

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

DEPARTEMENT GESTION

OPTION : FINANCE ET COMPTABILITE

Mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme de
Maîtrise en gestion

PROJET DE CREATION D'UNE UNITE
DE CARTERIE PAR L'EXPLOITATION
DE LA PHOTOGRAPHIE DANS LA
VILLE DE FIANARANTSOA

Présente par :

RASOLOMAMPIONONA Harison Marius

Sous la direction de :
Monsieur RALISON Roger
Maître de conférence
Université d' Antananarivo

Sous l'encadrement professionnel de :
Monsieur ZAFIMANJAKA Maurice Gérald
Responsable des activités Génératrices de revenus
CARE International

24 Avril 2001

REMERCIEMENTS

Nous tenons à présenter nos sincères et vifs remerciements à toutes les personnes qui, de près ou de loin à la réalisation de cet ouvrage.

Nous remercions

- Notre Dieu qui nous accorde sa grâce et sa miséricorde par lesquelles nous sommes ce que nous sommes.
- Monsieur Daniel Andriantseho, Maître de conférence , Chef de Département de la filière Gestion, professeur de Marketing à la Faculté DEGS Ankatso de nous avoir témoigné sa confiance et nous avoir permis de présenter ce mémoire.
- Monsieur RALISON Roger, Maître de conférence, Directeur du Centre d'études et des recherches en Gestion professeur à la Faculté DEGS , Université d'Antananarivo pour son encadrement pédagogique et ses précieux conseils.
- Tout le personnel Administratif de l'Université d'Antananarivo, particulièrement les professeurs du Département Gestion pour leurs contributions à notre formation universitaire.
- Monsieur Andriamandranto RAZAFIMANDIMBY, Directeur Général de la Société MAPINGO, qui nous a permis d'effectuer ce stage.
- Monsieur Maurice Gérald ZAFIMANJAKA, Responsable des Activités Génératrices de Revenus au sein d'un organisme International : CARE, pour son encadrement professionnel qui nous a guidé inlassablement dans la réalisation de ce mémoire.

Nous ne serions oublier :

- Toute l'équipe de la Société MAPINGO pour l'ambiance unique qui a régné durant ces mois de stage.
- Ma famille, mes amis et proches, qui par leur soutien ne serait – ce que moral, matériel ont contribué à faire du présent travail un mémoire.

Merci

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET	
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET.....	3
Section1 : Généralité du projet.....	3
Section2 : Caractéristiques	6
CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE.....	8
Section1 :Analyse de la demande.....	8
Section 2 : Analyse de l'offre.....	11
Section 3 : Formulation de la politique marketing.....	15
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET	
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION.....	20
Section 1 : Calendrier de réalisation.....	20
Section 2 : Caractéristique.....	21
Section 3 : Processus de production.....	22
CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE.....	25
Section 1 : Capacité de production.....	25
Section 2 : Plan de consommation des matières.....	26
Section 3 : Plan de production et de ventes.....	31
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE	33
Section 1 : Organigramme.....	34
Section 2 : Organisation Générale.....	34
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET	
CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENT	
ET LES COMPTES DE GESTION.....	40
Section 1 : Investissements.....	40
Section 2 : Plan de financement.....	43
Section 3 : Tableau des amortissements.....	44
Section 4 : Tableau de remboursement des dettes	45
Section 5 : Comptes de gestion.....	46

CHAPITRE II: ANALYSE DE RENTABILITE

ET ETUDE DE FAISABILITE.....50

Section 1 : Compte de résultat.....50

Section 2 : Plan de trésorerie.....55

Section 3 : Bilans Prévisionnels.....58

CHAPITRE III: EVALUATION DU PROJET.....63

Section 1 : Evaluation économique.....63

Section 2 : Evaluation financière.....65

Section 3 : Evaluation sociale.....74

CONCLUSION.....75

ANNEXES

BIBLIOGRAPHIE

LISTE DES ABREVIATIONS

a : annuité
C : Capital
C.A : Chiffre d'affaires
CF : Charges Fixes
CNaPS : Caisse Nationale de la Prévoyance Sociale
CUMP : Coût Unitaire Moyen Pondéré
DAO : Dessin Assisté par Ordinateur
DRCI : Délai de Récupération des Capitaux investis
EBE : Excédent Brut de l'Exploitation
Fmg ; Francs Malgaches
I : Investissements
INSTAT : Institut National de la Statistique
MBA : Marge Brute d'Autofinancements
MMB : Matériel et mobilier de bureau
MSCV : Marge sur les coûts variables
OSIE : Organisation Sanitaire Inter- Entreprise
PAO : Publication Assistée par Ordinateur
RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat
R : Ratios
SR : Seuil de rentabilité
TGCG : Tableau de grandeur Caractéristique de Gestion
TRI : Taux de rentabilité Interne
VA : Valeur Ajoutée
VAN : Valeur Actuelle Nette

LISTE DE TABLEAUX :

Tableau n° 1 : Répartition géographique de la ville de Fianarantsoa

Tableau n° 2 : Qualité de production

Tableau n°3 : Extraits de produits

Tableau n° 4 : Prévision de consommation de papiers bostols et glaciers

Tableau n°5 : Coût de papiers bostols

Tableau n° 6 : Coût de papiers glaciers

Tableau n°7 : Liste de fournitures consommables et non stockées

Tableau n° 8 : Prévision de consommation de fournitures

Tableau n° 9 : Coût d'encres

Tableau n° 10 : Coût de photos

Tableau n° 11 : Coût de production de cartes

Tableau n° 12 : Coût de posters

Tableau n° 13 : Coût de revient de cartes et des posters

Tableau n° 14 : Plan de production

Tableau n° 15 : Détermination de prix

Tableau n° 16 : Chiffres d'affaires prévisionnels

Tableau n° 17 : Salaire mensuel du personnel

Tableau n° 18 : Charges de personnel

Tableau n° 19 : Charges patronales

Tableau n° 20 : Liste de matériels et outillages

Tableau n° 21 : Liste de matériel et mobilier du bureau

Tableau n° 22 : Liste de matériel informatique

Tableau n° 23 : Tableau récapitulatif des investissements

Tableau n° 24 : Récapitulation de plan de financement

Tableau n° 25 : Tableau des amortissements

Tableau n° 26 : Tableau de remboursement des emprunts

Tableau n°27 : Récapitulatif des charges

Tableau n° 28 : Tableau de vente de cartes

Tableau n° 29 : Tableau de vente de posteurs

Tableau n° 30 : Compte de résultat avant frais financier

Tableau n° 31 : Compte de résultat prévisionnel après charge financière

Tableau n° 32 : Tableau de grandeur caractéristique de gestion

Tableau n°33 : Trésorerie mensuelle

Tableau n° 34 : Tableau de trésorerie annuelle

Tableau n° 35 : Bilan d'ouverture

Tableau n° 36 : Bilan prévisionnel de la première année

Tableau n° 37 : Bilan prévisionnel de la deuxième année

Tableau n° 38 : Bilan prévisionnel de la troisième année

Tableau n° 39 : Bilan prévisionnel de la quatrième année

Tableau n° 40 : Récapitulatif des ratios de performance économique

Tableau n° 41 : Ratio d'autonomie financière

Tableau n° 42 : Ratio d'équilibre financier

Tableau n° 43 : Ratio de rentabilité financière

Tableau n° 44 : Ratio de capacité bénéficiaire

Tableau n° 45 : Ratio de marge bénéficiaire

Tableau n° 46: Ratio de rentabilité économique

Tableau n° 47 : Calcul du délai des capitaux investis

Tableau n° 48 : Tableau de calcul de VAN

Tableau n° 49 : Tableau de calcul de TRI

Tableau n° 50 : Tableau de calcul de seuil de rentabilité

INTRODUCTION

Actuellement où la mondialisation se présente sous multiples facettes, Madagascar qui a choisi le développement économique, incite tout un chacun à s'investir dans plusieurs domaines avec optimum de ses ressources.

En effet, la libéralisation économique, caractérisée par la privatisation et la promotion des petites et moyennes entreprises demeure les priorités du gouvernement.

En outre, grâce au progrès technologique, l'information navigue rapidement et le métier de la photographie a subi une évolution remarquable.

La région de Fianarantsoa qui est riche en faune et en flore mérite d'être valorisée et connue par le monde extérieur pour attirer les touristes et les investisseurs étrangers.

Par ailleurs, la mise en place d'une infrastructure et la stratégie adaptée à la professionnalisation de la photographie demeurent une nécessité que le métier d'un photographe devra affronter.

Le présent projet dont les thèmes sont : « Projet de création d'une unité de cartographie par l'exploitation de la photographie dans la ville de Fianarantsoa » sera établi à cet effet pour revaloriser les cultures et les réalités économique-géographiques dans la région de Fianarantsoa et la réalisation d'un tel projet offre un emploi considérable surtout aux jeunes Fianarais.

Nous avons pensé à créer une micro-entreprise, c'est la plus appropriée aux capacités de notre jeune nation. Les entreprises dans le contexte actuel de la mondialisation tournent dans un environnement aléatoire et turbulent dans une concurrence agressive. Il est nécessaire de trouver des niches des marchés qui n'intéressent pas les entreprises internationales.

Ces marchés ne sont pas suffisamment rentables pour eux, vu leurs structures lourdes et par conséquent des charges structurelles énormes. Mais ils sont très rentables et extensibles pour des petites et moyennes entreprises ayant des structures simples et flexibles.

Les entreprises des pays sous-développés n'ayant pas de large surface financière doivent développer et s'attaquer à ces niches de marché. Elles sont donc nécessairement de petite taille et flexible au début de sa création.

