet d'affirmer la rentabilité de notre projet.

En outre, ce projet participe beaucoup à la formation du revenu national qui est représenté par la valeur ajoutée.

La distribution des revenus aux salariés se traduit, elle, par une hausse de leur pouvoir d'achat.

## **Section 2 : EVALUATIONS FINANCIERES**

Ce chapitre comporte des sections : La première élucidera les critères et la seconde pour les outils d'évaluations

### **2.1. Les évaluations selon les critères**

La théorie d'évaluation selon les critères consiste à procéder à l'évaluation des éléments susceptibles de persuader le promoteur du projet, tel que la pertinence, l'efficacité, l'efficience, la durabilité et les impacts du projet.

#### **2.2. La pertinence**

La pertinence envisagera la nécessité de notre projet sur le lieu d'implantation ou sur le marché à affronter. Pour que nous sommes en position de suiveur, nous aurons tous les matériels nécessaires plus confortables par rapport aux autres, à noter que le centre aura davantage envers les clients, grâce à ses qualités de services rendus, la confiance et la sécurité des biens et des personnes. Ceci marquera la pertinence de ce projet.

#### **2.3. L'efficacité**

Tous les opérateurs tant nationaux qu'étrangers dans ces régions seront satisfaits de notre centre touristique. Ainsi, le centre renforcera toujours la qualité de service, la rapidité et la sécurité de ses clients et des autres besoins. Alors, la fréquentation de ses visiteurs marquera l'efficacité de ce projet.

## **2.4. La durabilité**

La durabilité de ce projet dépendra étroitement du succès de ces paramètres suscités supra tels que la pertinence, l'efficacité, et l'efficience du projet. Ainsi, nous envisagerons la durabilité de notre projet tant que les touristes et les opérateurs économiques soutiendront notre projet.

## **3. Les évaluations selon les outils**

Nous étudions maintenant les outils d'évaluation à savoir la valeur Actuelle Nette, le Taux de Rentabilité Interne, Indice de Profitabilité et la Durée de Récupération des Capitaux Investis

### **3.1. La Valeur Actuelle Nette (VAN)**

#### **Définition**

Retenons que la mesure de la rentabilité des investissements repose essentiellement sur le concept du cash-flow.

Un cash-Flow est le solde des flux de trésorerie engendré par un investissement à la clôture d'une période.

Supposons que le cash-flow prévisionnel de plusieurs projets d'investissement ait été déterminé avec une précision considérée comme suffisante, la méthode de la valeur actuelle nette ensuite à actualiser tous les cash-flow c'est-à-dire à ramener leur valeur à l'époque zéro et les additionner. L'investissement dont la valeur actuelle nette est la plus élevée sera considéré comme le plus rentable.

#### **Formule**

i : taux de l'actualisation l'année en cours

Par définition, la valeur Actuelle Nette est la différence entre la dépense initiale et la somme de cash-flow actualisée générés par cet investissement tout au long de la durée de vie.

Elle est le critère économique de base en matière d'évaluation des investissements.

<b>VAN</b>	: Valeur Actuelle Nette
<b>I</b>	: Investissement
<b><math>\Sigma</math></b>	: Somme
<b>MBA</b>	: Marge Brute d'Autofinancement
<b>n</b>	: Durée

**a) Tableau 66 : Calcul de la MBA ou Cash-Flow**

Désignation	Année 1	2	3	4	5
Résultat net	253 080 000	511 221 600	774 526 032	1 041 786 553	1 323 007 484
Dotation amortissement	115 893 000	115 893 000	115 893 000	115 893 000	101 927 894
MBA	368 973 000	627 114 600	890 419 032	1 157 679 553	1 424 935 378
$(1+i)^{-j}$	0,83	0,69	0,58	0,48	0,40
MBA actualisé $i=20\%$	306 247 590	432 709 074	516 443 039	555 686 185	569 974 151
MBA net cumulée	306 247 590	738 956 664	1 255 399 703	1 811 085 888	1 987 060 039
$(1+i)^{-j}$ ; $i = 50\%$	0,67	0,44	0,30	0,20	0,13
MBA actualisé, $i=50\%$	287 211 910	275 930 424	267 125 710	231 535 911	185 241 599
MBA actualisé cumulé	287 211 910	563 142 334	830 268 044	1 061 803 955	1 247 045 554
$(1+i)^{-j}$ , $i = 80\%$	0,55	0,30	0,17	0,10	0,05
MBA actualisé	202 935 150	188 134 380	151 371 235	115 767 955	71 246 769
MBA cumulé	202 935 150	391 069 530	542 440 765	658 208 720	729 455 489

Le MBA ou « cash-flow » désigne la capacité d'autofinancement de l'entreprise.

Nous allons maintenant calculer la VAN

$$VAN = \text{MBA actualisé cumulé} - I_0$$

Or  $\text{MBA actualisée} = 1 987 060 039$  Ariary

$$I_0 (\text{investissement}) = 1 004 860 000 \text{ Ariary}$$

$$VAN = 1 987 060 039 - 1 004 860 000 = 982 200 039$$



D'après la théorie, si on trouve une valeur actuelle nette (VAN) positive, le projet est rentable, alors dans notre cas, le VAN est positive, l'investissement est alors opportun, le taux de rentabilité est supérieur au taux exigé donc le projet est rentable.

On peut juger alors l'investissement afin de déterminer une rentabilité plus significative à partir d'une date de référence.

### **3.2. Le taux de rentabilité Interne (TRI)**

Le taux de rentabilité interne d'un projet d'investissement, est le taux qui permet d'égaliser le décaissement dû à l'investissement aux cash-flow prévisionnels pour le même investissement.