L'étude de e projet nous permettra encore d'approfondir nos connaissances dans le domaine d'activité professionnelle et de produire des produits conformément aux besoins de la clientèle. Elle nous permettra aussi d'appliquer les théories acquises lors des études universitaires et de les mettre en œuvre.

Pendant la réalisation des travaux de recherche, nous avons suivi une méthodologie :

La recherche des données primaires :

- Recherche qualitative à partir d'une entrevue de groupe sur le groupe de consommateurs en carterie.
- Recherche quantitative à partir d'un questionnaire établi sur un échantillon de clientèle des produits en carterie.
- Entretien avec les différents types de labo-photo, librairies en vue d'obtenir les informations concernant la photographie, carterie, le processus de production, les problèmes rencontrés...

La recherche des données secondaires à partir de la consultation des documents sur la gestion de projet, la recherche marketing, la gestion financière, ainsi que le document auprès des labo-photos.

Après le traitement des informations et l'application de nos connaissances acquises, nous allons développer le plan suivant :

- La première partie sera consacrée à l'identification du projet. Elle comprend deux chapitres en traitant successivement la présentation du projet et l'analyse du marché.
- La deuxième partie présentera la conduite du projet en analysant la technique de production, la capacité de production envisagée ainsi que l'étude organisationnelle.
- La troisième partie sera focalisée dans l'étude financière du projet relative aux investissements, l'analyse de faisabilité et de la rentabilité puis son évaluation économique, financière et sociale.

PREMIERE PARTIE :

IDENTIFICATION DU PROJET

CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET

Dans ce premier chapitre, avant d'entrer dans l'étude proprement dite, nous allons présenter ce projet en parlant successivement la généralité de ce projet et ses caractéristiques.

Section 1 : Généralité du projet

1-1 : Historique

La photographie découverte en 1829 par NIEPCE et DAGUERRE, fut appelée daguerréotype. Elle est fondée sur la propriété que possèdent certains corps chimiques, particulièrement le bromure et le chlorure d'argent d'être impressionnés par la lumière.

Un support (plaque de verre, pellicule) recouvert d'une émulsion de gélatino-bromure d'argent. Le support exposé à la lumière pénétrant par un objectif dans une chambre noire, reçoit l'impression des objets sous la forme d'une image renversée qu'un traitement chimique (développement) fait apparaître en noir et blanc.

De cette image négative (cliché ou phototype), on tire des épreuves sur d'autres plaques (ou pellicule) ou papiers divers, en exposant à la lumière, sous le négatif, la surface sensible à impressionner. On fixe les images argentiques à l'aide de hyposulfite de sodium. Il existe, en outre, divers procédés de photographie des couleurs.

1.2 : Justification du projet

La photographie fait partie de la culture d'un pays parce qu'elle montre la réalité de la vie en société. Certaines photos (affichage, journal, revue, publicité...) sont produites par des différents studios, imprimeries.

A partir des années 80, la nouvelle technologie : « l'informatique » apporte beaucoup d'évolutions dans plusieurs domaines (information, communication, formation...)

Dans la région de Fianarantsoa, la plupart des centres informatiques (Delta-info d'Ambatomena ; micro-édition Anjoma) s'orientent sur les travaux de formation et d'éducation.

Nous avons choisi ce projet en utilisant la même technique (travaux sur ordinateur). C'est un projet qui nous a permis une analyse critique des différents problèmes auxquels il faudrait apporter des solutions. Parmi ces problèmes, c'est l'insuffisance de l'offre en matière de carterie au point de vue qualité et quantité. IL n'existe que peu de producteur dans cette région.

Les solutions de ce problème se trouvent donc dans la réalisation de ce projet que nous avons réalisé en tenant compte des exigences des clients. Ainsi, il donnera aux consommateurs l'assurance de satisfaire en permanence leurs besoins.

Dans les pays sous-développés les succès de la majorité des PME (Petites et Moyennes Entreprises) dépendent de ceux des créateurs.

Ils doivent avoir des connaissances professionnelles, l'esprit d'initiative, créatif, leur sens aigu pour l'amélioration progressive de leur technique de production, la qualité de leurs produits, s'adapter à des nouveaux marchés et se préparer à assurer la gestion de leurs entreprises.

La création de ce projet d'une unité de carterie permettra d'avoir une entreprise compétente. L'existence d'une telle entreprise influencerait le domaine concurrentiel dans l'activité professionnelle par la qualité de sa production et le prix de ses produits. Cette concurrence va faciliter le développement de ce secteur.

En outre, c'est une opportunité pour le créateur de développer notre jeune expérience et compétence en tant que gestionnaire pour avoir une entreprise performante dans l'avenir.

: Description du projet

Ce projet d'une unité de carterie par l'exploitation de la photographie dans la ville de Fianarantsoa a été constitué.

Dans le but de mettre en place une unité de production, en produisant des cartes et des posters, qui sont de qualité avec un excellent rapport qualité-prix.

Les moyens au départ sont énumérés ci-après :

- Un capital de 20 943 750 fmg sous forme d'un apport en nature de 18 000 000fmg et en e numéraire de 2 943 750 fmg.
- L'apport en nature pour une valeur de 18 000 000 fmg est constitué d'un immeuble composé de :

Une grande salle pour les 2 responsables (vente et production), l'opérateur de saisie ainsi que les 2 agents commerciaux.

Un bureau pour le gérant

Matériels informatiques constitués de :

02 machines ordinateurs

02 scanners

02 imprimantes

Personnel de l'entreprise :

01 Gérant

02 Responsables (vente et production)

01 opérateur de saisie

02 agents commerciaux

01 photographe

La mise en œuvre de ce projet a été facilitée par l'existence des moyens : Humains : la mise en place de structure, c'est l'institution du personnel de l'entreprise avec la mise en réserve ou la liaison entre les différentes fonctions (groupements d'activité) existantes.

Matériels : C'est l'investissement nécessaire durant les années d'exploitation.

- Financiers : les moyens financiers constituent des emprunts et le montant de fonds de roulement initial pendant la phase de démarrage de ce projet.

L'utilisation de ces moyens accompagnés par la mise en œuvre des différents types de gestion (gestion de ressources humaines, gestion financière et marketing, gestion de la production) donnera à l'entreprise une efficience et efficacité, qui lui permettra d'atteindre ses objectifs et d'avoir une influence sur le marché de produits en carterie, le développement et l'économie du pays.

Section 2 : Caractéristiques du projet :

2.1 : Buts et objectifs

Les objectifs de ce projet sont de produire des cartes (vœux, invitations, faire-part mariage), posters destinés au marché cible ayant de qualité en tenant compte les besoins de la clientèle. Ainsi, il donnera aux consommateurs l'assurance de disposer en permanence leurs besoins.

2.2 : Intérêts

Du point de vue économique, grâce aux activités de transformation, l'unité augmenta la valeur ajoutée qu'elle apporte. La valeur ajoutée créée mesure le degré d'efficacité de l'entreprise dans l'utilisation de son capital économique. C'est le surplus de la vente après qu'on a déduit les frais externes à l'entreprise.

La création de ce projet entraîne une création d'emplois qui contribuera à la réduction du chômage. Il pourrait offrir des opportunités bénéfiques pour les différents employés.

Ce projet favorise également le développement dans le domaine d'activité professionnelle. Il pense alors apporter la contribution au développement du pays.

Sur le plan financier, l'objectif du projet est d'avoir une situation de trésorerie saine et efficace de manière à rendre l'entreprise solvable (capacité de l'entreprise à supporter des pertes).

En outre, l'objectif financier est orienté vers la recherche de rentabilité, c'est à dire, la capacité de l'entreprise à rembourser ses emprunts, rémunérer le capital investi par la propriétaire et accumuler des capitaux en vue de l'extension.

Grâce à la nouvelle technologie, l'esprit de créativité d'autre produit et d'innovation des produits déjà existants font une pression sur les producteurs pour obtenir un meilleur rendement. Ceux-ci sont tenus de livrer des produits de qualité et de norme.

La technologie appliquée à la production est adaptée aux moyens matériels et équipements dont l'entreprise dispose.

Alors, elle utilise des matériels informatiques dans le but de mettre sur le marché des produits de qualité et d'exploiter rationnellement les moyens de production mise à sa disposition.

Sur le plan social, l'existence d'une source de revenus permettra à chaque employé d'améliorer ses conditions de vie. Ceci aura donc des impacts au niveau social de chaque ménage.

L'entreprise pense donner des formations aux jeunes qui s'intéressent à l'art de la photographie. Dans le cadre professionnel, ces formations dont nous aurions disposé favorisent leurs expériences et qui vont les aider à créer leurs propres entreprises.

CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE

L'étude de marché est un ensemble des techniques et des méthodes utilisées pour requérir les informations fiables et pertinentes sur une cible donnée.

L'objectif est de procurer les biens ou les services correspondant aux besoins et des désirs du consommateur ainsi que la rentabilité de l'entreprise.

Le projet de création d'entreprise nécessite donc une étude de marché pour conquérir une large part de marché, étude portée sur deux points distincts mais complémentaires, c'est-à-dire l'analyse de la demande et de l'offre.

En premier lieu, nous allons étudier la demande à connaître la perspective du marché par une étude quantitative et par l'analyse de comportement du consommateur (leur préférence, goûts...) afin de savoir les différentes potentialités de la demande pour les produits considérés ainsi que l'analyse de l'offre en déterminant la qualité de production offerte pour satisfaire les besoins des consommateurs.

Ensuite, nous envisageons de formuler la politique marketing durant les années d'exploitation.

Section 1 : Analyse de la demande

L'objectif de l'analyse de la demande est de déterminer un marché qui va satisfaire les principales cibles de l'entreprise.