De plus, c'est le taux appliqué au terme des marges brutes d'autofinancement avec l'investissement sur ce point, l'emprunt effectué ne conduit pas l'entreprise à une perte. Ce TRI est désigné également par l'expression « taux moyen de rentabilité » ou encore « taux de rendement de point mort ». Le TRI représente le taux d'actualisation correspondant à une VAN nulle.

**Tableau N°67 : Présentation de calcul de TRI ( 20% taux d'actualisation )**

<b>Année</b>	<b>MBA</b>	<b><math>(1+i)^{-j}</math></b>	<b>MBA <math>(1+i)^{-j}</math></b>
1	368 973 000	0,83	306 247 590
2	627 114 600	0,69	432 709 074
3	890 419 032	0,58	516 443 039
4	1 157 679 553	0,48	555 686 185
5	1 424 935 378	0,40	569 974 151
<b>TOTAL</b>			<b>1 987 060 039</b>

Ce taux est calculé à partir de la somme de marge brute d'autofinancement au taux de 50% et de 80%.

**Tableau N°68: Taux d'actualisation entre 50% et 80%**

<b>Année</b>	<b>MBA</b>	<b>50%</b>	<b>80%</b>
1	368 973 000	287 211 910	202 935 150
2	627 114 600	275 930 424	188 134 380
3	890 419 032	267 125 710	151 371 235
4	1 157 379 553	231 535 911	115 767 955
5	1 424 935 378	185 241 599	71 246 769
<b>TOTAL</b>		<b>1 247 045 554</b>	<b>729 455 489</b>

$$\frac{80 - TRI}{80 - 50} = \frac{729.4}{729.4}$$

# 80 - *TRI*

---

# 30

$$80 - \text{TRI} = 30 \times 0,532$$

- $\text{TRI} = (30 \times 0,532) - 80$
- $\text{TRI} = 15,96 - 80$
- $\text{TRI} = 64,04$
- $\text{TRI} = 64,04\%$

Le TRI est ici supérieur au taux d'emprunt, le projet est donc rentable et acceptable car l'entreprise a une marge de sécurité de 44,04% pour emprunter.

Si le TRI calculé est supérieur au taux de l'emprunt, la différence sera la marge que l'entreprise génère. Sinon, l'entreprise se rendra à une perte. Le TRI a une signification économique très concrète. Il indique le taux d'intérêt maximum que l'entreprise pourrait supporter dans le cas où la totalité du capital serait empruntée. Dans une telle situation, si l'entreprise rembourse son emprunt au fur et à mesure que des

rentrées reproduisent, aucun bénéfice ne sera enregistré.

### **3.3. L'indice de profitabilité (IP)**

L'indice de profitabilité est le rapport, Cash-flow engendré pour l'investissement actualisé on non est le plus élevée). Ou bien c'est le rapport entre la valeur Actuelle nette et l'investissement.

Avec :

**VAN** : Valeur Actuelle Nette

**IP** : Indice de Profitabilité

**I** : Investissement

**i** : Taux d'actualisation

Normalement IP doit être supérieur à 1

$$IP =$$

1.987.06

---

1.004.86

Il est nécessaire que l'IP soit supérieur à 1 pour que l'investissement soit

rentable. Ici IP est supérieur 1, alors on peut dire que l'investissement est acceptable et cet indice nous permet de dégager la rentabilité par unité d'investissement.

On peut conclure que  $IP = 1,97$  signifie que 1Ariary investit génère 0,97 Ariary de bénéfice, si on réalise de bénéfice on peut dire que le projet est rentable.

Les investissements trop coûteux seront ainsi pénalisés. Nous approchons ainsi par cette méthode, les problèmes liés au financement des investissements de la même manière que précédemment. Il est préférable d'actualiser les cash- Flow.

Plus l'indice de profitabilité est largement supérieur à l'unité, plus le projet est efficace

### **3.4. La durée de récupération des capitaux Investis (DRCI)**

La DRCI est la durée ou la date avec laquelle les investissements seront récupérés. Pour ce faire, les flux nets de trésorerie générés par l'investissement initial remboursent les nets de trésorerie.

$$\begin{array}{ccc} \mathbf{N-1} & < \mathbf{DRCI} < & \mathbf{N+1} \\ \mathbf{X} & < \mathbf{I} < & \mathbf{Y} \end{array}$$

$$\frac{(n + 1) - }{DRCI - } =$$

X -

---

J - X

$$[(n=1) - (n-1)] [(I-X)] = [(X-Y)] [DRCI-(n-1)]$$

**DRCI** : Durée de récupération des capitaux investis

**N** : Durée

**X** : Somme récupérée avant la DRCI

On attend par DRCI, le temps pendant lequel l'entreprise pourra récupérer le fonds initialement investi. En d'autre terme il s'agit du temps où le cumul de cash-flow est égal au capital investi.

**Tableau N° 69 : Calcul DRCI**

Désignation	1ère Année	2ème Année	3ème Année	4ème Année	5ème Année
MBA actualisé cumulée	306 247 590	738 956 664	1 255 399 703	1 811 085 888	1 987 060 039
<b>Investissement</b>		<b>1 004 860 000</b>			

D'après le calcul, le DRCI se trouve entre la deuxième et troisième année d'exercice mais pour préciser cette date, il faut faire un calcul.

$$2 < \text{DRCI} < 3$$

$$738\,956\,664 < 1\,004\,860\,000 < 1\,255\,399\,703$$

Soit

Z =

$$\frac{3 - 2}{1.255.399.703 - 738.956.664} = \frac{}{1.0}$$

1

---

=

516.443.039

DRCI-2 = 0,51 et 0,51 x12 = 6,12 et 0,12 x 30 = 3,6

D'où

C'est les 3 mois de la troisième année, la DRCI est inférieur à 5ans.