Une étude de la demande avait été effectuée alors pour connaître les différentes catégories de consommation de cartes, posters et leurs besoins.

Les données de l'INSTAT concernant le nombre d'habitants et la population dans la ville de Fianarantsoa en 1999 (Recensement général de la Population et de l'Habitat « Enquête RGPH »), nous résume dans le tableau ci-dessous la répartition géographique de ladite ville.

Tableau n°1 : Répartition géographique de la ville de Fianarantsoa

Quartiers	Effectif	%
Beravina	15400	7
Antarandolo	24200	11
Ivory	19800	9
Ampasambazaha	22000	10
Ambatomena	19800	9
Isaha	22000	10
Talatamaty	17600	8
Sahalava	24200	11
Ambozontany	22000	10
Tsianolondroa	19800	9
Tsaramandroso	13200	6
TOTAL	220000	100

L'enquête que nous avons menée au sein de la population citadine Fianaroise montre nos principaux quartiers cibles : Ambatomena, Ambozontany, Ampasambazaha, Antarandolo (cf. annexes 1 et 2)

La raison c'est que un point de vente à leur proximité, leur goût pour une nouvelle qualité des cartes, ainsi qu'une forte capacité d'absorption du marché et la répartition équilibrée de ces quartiers.

1.1 : Clients potentiels

Notre entreprise va essayer de cibler la majorité des catégories socio-économiques de la population.

Nous allons classer les différentes catégories suivantes :

- Clients directs
- Librairies et grands magasins

1.1.1 Clients directs

Notre entreprise est plus accessible pour les clients. C'est ainsi qu'on peut exposer en grande envergure nos divers produits au vue de la clientèle. Les personnes qui passent en premier sont donc les clients potentiels de l'entreprise : C'est la vente sur la zone de Chalandise.

En général, le marché de la carterie est composé des consommateurs locaux et des visiteurs qui passent dans notre ville. De plus, l'ampleur de la publicité menée par l'entreprise et les clients la donne une image. Alors, il y aura d'autres clients qui vont venir et constituer en second lieu les clients potentiels de notre entreprise.

1.1.2 Librairies et grands magasins

Notre interview avec les responsables de certains grands magasins, librairies arrive à une fin bénéfique pour l'entreprise. Ainsi, nous pourrions offrir nos produits de qualité à ces points de vente qui effectuent une vente d'une manière périodique.

Notons que ces derniers cités ci-après se trouvent dans la ville.

- Librairie Saint Paul Ambatomena
- Librairie d'Ambozontany
- Magasin Store Ampasambazaha
- Magasin « M » Antarandolo

1.2 :Autres clients

1.2.1 Les clients "hors région"

L'élargissement du marché entraîne une forte potentielle de vente. L'entreprise va essayer de créer un autre créneau en dehors de la zone d'exploitation.

Après avoir effectué une étude, la vente des cartes et posters est en vue dans des différents parcs nationaux (ISALO, RANOMAFANA). Ces parcs sont des sites touristiques en expansion.

1.2.2 Etrangers

Lorsque l'entreprise va faire une extension de ses activités, elle compte d'exporter leurs produits plus précisément « des posters ».

Section 2 : Analyse de l'offre

2.1: Contrainte de l'offre.

2.1.1 Offre actuelle

Dans la ville de Fianarantsoa, les offreurs de produits en carterie cherchent à satisfaire le besoin de consommateurs.

D'après le dépouillement des questionnaires utilisés lors d'une enquête a fait ressortir qu'il existe quelques entreprises fabriquant des cartes et des posters.

En premier lieu, il y a le labo SOFIA, le plus connu de la région Fianaroise. Un labo qui fournit des cartes postales à 2 faces, des posters en utilisant un laboratoire plus sophistiqué.

L'image donnée par un appareil photographique numérique utilisée par ce labo est une sorte d'image naturelle, qui entraîne une meilleure qualité de leurs produits.

C'est la raison pour laquelle le labo embrasse la majorité des clients de la ville.

En second lieu, l'imprimerie RAVEL, qui met sur le marché local des cartes sur commande suivant un événement exceptionnel (mariages, invitations, ...)

L'utilisation « d'encre noire », une machine d'imprimerie (offset) donne une carte imprimée de bonne qualité.

2.1.2: Les besoins non satisfaits

Les besoins des consommateurs croissent indéfiniment au fur et à mesure que le développement technologique met en nombre croissant des biens et des services de qualité.

La multiplication et la diversification des besoins sont expliquées par des phénomènes, d'une part, les progrès technologiques qui engendrent de nouveaux besoins et créer de nouveaux biens et services suscitent de nouveaux biens ignorés.

D'autre part, la vie en société suscite également l'apparition des besoins. D'où les facteurs sociaux entraînent un effet divers qui exercent pour influencer les besoins et s'orientent les goûts et le choix du consommateur.

Alors le développement du marché dépend de la régularité et la diversification du modèle et de l'assurance de qualité d'être toujours ravitaillé avec de prix assez stable en tenant compte les besoins de la clientèle.

D'après une enquête menée auprès des consommateurs, nous avons pu tirer une variation des cartes à sens unique, c'est à dire seulement à deux faces avec un prix élevé. De même, les ventes respectives du Labo-SOFIA et l'imprimerie RAVEL se font sur le lieu de production.

Malgré le fait d'avoir beaucoup des clients pour SOFIA Labo, ces derniers ne s'intéressent qu'aux cartes postales. Et l'imprimerie RAVEL n'a que des clients périodiques.

Alors, il s'avère nécessaire de produire une carte à modèle diversifié. Mais aussi l'utilisation d'une nouvelle technique telle que le traitement d'image sur ordinateur.

En outre, nous allons faciliter l'achat de nos produits par l'élargissement de points de ventes ; ainsi qu'un prix convenable à toute la masse populaire.

2.2: Qualité de production.

La qualité se définit par l'ensemble de propriétés et caractéristiques d'une matière première ou d'un produit qui lui confère l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés ou implicites.

Les qualités et les défauts de produits finis dépendent toujours de la présentation des matières premières. La procédure de fabrication nécessite alors des vérifications, des suivis permanents de l'état de ces matières (papiers, encres) en vue de s'assurer que les exigences pour la qualité sont remplies. Si la qualité de ces matières est en mauvais état, l'entreprise risquera de perdre sur le marché.

2.2.1: Qualité des matières

Pour que les produits en carterie soient en bonne qualité, il faut s'assurer dès le début, l'utilisation d'une meilleure fourniture. Pour éviter la mauvaise présentation des produits, on utilise les papiers bostols et glaciers. Ce sont des papiers souples, lissent qui assurent une bonne présentation des cartes et des posters.

La qualité des images est assurée en utilisant les différentes couleurs de « jet d'encre » :

- Cartouche BJ couleur BC- 33

Elle est utilisée pour fabriquer des cartes (vœux, invitations, mariages, ...). Cette cartouche est composée de l'encre noire à pigments et les encres de trois couleurs standards (cyan, magenta, jaune)

- Cartouche BJ photo BC - 34 photo

Cette cartouche est utilisée pour la fabrication des posters (paysage, cultures, ...). Elle est composée de deux encres de couleurs, la photo cyan et al photo magenta (un peu plus claires que le cyan et magenta standard), de la teinture noire et de l'encre jaunes standard.

Cette cartouche doit être utilisée pour l'impression des images naturelles telles que les photographies.

2.2.2: Qualité des produits finis.

A partir de la bonne qualité des papiers et les types d'encre, nous avons pu obtenir des cartes parfaites pliées de 10,5 x 14,8 cm et des posters format A₄ avec une épaisseur de 1mm.

En effet avec la compétence de l'opérateur de saisie, l'entreprise produira alors des cartes et des posters de qualité satisfaisante à la demande de clientèle.

L'entreprise pense alors mettre sur le marché de divers et multiples types de produits. Les modèles vont changer suivant les événements et les besoins de la clientèle.

Tableau n° 2 : Qualité de production

Cartes (vœux, invitations, mariages, ...)				Posters (paysages, cultures)
1 ^{ère} face	2 ^{ème} face	3 ^{ème} face	4 ^{ème} face	1 ^{ère} face
Image titrée	Logo	Vœux ou présentation	Adresse	Image titrée
Avec enveloppes				cadrés

Section 3 : La formulation de la politique marketing

La politique que l'entreprise envisage est la formulation de marketing mix.

Le marketing mix est une stratégie lors d'une action commerciale déterminée. C'est le choix des moyens interdépendant pour atteindre de manière optimum de résultat attendu par l'objectif.

L'objectif est de produire des cartes et des posters destinés au marché cible.

Le moyen étant le produit, prix, la distribution, la communication.

3.1: La politique de produit :

La politique se définit sous la forme de l'ensemble des caractéristiques physiques, symboliques qui une fois regroupées en vue de satisfaire un besoin.

La politique de produit est la composante primordiale de la politique marketing. Elle consiste à la structuration de caractéristique principale de chacun des produits en s'agissant de choisir les domaines d'activités de l'entreprise.

Alors, nous pourrions mettre à la disposition de clients de « divers types de produits » que les offreurs n'ont pas mis sur le marché.

Le tableau ci-après illustre quelques types de nos produits :

Tableau n°3 : Extraits de produits en cartes

		Présentation de voeux				Remerciements			
		Couleur		A personnaliser (logo)		Couleur		A personnaliser (logo)	
	TITRES	Blanc	Beige	Sans	Avec	Blanc	Beige	Sans	Avec
1	Ravinala								
2	Les empreintes du temps								
3	Sur le chemin de la route								
4	Rentrant de l'école								
5	Halte des charretiers								
6	Sur le point des écoliers								
7	La verdure de l'Est								
8	Fruits et Lumière								
9	Hira gasy								
10	Sourires en permanence								
11	le centenaire								
12	Eglise								
13	Taxi-brousse								
14	La petite fille au fagot								

3.2: La politique de prix

La politique de prix fait partie de la stratégie de différenciation de ce projet. Les prix sont très compétitifs et faits pour toutes les catégories de revenus. Ils sont compris entre le prix minimum et le prix maximum que les consommateurs prêtent à déboursier en tenant compte du prix de revient des produits proposés.