Alors, ce projet est moins risqué, donc il est rentable.

Plus la durée est courte, plus le projet sera rentable et viable. Il vaut mieux que la DRCI ne dépasse pas 05 ans. Ce taux est fonction de critères subjectifs et objectifs.

En conclusion, notre projet est pertinent, parce qu'il y a une relation étroite entre l'activité de l'entreprise et les besoins des clientèles.

En outre, la théorie que nous avons vue, ce projet par ces impacts économiques, financiers et surtout humains, répond bien aux attentes des bénéficiaires, il contribue également au développement de la région ainsi qu'à celui de la nation.

Rappelons que le projet génère de bénéfice, qu'1Ariary du capital investi génère 0,97 Ariary de bénéfice ; mais on peut dire qu'il n'est pas efficient mais efficace car les charges que va supporter le projet seront un peu lourdes mais il est quand même rentable malgré cela.

### **3.5. La durée de vie ou la viabilité du projet**

Ce projet est durable parce qu'il y a toujours des clients attirés par le centre touristique, à long terme.

Ce que nous voulons indiquer ici, c'est que le projet peut durer longtemps car d'après l'étude des résultats et des outils d'évaluation, nous constatons qu'ils sont

rassurants et intéressants. Le résultat augmente de façon progressive et en tenant compte de l'exploitation de ce projet, on peut dire que le projet est pérenne.

## Section 3 : LES AUTRES CRITERES D'ANALYSES FINANCIERES

### 3.1. La notion des ratios

L'analyse et l'évaluation des entreprises, celles qu'effectivement effectuées par les institutions financières en cas de demande de crédit, se limitent essentiellement à l'appréciation des états financiers, des VAN, du TRI, du DRCI et de l'IP.

La méthode de ratios a été utilisée pour la première fois lors de la crise économique mondiale. Son développement a été lié à l'évolution de l'information comptable.

Cette section termine notre étude financière sur le projet. Par ailleurs, les ratios mettent en lumière un certain nombre de grandeurs significatives. Elle va approuver la rentabilité financière précédemment étudiée.

### 3.2. Typologie de ratios

#### - *Les ratios de bilan*

##### \* **Les ratios de liquidité**

Ces types de ratios mesurent la capacité de l'entreprise à faire face ses engagements à court terme. On peut en citer.

Ratios                    de                    liquidité                    générale                    =

actifs n

---

dettes à

=

8 000 0

---

218 254

Cet chiffre mesure la capacité de l'entreprise à faire face ses engagements à courts terme.

**\* Les ratios d'endettement**

Le principe consiste à analyser la contribution des différentes sources d'endettement au financement de l'entreprise. Ces types de ratios sont essentiellement :

Ratios de solvabilité =

dette à court, long

---

les fonds

=

218 254

---

401 944

Il est très important, de contribuer des différentes ressources d'endettement au financement de l'entreprise.

\* Ratios d'autonomie financière

RAF=

# capitaux

---

# total du

=

1350813

---

1569068

Capitaux propres = capital social + résultat de l'exercice.

Ces deux ratios mettent l'accent sur l'importance des sommes empruntées par l'entreprise à l'égard de celles qu'elle détient.

D'une manière générale ces ratios doivent être faibles « plus ces ratios sont faibles, plus la firme se trouve en mesure de surmonter les difficultés relatives à la rupture éventuelle de la confiance des fournisseurs »<sup>6</sup>.

RAF = 0,86

Il est de 0,86 à la cinquième année. Pour les années suivantes à compter de la troisième, l'entreprise va bien rester indépendant vis-à-vis des tiers étrangers. En combinant les ratios des cinq années, le moyen qui est de 0,46

#### **Section 4 : LES EVALUATIONS SOCIALES ET LES IMPACTS DU PROJET**

Tant que les opérateurs, les promoteurs et les actionnaires favorisaient une action, ils attendaient toujours une réaction appelée aussi impacts auxquels nous rencontrons 03

---

<sup>6</sup> Selon le cours analyse financière de Monsieur RANDRIAMASIMANANA Orgène Olivier en 3ème année

sortes différentes à savoir les impacts sociaux, les impacts économiques et financiers.

#### **4.1. Les impacts sociales**

La réalisation du projet pourrait attirer les clients à visiter ladite région. Une partie infime du chômage enregistré pourra être résorbée grâce à ce centre touristique. Tant qu'il y aura des clients visiteurs, on provoquera une transmission d'habitude grâce à la présence des touristes envers ces régions, style de vie et de bons exemples de vie à suivre de l'un pour l'autre, pour la bonne harmonie du site du projet que de l'environnement proprement dit.

Dans les impacts sociaux, nous allons aborder les points suivants.

##### **4.1.1. Crédation d'emploi**

Une création d'entreprise signifie aussi une création d'emplois, en effet, on a besoin des hommes dans une entreprise, comme dans notre cas, l'entreprise de secteur touristique a besoin des moyens humains pour accomplir ses tâches, d'après l'affirmation « **l'homme donne la force physique négligeable. Il apporte la capacité complexe, sans l'homme, le travail n'existe pas** »<sup>7</sup>

##### **4.1.2. Développement social de la région**

La création d'emplois est l'un des autres facteurs pour le développement social de la région de SAVA. Ce projet explique aux populations surtout les opérateurs dans le secteur touristique que le tourisme peut procurer des revenus non négligeables dans le domaine du tourisme à Madagascar. Ce sera la confirmation durable pour cette région que son produit touristique (cascade, bungalow...) est très en bonne qualité et compétitive sur le marché international.

#### **4.2. Les impacts économiques**

Les impacts économiques seront ceux apportés par les activités du centre envers l'Etat. Ainsi, tant que le centre réglera des impôts à l'Etat et de la commune, ces derniers augmenteront leurs volumes de recettes commerciales et les produits intérieurs bruts (PIB) de l'Etat.

#### **4.3. Les impacts financiers**

---

<sup>7</sup> Selon le cours de gestion des ressources humaines de RAHAJARIZAKA Richard (2006)

Les impacts financiers s'observeront envers les actionnaires ou les promoteurs du centre touristique. Ils dépendront des résultats obtenus et de même des critères d'évaluation tels que la valeur actuelle nette soit de l'ordre de 982 200 039 Ariary, le taux de rentabilité interne de 64,04%, l'indice de profitabilité de 1,97, et de la durée de récupération des capitaux investis de 2ans 6mois et 03 jours.

## **Section 5 : CADRE LOGIQUE DU PROJET**

Par définition : « la cadre logique est un outil utilisé dans la planification, la gestion, le suivi et l'évaluation d'un programme/ projet. En outre c'est une vision systémique de l'environnement d'un projet<sup>8</sup>.

Le cadre logique est le résumé de tout le projet.

Dans le cadre logique, on a quatre colonnes et cinq rangées que l'on désigne respectivement sous le vocable de logique verticale et logique horizontale.

- sur la logique verticale, on décrit le projet (objectifs, résultats, activités, ressources) ainsi que l'ensemble des conditions externes qui doivent être réalisées pour atteindre les niveaux d'objectifs du projet.
- Logique horizontale, qui donne les informations à la réalisation du projet, et elle n'a que des indicateurs objectivement vérifiables (IOV) ainsi que des moyens précis de vérification de ses indicateurs suivis des hypothèses.
- Nous allons présenter ci-après le cadre logique du projet.

---

<sup>8</sup> Selon cours Madame RAVALITERA Farasoa

**Tableau N°70: Cadre logique**

	<b>Logique d'intervention</b>	<b>Indicateurs (IOV)</b>	<b>Source de vérification (SV)</b>	<b>HYPOTHESES</b>
<b>Objectifs globaux</b>	- contribuer au développement du secteur touristique.	Augmentation du nombre des opérateurs exécutant des activités touristiques	Autorisation délivrée par des autorités compétentes (Ministère chargé des affaires étrangères)	Respect des qualités des services touristiques internationales
	- développement économique et social aux niveaux régional et national accru et dynamisé par la contribution du secteur touristique	Le secteur du tourisme doit figurer parmi les trois principaux secteurs générateurs de devises, de VA et d'emplois dans toutes les régions touristiques.	.INSTAT .Statistique du Ministère du Touristique et de la Maison du Tourisme de Madagascar	Politique gouvernementale volontariste conférant au secteur du tourisme un rôle moteur dans l'économie nationale
	- améliorer le système de production et les qualités de service touristique	(+14%) nombre de tourisme non résident qui débarquent à Madagascar (en 2006)	Annuaire statistique publié par les agences publiques (INSTAT) et Ministère du Tourisme	Existence de moyens techniques
<b>Objectif spécifique</b>	Niveau de professionnalisme et de compétitivité des opérateurs, améliorés dans toutes les régions touristiques SAVA	Indice de satisfaction des prescripteurs de voyages et des touristes sensiblement amélioré et traduit par un accroissement annuel moyen des flux touristiques de l'ordre de 12 à 20%	.Groupement des associations et syndicats du tourisme .Statiques officielles (ministère de tourisme)	Démarche marketing (marché/produit/commercialisation) réellement adoptée par les opérateurs touristiques régionaux
<b>Résultats</b>	1- Prestations de services touristiques adaptées et améliorées	35% des personnels en exercice dans les entreprises touristiques formés et/ou perfectionnés (soit 4750 employés bénéficiaires en 3ans)	Rapports d'enquête auprès du groupement des associations et syndicats du tourisme et rapports d'activité de l'assistance technique au projet	volonté des opérateurs de satisfaire Prestation de service : - Produits touristiques - Réglementation, classification, normalisation - Besoin des opérateurs du secteur
	2- Produits et prestation touristiques régionaux compétitifs et commercialisation	Intégration des produits touristiques malgache dans les brochures commerciales et les nouveaux circuits proposés par les tours opérateurs internationaux	.Assistance technique aux projets .Action de mise en confiance financée par la commission Européenne	Réelle capacité d'évaluation Corrective par une approche Marketing réaliste
	3- Toutes les régions touristiques bénéficiaires des retombées du projet.	Toutes les demandes formulées par les entreprises adhérer des associations professionnelles tous	Rapport d'activité du groupement des associations et syndicats du tourisme et rapport d'activité de	Mobilisation effective des 14 Associations professionnelles touristiques régionales