Alors la formulation de la politique de prix doit stipuler les conditions de tarifaire que pratiquera l'entreprise avec les clients pour les produits considérées.

3.2.1: Détermination de prix

La détermination de prix avait été effectuée à partir de l'analyse de l'offre et de la demande dans tous les domaines en fonction de l'objectif visé.

3.2 .2: Fixation de prix

L'élément déterminant de la stratégie de ce projet, c'est la fixation de prix qui conditionne les chiffres d'affaires et la rentabilité à court, moyen et long terme.

Pour fixer ce prix, l'entreprise doit tenir compte de :

- Ses objectifs, chiffre d'affaires
- Ses coûts pour les différents niveaux de production
- Les revenus des différentes catégories socio-économiques
- La réaction du marché à partir de l'analyse de la demande et les prix des concurrents.

3.3: La politique de communication

3.3.1: Les moyens de communication

La communication consiste à transmettre des messages (information sur les produits, leurs caractéristiques et leurs avantages) aux publics en vue de modifier leurs niveaux d'information, leurs attitudes.

L'objectif général de communication est de créer les conditions favorables à l'achat des produits proposés par l'entreprise à sa cible.

Il existe deux sortes de communication à pratiquer par l'entreprise :

- La communication personnelle :

Elle est en contact direct entre un représentant de l'entreprise et des membres du public visé.

La force de ventes de notre entreprise se fait à partir des moyens de communication interpersonnelle.

Les forces de vente sont les grands magasins, librairies, le gérant, les agents commerciaux.

En outre, une création de site web pour présenter les différents types de photos

- La communication impersonnelle :
- Il s'agit de la publicité, on lancera une séquence publicitaire 2 fois par mois pour un lancement des produits nouveaux (cartes, posters) afin d'inciter un nouveau besoin de consommateurs.

3.3.2: La promotion.

La promotion c'est l'ensemble cohérent des efforts déployés, d'une part pour organiser et conduire les campagnes des ventes, d'autre part pour stimuler les achats par les consommateurs et l'efficacité des vendeurs.

- Réduction pour la vente en gros.
- Le gérant offrira à ses clients fidèles une carte de vœux au début de chaque année.

3.4: Politique de distribution et de vente

3.4.1 La distribution

La distribution est l'ensemble des opérations grâce auxquelles un bien ou service qui a été produit s'achemine au point où il est vendu aux consommateurs utilisateurs.

Le choix de la politique de distribution consiste à s'assurer une supériorité sur les concurrents par une force de vente plus nombreuse ou plus attrayante dans les points de ventes, par un soutien plus actif de la part du distributeur.

3.4.2: Les ventes

L'entreprise propose 3 types de ventes qui sont réalisés auprès des consommateurs :

- Ventes en détails et au comptant
- Vente en gros aux différents magasins, librairies
- Vente sur commande pour certains clients.

CONCLUSION

Il ressort de cette première partie que l'esprit de créativité et d'adaptation favorise le développement dans plusieurs domaines d'activités. Il peut y devenir une source d'emplois et d'avantages par suite d'une évolution technologique adaptée.

Cette première partie met en exergue l'intérêt du projet et l'opportunité que présente l'installation de cette unité de production.

Les connaissances générales du projet font l'objet de la première partie. Nous allons donc entrer dans la deuxième partie de nos travaux qui consistera à la conduite du projet.

DEUXIEME PARTIE :

CONDUITE DU PROJET

CHAPITRE I

TECHNIQUE DE PRODUCTION :

La faisabilité de dépend en partie des conditions techniques dans lesquelles il évolue. Le calendrier de la réalisation et les techniques de prise des photos ainsi que le processus de production font l'objet de ce chapitre.

Section 1 : Calendrier de réalisation

1.1 : Mise en place des infrastructures

La mise en place des infrastructures sera fixée au dernier mois de l'année 0.

1.1.1 : achats de matériels et des mobiliers de bureau

Les matériels de bureau sont les meubles nécessaires pour le bureau du gérant et d'autre salle, ainsi que les mobiliers du bureau tels que la machine à calculer, les autres fournitures. Ils peuvent être réceptionnés sur place quelques jours après la passation des commandes.

1.1.2 : Achats des matériels informatiques et outillages

Les matériels informatiques utilisés sont les ordinateurs, imprimantes, scanners ainsi que les matériels et outillages, appareils photographiques et cutters servant à découper les papiers bostols.

Le choix de ces matériels sera fait en fonction de leur qualité et leur prix.

1.1.3 : Installation

L'installation d'électricité, eau, téléphone, commencera au début de ce dernier mois de cette année.

1.2 : Exploitation

1.2. 1 Approvisionnement

L'entreprise commencera l'approvisionnement en pellicules, papiers, encre au début de l'année d'exploitation pour que la production démarre vers la moitié du premier mois.

Le lieu d'approvisionnement se trouve à Ampasambazaha, à proximité de notre entreprise.

1.2.2 : Production

Les activités de production des produits en carterie (cartes de vœux, invitation, faire-part, mariage..), posters commencent à partir du moment où l'entreprise sera opérationnelle. La date de prévision sera au commencement vers la moitié du mois de janvier.

L'entreprise prévoit une activité maximale au mois de décembre, période dans laquelle la vente des cartes et posters marche très bien.

1.2.3 : Vente et distribution

Les activités de vente et de distribution vont commencer dès que l'entreprise finit sa première qualité de production à partir du mi-janvier.

Section 2 : Les techniques de prise de photos

2.1 : Reportage

C'est première phase de la technique de production. Le photographe effectue une tournée dans la région de Fianarantsoa (Ranomafana, Isalo, Andringitra,..) pour une semaine environ.

Le reportage se fait quatre fois par an durant les années d'exploitation. En dehors du reportage, la séance de photos se déroulera sur place.

En utilisant des clichés « couleurs », l'objectif est de nous montrer la réalité malagasy dans sa vie quotidienne, son environnement, son beau paysage, ses cultures (religion, danse, musique,...) afin d'inciter les besoins des consommateurs.

2.2 : Développement et tirage

Une partie de nos produits sera à sous-traiter auprès de certains labos photos dans la villa de Fianarantsoa, à citer :

- Inter-photo antarandolo
- Labo-7 Anjoma
- Fuji-film Ampasambazaha

Le terme triage, c'est l'ensemble des exemplaires d'un ouvrage imprimé en une seule fois, c'est-à-dire la reproduction sur positif d'un cliché photographique.

En photographie, le développement est une action de développer une pellicule sensible, c'est-à-dire, faire apparaître à l'aide d'un révélateur, l'image latente obtenue par exposition sur la gélatine sensible.

2.3 : Types de photos

Après le développement, le tirage, nous avons choisi un format 9 x 12 pour assurer une meilleure qualité des cartes, après leur traitement informatique.

Section 3 : Processus de production

3.1 : Fonctionnement du scanner et de l'ordinateur

Logiciels utilisés :

Après la mise en position d'une photo par le biais d'une processus de scannerisation, on utilise un logiciel P.A. O « paint-shop- pro 6.0 » pour le traitement d'image et un logiciel « Microsoft publicitaire » pour la transformation d'image scannérisée en carte proprement dite.

Traitement d'image :

1^{ère} étape :

Lancement d'un logiciel paint-shop – pro, en choisissant la qualité du scanner (résolution) pour avoir une meilleure qualité d'image. Après cela, on enregistre le travail.

2^{ème} étape :

Ouverture d'un logiciel publicitaire, à l'intérieur duquel on insère des cartes pliées et de page entière

3^{ème} étape :

Insérer l'image de la 1^{ère} étape vers un publicitaire, puis mettre une photo sur la première page pour les travaux (titre, logo, ...)

2.2 : Impression

Pour exécuter un travail d'impression, nous avons installé dans le support une cartouche d'encre BJ couleur BC -33 de couleur noire, cyan, magenta, jaune pour les cartes (vœux, invitation, présentation, ...)

L'installation d'une cartouche BJ photo même couleur que celle de BJ 33 spécifiquement pour les posters (paysage, culture, ...)