		touristiques régionales sont prises en considération	l'assistance technique au projet	
	4- Système de formation et de perfectionnement viable et pérenne	Etablissement : par la Maison du Tourisme de Madagascar d'un budget de formation et de perfectionnement profession couvrant tous les besoins futurs.	Affectation du produit de la vigne de touristique au département formation	Formation professionnelle des déléguées par l'administration à la Maison du tourisme de Madagascar et aux opérateurs du secteur privé
<b>Activités</b>	Acquisition d'un terrain	375m <sup>2</sup> de terrain (15 x 25m <sup>2</sup> )	Titre foncier	Consentement des propriétaires à vendre les terrains
	Construction des bungalows	25 Bungalows construisent dans la surface de 375m <sup>2</sup>	Permis de construction	Existence de techniciens compétents en Bungalows
	Acquisition des matériels roulants	4 voitures (2 pour administration et 2 pour location)	Bon de livraison	Existence de matériels sur le marché
	Acquisition des matériels lourds fixe	Equipements installés	Bon de livraison	Consentement de fournisseurs à livrer les matériels à temps
	Gestion de fonds de roulement		Livre de compte	Budget prévisionnel réaliste
	Améliorer la production touristiques régionale atout les niveaux par des action d'information et de formation spécifiques	Structure opérationnelle d'exécution du projet de formation : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipe nationale de mise en œuvre</li> <li>• Budget opérationnel</li> <li>• Moyens d'accompagnement aux activités</li> </ul>	Livre de compte de chaque activité	Opérateurs touristiques régionaux mobilisés et disponibles
	Rémunération du personnel	1- Directeur général, (1pour finance, commerce, administration ...) en total 51 personnes	Bulletin de paie	consentement des employés
	Montage des matériels	Installation fonctionnelle	Bon de réception	Existence de techniciens compétents
<b>Intrants</b>	Organisation institutionnelle	Raison sociale	Statut juridique	
	Ressources financières	602 916 000 Ariary (emprunt bancaires)	Relevé bancaire	
	Tourismes	63% de taux titre principale 37% de taux titre secondaire	Descente sur terrain	



## **CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE**

La troisième partie de cette étude était basée uniquement sur les études financières du projet. Nous avons fait ressortir la montant de l'investissement nécessaire, lequel sera basé sur les immobilisations à la fois corporelles et incorporelles ; ensuite, nous avons bordé également le fonds de roulement initial et le mode de remboursement des dettes et déduire les comptes des résultats prévisionnels.

Les critères d'évaluation, selon les critères et les outils d'évaluation, seront un atout pour juger si l'investissement serait pertinent et efficace, outre les impacts qu'il apporte pour le promoteur et de même pour la notion à savoir : les impacts financières, économiques, et sociaux ; enfin le cadre logique qui est le résumé de tout le projet.

## **CONCLUSION GENERALE**

Nous avons souhaité, à travers cet ouvrage que vous visitez notre centre intitulé »projet de création d'un centre touristique à la cascade Tanambao-Alidor dans la commune urbaine d'Andapa région SAVA (Sambava-Antalahala-Vohémar-Andapa ». Il est nécessaire de signaler que ce secteur est encadré à la fois par le ministère du Tourisme et le Ministère du commerce étant donné qu'il dépendra étroitement de la Direction Générale des affaires étrangères, d'autant plus que cet ouvrage figure parmi les infrastructures structurantes des priorités gouvernementales. C'est-à-dire l'économie de notre pays dépendra totalement du secteur touristique grâce aux différentes infrastructures installées à Madagascar,

En pratique, le promoteur du projet devrait connaître les environnements généraux du tourisme (socio-culturelle, la politique de recrutement d'un produit, la stratégie de mise en œuvre de la production touristique et maîtriser les technologies, par exemple Internet, il faut connaître aussi les besoins de la clientèle pour que notre projet soit pertinence.

L'étude de marché fait apparaître des rubriques concernant la situation de la demande globale et de l'offre ainsi que de leurs capacités respectives. L'analyse de la concurrence nous suggère toujours qu'en tant que suiveur des activités existantes, nous trouverons encore une part de marché de 65%. Sur ce créneau, ceci est prouvé par nos qualités de prestation de services qui sont basées sur les aspects qualitatifs et quantitatifs du projet

Afin de se projeter dans un avenir efficace, aussi bien dans l'organisation du travail que dans celui des relations sociales, il vaut mieux installer le siège à Andapa. Pour ce faire, nous mettrons des organisations du travail.

Dans cette étude, nous favoriserons toujours l'organisation et la ressource ainsi que l'organisation du chronogramme.

Pour ce faire, la création de ce centre nécessite alors divers investissements tels que les immobilisations incorporelles comme le frais de développement, qui est à l'ordre de 8 000 000 Ariary et les immobilisations corporelles, soient 910 430 000 Ariary et enfin le fonds de roulement initial, soit 86 430 000 Ariary. Nous avons donc besoin d'une valeur de 1 004 865 000 Ariary pour entreprendre cette activité touristique. Ces investissements sont répartis au capital à raison de 40% soit 401 944 000 Ariary en apport en compte

courant et 60% soit 602 916 000 Ariary, par un emprunt contracté auprès d'un organisme financier. Le mode de remboursement d'emprunt est au moyen d'une méthode d'annuité constante au bout de 5ans.

Une étude minutieuse avait été effectuée et nous pouvons dire que ce projet dégagera un résultat positif de 250 080 000 Ariary dès la première année. La récupération de ces capitaux investis est de deux ans, six mois et trois jours, ce qui témoigne l'efficacité de ce projet. Ce projet exige un investissement de 1 004 860 000 Ariary. C'est-à-dire notre projet est rentable et durable car il dégage une valeur actuelle nette largement positive de 982 200 039 Ariary et Indice de profitabilité de 1,97 qui indique qu'un Ariary investi génère 0,97 Ariary de bénéfice.

De tout ce qui précède, notre projet est réalisable car d'après les critères que nous avons cité, il est rentable et aussi faisable.

De plus, l'existence de ce centre apporte une la création d'emploi pour les jeunes, de contribuer au processus de développement du pays, de procurer la valeur ajoutée qui est la source de revenu pour la commune et augmentera le produit intérieur brut de la nation. En somme, nous verrons que la réalisation de ce projet apportera divers avantages financiers, économiques, sociaux et culturels.

**ANNEXE I : PLAN DU CENTRE TOURISTIQUE**

**ANNEXE II : COUPE VERTICALE D'UN BUNGALOW**

## **ANNEXE III : FICHE D'ENQUETE DES VISITEURS**

-Identité du visiteur

Nom :

Nationalité :

Age :

Sexe :

1 – Catégorie du visiteur

Cinéaste :

Chercheur :

Etudiant :

Simple touristique

2 – Motivation touristique

Découverte de la nature

Loisirs

Sport / aventure

Événement culturel

Autres

4- Organisation de visite

Seul

Famille

Groupe

5- qu'est ce qui vous intéresse le plus dans le centre ?

Paysage

Flore

Cascade

autres

6- Durée de votre séjours dans le centre touristique

Hotel :	Jours	Mois
---------	-------	------

Centre :	.....	.....
----------	-------	-------

Pays :	.....	.....
--------	-------	-------

7 – Moyen de déplacement que vous avez utilisé pour rejoindre le centre ?

Automobile

Moto

Pied

Avion (aéroport Sambava) et après 105km Sambava –Andapa

8- Qu'est ce qui aurait pu rendre dans ce centre ?

Compagnon

Mass medias

9- Dépenses que vous avez faites dans :

a- Hôtel Montant

Hébergement .....

Gastronomie .....

Autres .....

b- Centre Montant

Hébergement .....

Loisirs .....

Gastronomie .....

Guidage .....

Portage .....

Autres .....

10 – Etes – vous satisfait de votre séjour ?

Oui

Non

11- Votre remarque ?

Accueil

Sécurité

Autres motifs

12 – Dans votre prochaine, aimerez-vous de revenir dans ce centre ?

Oui

Non

Pourquoi ?

13 – Quel massage voulez – vous adresser aux responsable du centre

14 – Aimeriez –vous que le centre dispose des moyens de communication ?

Non

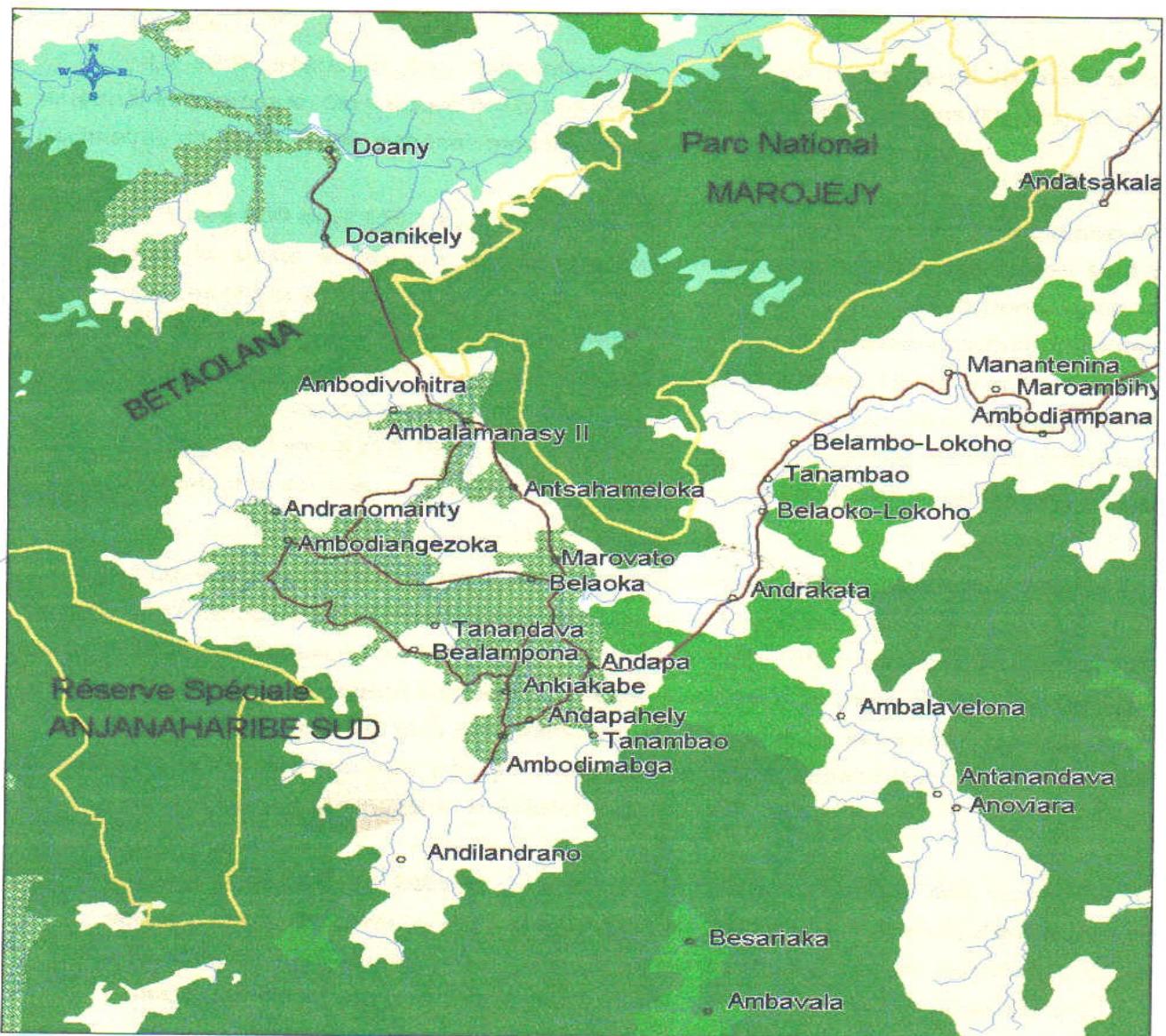
Si, oui choisissez les moyens de communication qui vous conviennent :