Après avoir configuré l'imprimante, on lance l'impression.
Cette section indique l'impression d'un document sur des papiers.
On la choisit à partir de Windows :

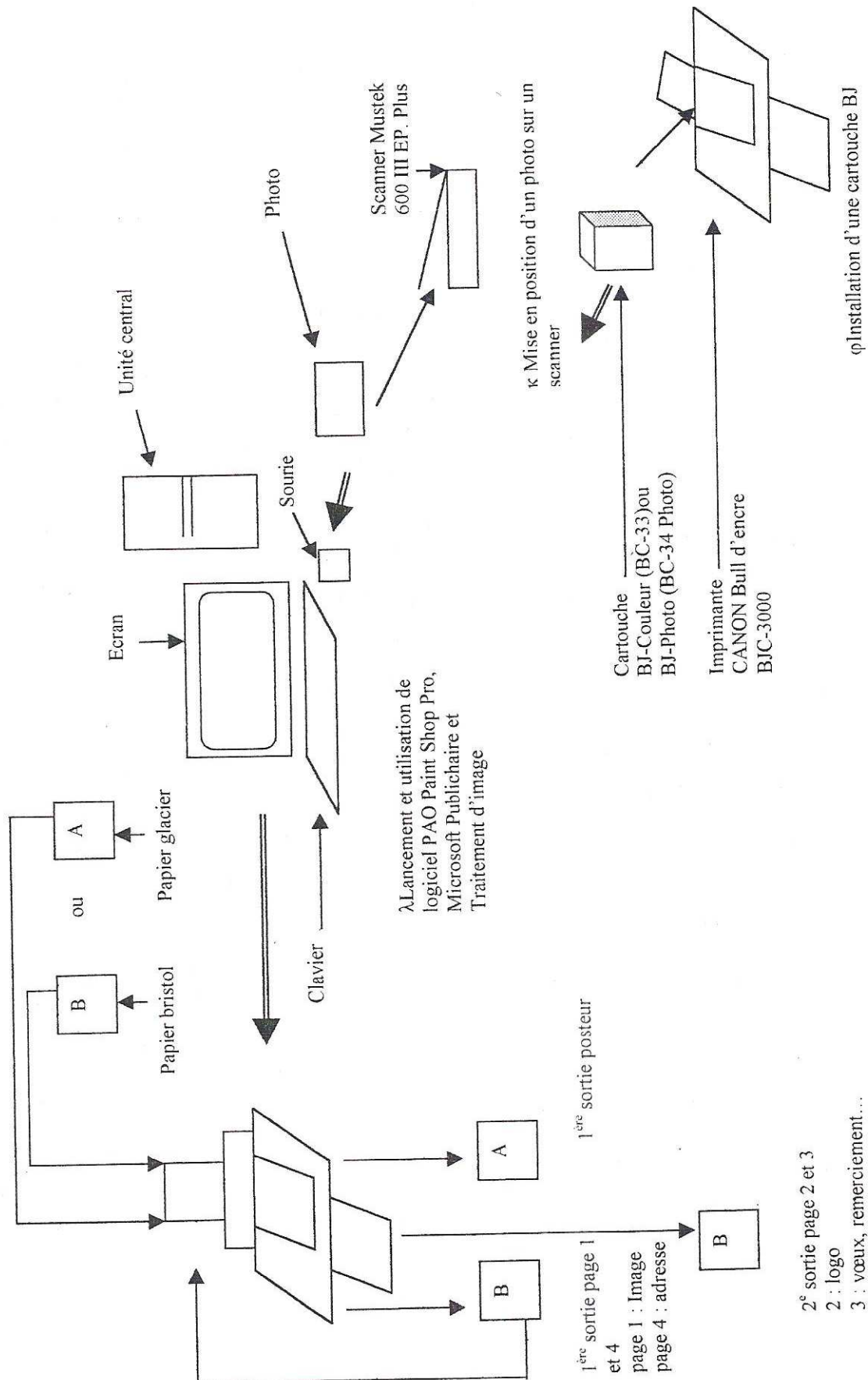
- Création d'un document à partir d'un logiciel d'application
- Vérifier si l'imprimante est correctement configurée
- Spécifier les paramètres d'impression dans le pilote d'imprimante
- lancer l'impression à partir d'un logiciel d'application

2.3 : Cartes et posters

La finalité des travaux d'impression est le fait d'avoir des produits finis

- cartes (vœux, invitation, faire-part, événement, ...)
- posters (paysage, culture, ...)
- La qualité de ces produits était énumérée dans le chapitre 1.

PROCESSUS DE PRODUCTION



CHAPITRE II

CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE :

Dans ce chapitre, nous allons étudier tout d'abord, la capacité de production de l'unité, ensuite l'élaboration du plan de consommation des matières premières, enfin, l'estimation du volume de vente.

Section1 : Capacité de production

Selon Nollet (1986), «la capacité de production se réfère à la qualité théorique maximale de produits pouvant être réalisée par un système opérationnel donné durant une période de temps précise et lorsqu'il fonctionne dans ces conditions préétablies ».

Alors, l'entreprise devra analyser le volume maximal de ces produits. Cette analyse sera faite en fonction de la technologie, équipements et ressources disponibles.

Le volume maximal est de 80 cartes/8 heures. Cette capacité demeure théorique, mais la production dépend de certaines conditions (technologies, marché, rentabilité).

Section 2 : Plan de consommation de matières premières

Le plan de consommation est détaillé de la manière suivante :

2.1 : Consommation de matières premières

Tableau n°4 : Prévision de consommation des papiers bostols et glaciers

Eléments	Quantité				Montant (Fmg)			
	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
Papiers bostols (rame de 100pages)	60	90	120	120	2.117.500	3.176.250	4.235.000	4.235.000
Papiers glaciers (rame de 100papiers)	20	30	40	40	3.850.000	5.775.000	7.700.000	7.700.000
TOTAL	-	-	-	-	5.967.500	8.951.250	11.935.000	11.935.000

2.2 : Dépenses en matières premières

Les dépenses en matières premières représentent les coûts de papiers (bostols et glaciers) tous qu'ils ont utilisé jusqu'au moment de stockage.

On peut calculer ces coûts par l'addition de prix d'achat des matières avec le prix de transport lors de son approvisionnement.

Tableau n°5 : Coût des papiers bostols

Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant (fmg)
Prix d'achat des papiers	390 rames	35 200	13 763 750
Prix de transport			292 500
Total			14 056 250

Tableau n°6 : Coût des papiers glaciers

Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant (fmg)
Prix d'achat des papiers	130 rames	192 500	25 025 000
Prix de transport			78 000
Total			25 103 000

2.3 : Coût de production

Le coût de production est le coût total des charges après les opérations de transformation. Il comprend les coûts des matières consommées, les différents produits entrant dans la production des produits finis, ainsi que les mains d'œuvre pour la production.

Les produits entrant dans la fabrication sont énumérés ci-après.

Tableau n°7 : Listes des fournitures consommables et non stockées

Cartes (invitation, vœux, faire-part, mariage)	Posters (paysage, culture, ...)
Pellicules	Pellicules
Enveloppes	Cadres
Encres BC-33 couleur	Encres BC-34 photo

2.3.1 : Prévvision de consommation de fournitures

Tableau n°8 : Prévvision de consommation de fournitures

Désignation	Quantité				Montant (Fmg)			
	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
Pellicules	30	15	30	15	690.000	345.000	700.000	345.000
Encre BCI (Boîte 4 types de couleurs)	95	145	195	195	9.900.000	14.850.000	19.800.000	19.800.000
Enveloppes	11.500	18.000	23.000	23.000	2.300.000	3.450.000	4.600.000	4.600.000
Cadres	1.950	2.900	3.900	3.900	2.406.250	3.609.375	4.812.500	4. 812.500
TOTAL					15.296.250	22.254.375	29.912.500	29.557.500

2.3.2 : Coût d’approvisionnement de fournitures consommables

Tableau n°9 : Coût d’encres

Désignation	Quantité	Prix unitaire (fmg)	Montant (Fmg)
Prix d’achat	630 boîtes	102.000	64.350.000
Frais	-		
Total			64.350.000

Tableau n°10 : Coût des photos

Désignation	Quantité	Prix unitaire (fmg)	Montant (Fmg)
Prix d'achat des pellicules	90	-	2.080.000
Reportages	-	-	2.555.000
Développement et tirage	-	-	2.826.000
Frais			145.500
Total	-	-	7.606.500

2.3.3 : Coût de production des cartes et des posters

Le coût de production se présente comme suit :

Tableau n°11 : Coût de production des cartes durant les quatre années d'exploitation

Désignation	Quantité	Prix unitaire (fmg)	Montant (Fmg)
Papiers bostols	390 rames	36 040	14 056 250
Encres	346 boîtes	102 000	35 392 500
Photos	-	-	3 803 250
Enveloppes	75.500	200	14 950 000
Charges fixes	-	-	101 475 310
Total	74 750 cartes	CUMP1 2250	169 677 310

1= CUMP : Coût unitaire moyen pondéré se calculant par le quotient de la somme sur le montant et la quantité

Tableau n°12 : Coût de production des posters durant les quatre années de l'exploitation

Désignation	Quantité	Prix unitaire (fmg)	Montant (Fmg)
Papiers glaciers	130 rames	192 500	25 025 000
Encres	284 boîtes	102 000	28 957 500
Photos	-	-	3 803 250
cadres	12 625	1 250	15 640 625
Charges fixes			83 025 257
Total	74 750 cartes	CUMP1 2250	156 451 630

2.3.4 : Coût de revient

Le coût de revient est le total des charges jusqu'au stade final comprenant le coût de la production et le frais de distribution. Les librairies et les grands magasins ne sont pas loin de notre entreprise, alors il n'existe pas de frais de distribution. D'où le coût de revient est le même que le coût de production.

Tableau n°13 : Coût de revient de cartes et des posters*Montant en Fmg*

Désignation	Cartes			Posters		
	Quantité	Prix unitaire	Montant	Quantité	prix unitaire	Montant
Prix de revient	74 750	2 250	169 677 310	12 512	12 500	156 451 630

Section3 : Plan de production et de vente

3.1 : Plan de production

Nous retrouvons parmi les facteurs principaux influençant le choix d'une capacité de production : la technologie, les conditions de marché, la rentabilité. D'après l'analyse du marché déjà effectuée, la capacité de production durant les quatre année d'exploitation se présente comme suit :

Tableau n°14 : Plan de production

Année	Nombre de cartes	Nombre des posters
1	11 500	1925
2	17 250	2887
3	23 000	3850
4	23 000	3850
Total	74 750	12 512

3.2 : Chiffres d'affaires prévisionnels

D'après les différents types de points de vente en matière de cartes et des posters, nous avons pu trouver une niche de marché pour bien équilibrer la couple qualité- prix du produit. Ce marché qui va donner une satisfaction pour la population qui cherche la qualité à un prix convenable. Alors la fixation du prix tient compte de moyen, et ce nos acheteurs sont prêts à déboursier (minimum/maximum) et de nos prix de revient.