Publiphone

Téléphone mobile (celtel, orange)

Téléphone satellitaire

#### ANNEXE IV : CARTE TOURISTIQUE D ' ANDAPA



##### LEGENDE

- Localités
- Limite des Aires Protégées
- Route
- Cours d'eau

- |                         |
|-------------------------|
| Forêt primaire          |
| Forêt primaire dégradée |
| Savane arborée          |
| Mosaïque de culture     |
| Rizières                |

Echelle:

0 5 10 Km

Carte élaborée par l'auteur d'après  
le fond de carte Base de Données 500 FTM  
de la BD 500 FTM

**ANNEXE V : COUPE VERTICAL DE LA CASCADE**  
**(Dans notre centre)**



**ANNEXE VI: PHOTO DE LA VILLE D'ANDAPA**

Maison Publique d'Andapa

## BIBLIOGRAPHIE

- Banque Mondiale, -“ Particularité du programme environnemental malgache ” ; 2003, 43p
- BATTISTIN (R.) “ Madagascar Revue de géographie ”  
(France, 1965,248 p.
- BIROT (P.) ; ed .Masson et Cie –“ Les régions naturelles du globe ”, 1970, 380p.
- brunet (R.) et all., “ Les mots de la géographie : dictionnaires critique ”. Imprime en France –jouve. Paris, 1993, 518 p
- Développement Researcher’s Net Work , -“ Evaluation de la contribution de l'aide de la commission Européenne au développement et a l' évolution socio- économique de la cuvette d'Andapa, Madagascar ”, 1998,30 P.
- INSTAT,- “ Monographie de la région SAVA ” 2003, 105 P
- LA PLAINE (L);-“Etude géologique de la feuille d' Andapa ” service géologique, 1957, 42 p
- Ministère du tourisme et de la culture, ed . Carambole- “ Madagascar : Guide touristique ”. , 2001, 386 P .
- MUNERET-. “ Suivit de la durabilité écologique d'un contrat GELOSE dans la région d' Andapa (Nord –Est de Madagascar ) ” , Mémoire de Maîtrise , 2001,103 P.
- MORAND (S.), –“ Avenir touristique d'une grande île tropicale Madagascar ”, Mémoire de Maîtrise 1977, 78 P.
  
- PETIT (M.), –“ Contribution a l'étude morphologique de reliefs granitiques a Madagascar ”, Thèse de doctorat, 1971, 304 P.
- PORAIS (M), –“ Les cultures commerciales dans un milieu géographie original : la cuvette d' Andapa ”. Copyrigth ORSTOM, 1972,41 P
- RAKOTONIRINA, –“ La cuvette d' Andapa en vue du doctorat de 3<sup>eme</sup> cycle ” Mémoire de DEA, 1981, 23 P.
- Tour Hebdo Destination,. –“ Le magazine des professionnels du tourisme : Madagascar l'île empreinte de nature ”, 2001, 35 P.
- Veille de la nature a Madagascar. Première exploration du massif du Marojejy et de ses satellites ” ; Mém .Inst . Scient. Madagascar, serie b, 6, 268 P.
  
- WWF,- –“ Plan annuel de travail ” , 2004, 31 P.

# TABLE DES MATIERES

## REMERCIEMENTS

## LISTE DE TABLEAUX ET LISTE DES FIGURES

## LISTE DES ABREVIATIONS

INTRODUCTION.....	1
-------------------	---

## PREMIERE PARTIE :

CHAPITRE I : LA DESCRIPTION DU PROJET.....	4
--	---

Section 1 : PRESENTATION DU PROJET.....	4
---	---

1.1. Choix du site.....	4
1.2. Situation géologique.....	4
1.3. Climat .....	5
1.4. Température du lieu d'implantation.....	6
1.5. Pluviométrie.....	6
1.6. Cyclone.....	7
1.7. Vocation.....	8
1.2. Andapa – volet historique.....	9
1.3. Le tourisme à Madagascar.....	10
1.4. La réalité locale du tourisme.....	10
1.5. Perspective et objectifs de développement.....	10
1.5.1. Objectif de développement.....	10
1.5.2. Politique et stratégie.....	11
1.5.3. Voies et moyens.....	11

Section 2 : LES SPECIFICITES DU IEU D'IMPLANTATION .....	11
--	----

2.1. Les reliefs et paysages d'implantation.....	11
2.2. La présentation de la région.....	12
2.2.1. La présentation du cascade magnifique.....	14
2.3. La situation démographique de la région d'Andapa.....	14
2.4. Le mouvement migratoire .....	14
2.4.1. La migration interne.....	14
2.4.2. La migration externe.....	15

Section 3 : LES CARACTERISTIQUES DU PROJET .....	15
--	----

3.1. Les intérêts du projet .....	16
3.2. Le tourisme de séjour.....	16
3.3. Le tourisme itinérant .....	16
3.4. Produits ou services à offrir .....	17
3.5. Caractéristiques juridiques du projet .....	18
3.5.1. Entreprise individuelle.....	18
3.5.2. Tableau de la présentation de société à responsabilité.....	19
3.6. Les obligations pour la réalisation du projet .....	19
3.7. La présentation du promoteur .....	20

CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE.....	20
------------------------------------	----

Section 1 : ANALYSE DE LA DEMANDE.....	22
--	----

1.1. Typologie des consommateurs et leur comportement.....	22
1.2. La demande sur lieu d'implantation.....	24
1.3. Quantification de la demande .....	24

1.3.1. La demande réelle.....	24
-------------------------------	----



2.5. Recette bazar de souvenir.....	44
2.6. Sommation de toutes les recettes.....	44
2.7. Evaluation de recette pour les cinq années d'activités.....	
45	
<b>Section 3 : LES DIFFERENTS FACTEURS DE REALISATION.....</b>	
<b>.....46</b>	
3.1 Moyens matériels.....	
.....46	
3.2. Moyens humains.....	46
3.3. Moyens financiers.....	46
<b>CHAPITRE III : TECHNIQUE D'ORGANISATION DE L'ACTIVITE.....</b>	<b>47</b>
Section 1 : STRUCTURE ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE.....	47
1.1. Les différentes structures possibles.....	47
1.1.1 La structure hiérarchique (structure line).....	47
1.1.2. La structure STAFF.....	48
1.1.3. La structure hiérarchique fonctionnelle.....	48
1.1.4. La structure divisionnelle.....	48
1.2. Structure d'organisation adoptée, distribution des tâches, profil du personnel.....	48
.....	
1.3. Gestion des ressources humaines.....	50
1.3.1. Profil de chacun du personnel.....	50
<b>CONCLUSION DE LA DEUXIÈME PARTIE.....</b>	<b>52</b>
<b>TROISIÈME PARTIE : ETUDE ET EVALUATION FINANCIÈRE DU PROJET</b>	
<b>CHAPITRE 1 : INVESTISSEMENTS ET EVALUATIONS.....</b>	
<b>...54</b>	

<b>Section 1 : NATURE ET EVALUATION DES INVESTISSEMENTS .....</b>	<b>54</b>
1.1. Les immobilisations incorporelles estimées.....	54
1.2. Les immobilisations corporelles.....	54
1.2.1. Les terrains.....	54
1.2.2. Evaluation détaillée des Immobilisations Corporelles (valeurs en .....	55
1.2.3. Récapitulation des immobilisations et leurs valeurs .....	59
2.1. Les charges.....	60
2.1.1. Alimentation.....	60
2.1.2. Les charges salariales (personnels).....	61
2.1.3. Les autres charges .....	64
2.1.4. Autres charges à prévoir .....	66
2.1.5. Analyse des charges .....	67
2.2. Fonds de roulement initial.....	67
2.3. Classement des investissements .....	68
2.3.1. Classement des investissements selon la nature de d'immobilisation .....	68
2.3.2. Répartition des investissements suivants la source de financement .....	68
<b>Section 3 : SOURCE DE FINANCEMENT ET LES AMORTISSEMENTS .....</b>	<b>69</b>
3.1 Les apports.....	69
3.2. Les emprunts à moyen ou à long terme.....	69
3.3. Les prêts personnels .....	70
3.3.1. Les amortissements financières et le plan de remboursement des dettes .....	70

3.4. Amortissement industriel .....	71
3.4.1. Définition.....	71
3.4.2. Tableau des amortissements .....	72
<b>Section 4 : PLAN DE FINANCEMENT.....</b>	<b>75</b>
<b>CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE....</b>	<b>76</b>
<b>Section 1 : LE COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL.....</b>	<b>76</b>
<b>Section 2 : LE PLAN DE TRESORERIE PREVISIONNEL.....</b>	<b>78</b>
<b>Section 3 : LES BILANS PREVISIONNELS .....</b>	<b>80</b>
3.2.1. Bilan prévisionnel de la première année ou année N.....	82
3.2.2 Bilan prévisionnel de la deuxième année ou année N+1.....	83
3.2.3. Bilan prévisionnel de la trésorerie année ou année N+2.....	84
3.2.4. Bilan prévisionnel de la quatrième année ou année N+3.....	85
3.2.5. Bilan prévisionnel de la cinquième année ou année N+4.....	86
<b>CHAPITRE III : EVALUATION DU PROJET.....</b>	<b>88</b>
<b>Section 1 : EVALUATION ECONOMIQUE.....</b>	<b>88</b>
1.1 Crédit de la valeur ajoutée.....	88
<b>Section 2 : EVALUATION FINANCIERES.....</b>	<b>89</b>
2.1. Les évaluations selon les critères .....	89
2.2. La pertinence.....	89
2.3. L'efficacité .....	89
2.4. La durabilité.....	90
3. Les évaluations selon les outils.....	90
3.1. La Valeur Actuelle Nette (VAN).....	90
3.2. Le taux de rentabilité Interne (TRI).....	92
3.3. L'indice de profitabilité (IP).....	94
3.4. La durée de récupération des capitaux Investis (DRCI).....	95
3.5. La durée de vie ou la viabilité du projet.....	96
<b>Section 3 : LES AUTRES CRITERES D'ANALYSES FINANCIERES.....</b>	<b>96</b>
3.1. La notion des ratios.....	96
3.2. Typologie de ratios.....	97
<b>Section 4 : LES EVALUATIONS SOCIALES ET LES IMPACTS DU PROJET.....</b>	<b>98</b>
4.1. Les impacts sociales.....	98
4.1.1. Crédit d'emploi.....	98
4.1.2. Développement social de la région.....	99
4.2. Les impacts économiques.....	99
4.3. Les impacts financières.....	99
<b>Section 5 : CADRE LOGIQUE DU PROJET.....</b>	<b>99</b>
<b>CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE.....</b>	<b>103</b>
<b>CONCLUSION GENERALE.....</b>	<b>104</b>
<b>ANNEXES</b>	
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	