Tableau n°15 : Détermination de prix

Prix en fmg

Produits	Prix minimum	nos prix de revient	nos prix	prix maximum
cartes	2 000	2 250	3 000	4 000
Posters	15 000	12 500	17 500	35 000

On peut donc passer dans le tableau suivant qui représente le montant de chiffre d'affaires prévisionnels

Tableau n°16 : chiffre d'affaires prévisionnels

Année	Cartes			Posters		
	Quantité	Prix unitaire	Montant	Quantité	Prix unitaire	Montant
1	11 500	3 000	34 500 000	1925	17 500	33687 500
2	17 250	3 000	51 750 000	2887	17 500	50 522 500
3	23 000	3 000	69 000 000	3850	17 500	67 375 000
4	23 000	3 000	69 000 000	3850	17 500	67 375 000

CHAPITRE III

ETUDE ORGANISATIONNELLE

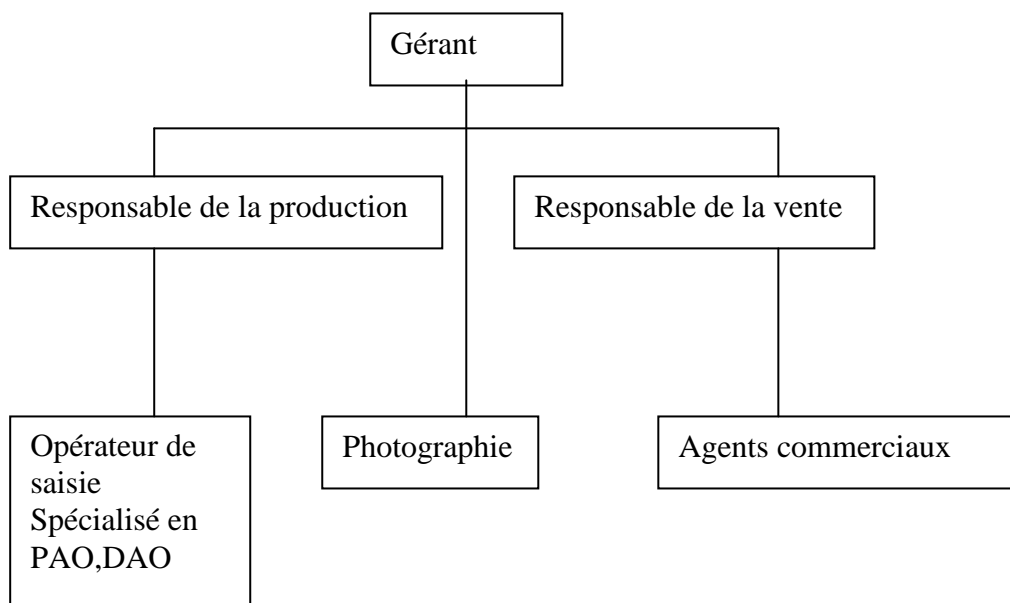
Dans ce chapitre, nous allons étudier l'organisation de l'entreprise par la mise en place d'un organigramme.

De plus, l'organisation générale met en relief la structure et la façon de gérer les activités de l'entreprise.

Section 1 : Organigramme

L'organigramme se présente par un graphique montrant l'ensemble de la structure de l'unité.

L'organisation de l'entreprise devrait avoir un organigramme, c'est un instrument lui permettant de schématiser l'organisation du travail et la répartition des tâches entre les différentes fonctions existantes.



Section2 : Organisation générale

2.1 : Organisations juridiques

Toute entreprise installée à Madagascar devra respecter certaines règles prévues par la loi pour sa constitution.

- Aspect juridique :

C'est une société de personnes à caractère commercial désigné par une raison sociale, dans laquelle tous les associés ont la qualité de commerçant.

Elle est fondée essentiellement sur l'intuitu personæ

La procédure de création prévue par l'article 39 du code de commerce. Cet article exige la rédaction d'un statut de société. Les points essentiels sont :

- Dépôt au greffier du tribunal de commerce le texte prescrit
- Inscription au registre de commerce
- Immatriculation statistique
- Modalité de prévoyance sociale à la CNaPS (Caisse Nationale de la prévoyance sociale)
- Modalité de médecine de l'entreprise à L'OSIE (Organisation Sanitaire Inter Entreprise)

- Forme juridique

La forme juridique adoptée est une société à nom collectif.

Le capital est libéré entièrement dès la constitution sous forme d'un apport en Nature de 18.000.000fmg et en numéraire de 2.943.750fmg.

2.2 : Organisation structurelle

La structure est l'institution des fonctions nécessaires à l'entreprise et la liaison entre ces fonctions en vue de bon fonctionnement de l'organisation.

Elle est toujours accompagnée des relations du travail entre ces différentes personnes.

La liaison entre le gérant et les responsables est assurée par les instructions du gérant qui descend jusqu'à la base.

Les informations de la part des subordonnés montent vers le gérant qui les étudie, c'est ce que l'on appelle : liaison verticale ou hiérarchique.

La liaison entre les responsables est assurée par la réunion sous l'autorité de dirigeant. C'est ce qu'on appelle : liaison horizontale ou fonctionnelle.

Le gérant a sous ses ordres les responsables de la production, de vente ainsi que l'opérateur de saisie, le photographe et les agents commerciaux.

Le responsable de la production a sous ses ordres respectivement l'opérateur de saisie et les agents commerciaux.

2.3 : Organisation fonctionnelle

La fonction est un groupement d'activité par rapport à une même technique ou même principe.

Généralement, une fonction est toujours assurée par un responsable ou plusieurs responsables à la fois qui ont reçu une délégation de pouvoir et d'autorité dans un domaine bien défini.

- Fonction du gérant :

Cette fonction est à la tête de l'entreprise. Elle devra :

- Proposer la politique générale de l'entreprise et la stratégie adoptée
- Assurer la recherche de financement nécessaire
- Etablir le planning d'activités
- Approuver les décisions que lui soumettent les différents responsables
- Garantir les relations extérieures : négociations avec la banque, fournisseurs, clients
- Assurer la gestion financière
- Donner aux différents responsables : les directives et les moyens nécessaires pour la bonne marche des activités
- Tenir la comptabilité de l'entreprise

- Responsable de la production

Ce responsable est chargé de :

- L'approvisionnement des matières premières et accessoires pour réaliser les objectifs de production.
- La gestion de stock
- La maintenance des matériels
- La détermination des besoins de l'entreprise en matières premières et fournitures consommables et non stockées.
- L'évaluation des objectifs de production avec le responsable de vente et les transmettre au gérant.

- Responsable de vente

Ce responsable embrasse les tâches suivantes :

- Elaborer et assurer la politique commerciale
- Etudier le marché de l'entreprise
- Diriger les activités de chaque point de vente
- Tenir la fiche d'évolution du marché
- Recevoir les commandes des clients
- Travailler en collaboration avec le responsable de production

- Opérateur de saisie

L'opérateur de saisie est la responsable des tâches suivantes :

- La conception et la mise en œuvre de la réalisation des cartes et des posters
- Assurer la production et la qualité des produits finis
- Exécuter les ordres du responsable de la production dans les activités de l'entreprise

- Photographe :

- Réaliser les travaux pour la prise de photo
- Assurer le développement et le tirage des clichés

- Agents commerciaux

- Assurer la relation de l'entreprise avec les clients
- Effectuer les livraisons
- Rendre compte au responsable de vente de ses activités
- Assurer la qualité des produits finis

2.4 : Gestion du personnel

- Politique salariale :

C'est la rémunération du personnel de l'entreprise. Elle se présente dans le tableau ci-après :

Tableau n°17 : Salaire mensuel du personnel de l'entreprise

Poste	Effectifs	Salaires mensuels (fmg)
Gérant	1	700.000
Responsable de production	1	400.000
Responsable de vente	1	400.000
opérateur de saisie	1	350.000
Photographe	1	350.000
Agents commerciaux	2	400.000
Total	7	2.600.000

- Politique de motivation

Le gérant proposera une augmentation de 10% du salaire au début de la troisième année.

Les charges du personnel pour les quatre années d'exploitation se présente comme suit :

Tableau n°18 : Charges du personnel

Poste	Salaire mensuel	Charges du personnel en Fmg			
		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
Gérant	700.000	8.400.000	8.400.000	9.240.000	9.240.000
Responsable de production	400.000	4.800.000	4.800.000	5.280.000	5.280.000
Responsable de vente	400.000	4.800.000	4.800.000	5.280.000	5.280.000
Opérateur de saisie	350.000	4.200.000	4.200.000	4.620.000	4.620.000
Photographe	350.000	4.200.000	4.200.000	4.620.000	4.620.000
Agents commerciaux					
1	200.000	2.400.000	2.400.000	2.640.000	2.640.000
2	200.000	2.400.000	2.400.000	2.640.000	2.640.000
Total	2.600.000	31.200.000	31.200.000	34.320.000	34.320.000

Le tableau suivant représente les charges patronales :

Tableau n°19 : Charges sociales patronales

Rubriques	Gérant	Responsable de production et vente	Opérateur de saisie et photographe	Agents commerciaux
Salaire brut	700 000	400 000	350 000	200 000
Part salariale				
CNaPS : 1%	1 000	1 000	1 000	1 000
OSIE : 1%	7 000	4 000	3 500	2 000
Part patronale				
CNaPs : 13%	13 000	13 000	13 000	13 000
OSIE :15%	35 000	20 000	17 500	10 000
TOTAL	48 000	33 000	30 500	23 000
Effectifs	1	2	2	2
Charges patronales mensuelles	48 000	66 000	61 000	46 000
Charges patronales annuelles	576 000	792 000	732 000	552 000

CONCLUSION

Cette partie est consacrée aux différents processus de production pour la réalisation du projet, compte tenu des moyens mis en œuvre.

Ainsi, nous pouvons dire que, malgré la simplicité des installations, le bon fonctionnement des moyens matériels utilisés assure la capacité de production.

En somme, la qualité des produits satisfait les normes requises pour les consommateurs.

Nous avons donc développé les points forts de l'investissement, maintenant qu'en est l'étude financière du projet ?

TROISIEME PARTIE :

ETUDE FINANCIERE DU PROJET

CHAPITRE I

MONTANT DES INVESTISSEMENT ET LES COMPTES DE GESTION

Dans ce chapitre, nous allons voir les investissements nécessaires afin de tirer le fonds de roulement initial et le plan de financement c'est-à-dire comment finance-t-on ces investissements.

Les tableaux des amortissements et de remboursement des emprunts interviendront ensuite, pour se terminer sur les comptes de gestion de ce projet.

Section 1 : Investissements

L'investissement de ce projet concerne les immobilisations qui sont détaillée ci-après.

1.1 : construction

Il s'agit d'un immeuble, sa valeur est de 18 000 000fmg

1.2 : Matériels et équipements d'exploitation

1.2.1 : Matériels et outillages

Les matériels et outillages comprennent les matériels nécessaires à la production et à la transformation.

Tableau n°20 : Liste des matériels et outillages

Eléments	Quantité	Prix unitaire	Montant (en fmg)
Appareils photographiques	02	750 000	1 500 000
Cutters	02	25 000	50 000
Total	-	-	1 550 000

1.2.2 : Matériels et mobiliers de bureau

Ce sont les matériels utilisés au bureau.

Tableau n°21 : Liste des matériels et mobiliers de bureau

Eléments	Quantité	Prix unitaire	Montant (en fmg)
Tables	05	100 000	500 000
Chaises	08	25 000	200 000
Machines à calculer	01	140 000	140 000
Bureau	01	150 000	150 000
Armoire	01	500 000	500 000
Autres fournitures	-	-	150 000
Total	-	-	1 640 000

1.2.3 : Matériels informatiques

Tableau n°22 : Liste des matériels informatiques

Eléments	Quantité	Prix unitaire	Mo,ta,t (en fmg)
Ordinateurs	02	8 000 000	16 000 000
Imprimantes	02	900 000	1 800 000
Scanners	02	750 000	1 500 000
Total	-	-	19 300 000

1.2.4 : Installations

Les coûts d'installations d'électricité, téléphone s'élèvent à 1 000 000fmg.

1.3 : Récapitulation des investissements

Tableau n°23 : Tableau récapitulatif des investissements

Eléments	Montant (en fmg)
Immeuble	18 000 000
Matériel et outillage	1 550 000
Matériel et mobilier de bureau	1 640 000
Matériel informatique	19 300 000
Installations	1 000 000
Total	41 490 000

1.4: Fonds de roulement initial

Le fond de roulement initial concerne les liquidités monétaires pour couvrir les charges pendant la phase de démarrage du projet.

Il s'agit ici du montant nécessaire pour acheter les approvisionnements et les autres dépenses durant le mois de janvier :

- Achats de matière premières : 257 000fmg
- Achats de fournitures consommables : 660 000fmg
- Achats de fournitures non stockées : 206 250 fmg
- Charges externes : 820 000fmg

Ce fond de roulement s'élève à 1 943 750 fmg, cette somme comprise dans l'apport du gérant.

Section 2 : Plan de financement

Le plan de financement est un tableau prévisionnel le plus important de la vie d'une entreprise pour deux raisons :

- Le plan de financement est le seul moyen que l'entreprise vérifie sa politique d'investissement et de financement.
- L'établissement financier exige un plan de financement de la part des entreprises qui leur réclame un emprunt.

2.1 : Apport

Le capital de l'entreprise d'un montant de 20 943 750 fmg est constitué d'un apport en nature évalué à 18 000 000fmg et un apport en numéraire ; 2 943 750 fmg y compris le fond de roulement initial.

2.2 : Mode de financement

La réalisation de ce projet nécessite un financement auprès d'un établissement financier d'un montant de 22 490 000fmg pour le financement des immobilisations.

On choisira un emprunt à moyen terme pour une durée de 4 ans pour le financement de ses immobilisations, avec un taux moyen annuel de 20%.

Tableau n°24 : Récapitulation de plan de financement

Eléments	Montant	Apport	Emprunts
Immeuble	18 000 000	18 000 000	
Matériel et outillages	1 550 000		1 550 000
Matériel et mobilier de bureau	1 640 000		1 640 000
Matériel informatique	19 300 000		19 300 000
Installations	1 000 000	1 000 000	
Total	41 490 000	19 000 000	22 490 000
Total en %	100	46	54

Section 3 : Tableau des amortissements

L'amortissement est la constatation comptable d'un amoindrissement de la valeur de éléments d'actif (immobilisations) résultant de l'usage, du temps, de changement de technique et toute autre cause.

Nous allons appliquer un système forfaitaire appelé « amortissement linéaire » lors du calcul.

Immeuble :

C'est un usage professionnel, la durée de vie est de 20 ans.

D'où l'amortissement annuel est :

$$\frac{1800000}{20} = 900000 \text{ fmg}$$

Matériel et outillage :

La durée de vie est de 5 ans, d'où la quote –part consommée est égale à :

$$\frac{1\,550\,000}{5} = 310\,000 \text{ fmg}$$

Matériel et mobilier de bureau :

Le matériel et mobilier de bureau ont une durée de vie de 5 ans :

L'amortissement annuel est égal à :

$$\frac{290000}{5} = 58\,000 \text{ fmg}$$

Les mobiliers de bureau sont amortis durant 10 ans. L'annuité d'amortissement :

$$\frac{1\,350\,000}{10} = 135\,000 \text{ fmg}$$

Matériel informatique :

La durée probable s'est de 4 ans, d'où l'amortissement :

$$\frac{19\,300\,000}{4} = 4\,825\,000 \text{ fmg}$$

Installations :

Elles sont amorties durant 10 ans, l'amortissement annuel est de :

1 000 000

———— = 100 000 fmg

10

Le tableau d'amortissement se présente comme suit :

Tableau n°25 : Tableau des amortissements

Immobilisations	Valeur d'acquisition	1 ^{ère} A	2 ^{ème} A	3 ^{ème} A	4 ^{ème} A
- Immeuble	18 000 000	900 000	900 000	900 000	900 000
- Matériel et outillage					
- Matériel et mobilier de bureau	1 550 000	310 000	310 000	310 000	310 000
Matériel	290 000	58 000	58 000	58 000	58 000
Mobilier	1 350 000	135 000	135 000	135 000	135 000
- Matériel informatique	19 300 000	4 825 000	4 825 000	4 825 000	4 825 000
- Installations	1 000 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Total	41 490 000	6 328 000	6 328 000	6 328 000	6 328 000

Section 4 : Tableau de remboursement des dettes

Le montant de l'emprunt est de 22 490 000 fmg remboursable dans 4 ans. Le premier remboursement aura lieu à la fin de la première année avec un taux d'intérêt de 20%.

Pendant les 4 exercices, le paiement sera effectué par annuité constante dont la valeur est donnée par la formule suivante :

$$a = Va \left[\frac{i}{1 - (1+i)^{-n}} \right]$$

Avec a : annuité

Va : montant de l'emprunt

i: taux d'intérêt

n : durée de remboursement

$$\text{Application numérique : } a = 2249000 \left[\frac{0,2}{1-(1+0,2)^{-4}} \right]$$

$$a = 8\,687\,642 \text{ Fmg}$$

L'annuité est la somme de charge financière (intérêt du capital non remboursé) et l'amortissement (partie de l'emprunt remboursé à chaque échéance).

Le tableau de remboursement des emprunts peut se présenter comme suit :

Tableau n°26 : Tableau de remboursement des emprunts

Année	Capital au début de l'année	Annuité	Intérêt	Amortissement	Capital restant dû
1	22 490 000	8 687 642	4 498 000	4189 642	18 300 358
2	18 300 358	8 687 642	3660 000	5 027 570	13 272 788
3	1 327 788	8 687 642	1 654 557	6 033 085	7 239 703
4	7 239 703	8 687 642	1 447 939	7 239 703	-
	-	34 750 568	12 260 567	22 490 000	

Section 5 : Comptes de gestion

5.1 : Comptes de charges

5.1.1 : Achat des matières premières :

Cet achat est déjà calculé dans la prévision de consommation de matières (tableau n°4)

5.1.2 : Fournitures consommables :

Elles comprennent les clichés et les 4 couleurs d'encre. Le coût de ces fournitures est déjà calculé (tableau n° 9 et 10)

5.1.3 : Fournitures non stockées :

Ce sont les enveloppes et les cadres utilisés à la fin de la production (tableau n°8)

5.1.4 Charges externes :

-Reportage :

La dépense correspondante est de 2 555 000 Fmg

- Sous-traitance (développement et tirage de pellicules)

On évalue à 2 826 000Fmg

- Eau et électricité, téléphone :

La consommation est estimée à 2 880 000 Fmg par an.

- Frais d'exportation

Le frais est évalué à 516 000Fmg

5.1.5 Charges de personnel :

Il s'agit de rémunération du personnel de l'entreprise (tableau n°18)

5.1.6 Charges financières :

Elles constituent les intérêts de remboursements des dettes financières (tableau n°26)

5.1.7 : Dotations aux amortissements

(voir tableau des amortissements n°25)

Tableau n°27 : Récapitulatif des charges durant les 4 années d'exploitation

Rubriques	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année
1. Matières				
premières	5 967 500	8951250	11 935 000	11 935 000
papiers bostols	2117 500	31760250	4235000	4235000
papiers glaciers	3 850 000	5775000	7 700 000	7 700000
2. Fournitures				
consommables	10 590 000	15195 000	20 500 000	20 145000
pellicules	690 000	345 000	700 000	345 000
Encres	9 900 000	14 850000	19 800 000	19800000
3. Fournitures non stockées	4 706 250	7059 375	9 412 500	9 412500
Enveloppes	2300 000	3450000	4600 000	4600 000
Cadres	2406250	3609375	4812 500	4812 500
4. Charges				
externes	4730000	3872500	4780 000	4034 500
Reportage	850000	350 000	900 000	455 000
Développement et tirage	943000	471 500	940 000	471500
Eau, électricité, tél.	2880 000	2880000	2880000	880 000
Frais	57 000	171000	60 000	228 000
5. Charges de personnel	33 852 000	33 852 000	36 972 000	36 972 000
6. Charges financières	4498000	3 660 071	2654 557	1 447 939
7. Amortissements	6328 000	6 328 000	6 328 000	6 328 000
TOTAL	70 671 750	78 568 196	89 462 057	87 154 939

5.2 : Comptes de produits

Ce sont les chiffres d'affaires prévisionnels durant les 4 années.

5.2.1 : Chiffres d'affaires des cartes

Tableau n°28 : tableau de vente des cartes

Année	Quantité	Prix unitaire	Montant (en Fmg)
1	11 500	3 000	34 500 000
2	17 250	3 000	51 750 000
3	23 000	3 000	69 000 000
4	23 000	3 000	69 000 000

5.2.2 : Chiffres d'affaires des posters

Tableau n°29 : Tableau de vente des posters

Année	Quantité	Prix unitaire	Montant (en Fmg)
1	1 925	17500	33 687 500
2	2887	17500	50 522 500
3	3850	17500	67 375 000
4	3850	17500	67 375 000

CHAPITRE II : ANALYSE DE LA RENTABILITE ET ETUDE DE FAISABILITE

Dans ce chapitre, nous allons étudier la rentabilité de ce projet compte tenu des différentes charges supportées durant les 4 années.

Section 1 : Compte de résultat

Le compte de résultat prévisionnel se construit à partir des prévisions de ventes et des prévisions des charges. Ce compte ne peut intervenir qu'après la définition de la politique d'investissement et de financement car les budgets des gestions ne permettent pas de déterminer ni le montant des amortissements ni le montant des frais financiers entraînés par le recours aux crédits.

1.1 : Compte de résultat prévisionnel avant frais financier

A partir de ce compte, nous pourrions juger si l'activité est capable de rembourser ou non les emprunts et de dégager des profits.

Tableau n°30 : Compte de résultat avant frais financier

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
PRODUITS				
- Ventes	68 187 500	102 272 500	136 375 000	136 375 000
Total des produits	68 187 500	102 272 500	136 375 000	136 375 000
CHARGES				
- Achat				
Matières premières	5 967 500	8 951 250	11 935 000	11 935 000
Matières consommables	10 590 000	15 195 000	20 500 000	20 145 000
Fournitures non stockées	470 625	7 059 375	941 250	9 412 500
- Charges externes	473 000	3 872 500	478 000	403 450
- Charges du personnel	33 852 000	33 852 000	36 972 000	36 972 000
- Amortissement	6 328 000	6 328 000	6 328 000	6 328 000
Total des charges	66 173 750	75 258 125	86 807 500	85 707 000
Résultat	2 013 750	27 014 375	49 567 500	50 668 000
Cash-flow ou MBA (Marge brute d'autofinancement)	8 341 750	33 342 375	55 895 500	56 996 000

Les marges brutes d'autofinancement constituent le surplus monétaire dégagé par l'exploitation de l'entreprise au cours d'une période considéré.

$$\text{MBA} = \text{Résultat net} + \text{Amortissement}$$

Ces marges brutes d'autofinancement augmentent jusqu'à la 4^{ème} année, alors c'est la preuve que ce projet dispose d'une capacité de rembourser ses emprunts.

1.2 : Compte de résultat prévisionnel après charge financière

Tableau n°31 : Compte de résultat prévisionnel après charge financière

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
PRODUITS				
- Ventes	68 187 500	102 272 500	136 375 000	136 375 000
Total des produits	68 187 500	102 272 500	136 375 000	136 375 000
CHARGES				
- Achat				
Matières premières	5 967 500	8951250	11935000	11935000
Matières consommables	10 590 000	15195000	20500000	20500000
Fournitures non stockées	4706250	7059375	9412500	9412500
- Charges externes	4730000	3872500	4780000	4034 500
- Charges du personnel	33852000	33852000	36972000	36972000
- charges financières	4498000	3660071	2654557	1 447939
- Amortissement	6328000	6328000	6328 000	6328000
Total des charges	70671750	78 918196	89 462057	87 154 939
Résultat	(2484250)	23 354 304	46 912 943	49 220061
Cash-flow ou MBA (Marge brute d'autofinancement)	3843750	29.682. 304	53 240 943	55 548 061

Notons que nous n'avons pas tenu compte de l'impôt dans notre calcul. Mais nous sommes prêts à payer l'Etat et les collectivités si cela s'avère nécessaire.

1.3 : Tableau de grandeur caractéristique de gestion (TGCG)

La structure aménagée des produits et des charges de système de base permet de calculer des soldes intermédiaires de gestion.

Le tableau de grandeur caractéristique de gestion alors c'est un état qui représente une série des agrégats expliquant la formation du résultat net des exercices.

Pour ce compte de résultat, nous pouvons savoir :

- Le chiffre d'affaire annuel : c'est la vente effectuée pendant une année.
- La valeur ajoutée

La valeur ajoutée représente le surplus de la production créée par le facteur capital et travail de l'entreprise.

Elle exprime une large marge sur la valeur apportée par l'entreprise et renseigne sur la véritable production économique

- L'Excédent Brut de l'Exploitation (E.B.E)

L'Excédent Brut de l'Exploitation indique la performance de l'entreprise indépendamment de sa structure, de son financement et des impôts.

- Le résultat de l'exploitation :

C'est le résultat avant l'élément financier (charges et produits financiers)

- Le résultat financier :

Il représente le solde de produit financier et de charge financière

- Le résultat avant impôt :

C'est la somme de résultat d'exploitation, financier et exceptionnel.

- Le résultat net :

Ce résultat net est obtenu par la différence entre, le résultat d'exercice avant impôt diminué de l'impôt de la société. Ce résultat est finalement figuré au bilan.

Tableau n° 32 : Tableau de grandeur caractéristique de gestion

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4
1- MARGE COMMERCIALE	-	-	-	-
2- PRODUIT DE L'EXERCICE	68.187 500	102.272.500	136.375.000	136.375.000
Vente	68.187 500	102.272.500	136.375.000	136.375.000
3- Valeur ajoutée	42 193 750	67.194.375	89.747.500	90.848.000
Production de l'exercice	68187 500	102.272.500	136.375.000	136.375.000
- consommation de l'exercice en provenance de tiers				
• Matières premières	5967.500	8.951.250	11.935.000	11.935.000
• Fournitures consommables	10.590.000	15.195.000	20.500.000	20.145.000
• Fournitures non stockées	4.706.250	7.059.375	9.412.500	9.412.500
• Charges externes	4.730.000	3.872.500	4.780.000	4.034.500
4- EXCEDENT BRUT DE L'EXPLOITATION (E.B.E)	8.341.750	33.342.375	55.895.500	56.996.000
Valeur ajoutée	42. 193 750	67.194.375	89.747.500	90.848.000
Impôts et taxes	-	-	-	-
Charges du personnel	33.852.000	33.852.000	36.972.000	36.972.000
5- RESULTAT D'EXPLOITATION	2.013.750	27.014.375	49.567.500	50.668.000
E.B.E	8.498.000	33.342.375	55.895.500	56.996.000
Dotation aux amortissements	6.328.000	6.328.000	6.328.000	6.328.000
6- RESULTAT FINANCIER	(4.498.000)	(3.660.071)	(2.654.557)	(1447.939)
Produits financiers	-	-	-	-
charges financières	4.498.000	3.660.071	2.654.557	1.447.939
7- RESULTAT EXCEPTIONNEL	-	-	-	-
Produits exceptionnels	-	-	-	-
Charges exceptionnelles	-	-	-	-
8- RESULTAT DE L'EXERCICE	(2.484.250)	23.354.304	46.912.943	49.220.061
Résultat d'exploitation	2.013.750	27.014.375	49.567.500	50.668.000
+ Résultat financier	(4.498.000)	(3.660.071)	(2.654.557)	(1.447.939)
+Résultat exceptionnel	-	-	-	-
9- CAPACITE D'AUTOFINANCEMENT	3.843.750	29.682.304	53.240.943	55.540.061

Interprétation :

L'augmentation des chiffres d'affaires entraîne la croissance massive de résultat même s'il est négatif en première année.

Les résultats financiers sont toujours négatifs jusqu'à la quatrième année, ceci est l'effet du remboursement des dettes contractées.

Le résultat en première année est négatif à cause de charge financière.

Section 2 : Plan de trésorerie

La trésorerie est un outil pour l'entreprise permettant à une analyse fonctionnelle des ressources et des emplois.

Elle permet aussi de connaître le niveau de capacité de remboursement de l'unité.

La trésorerie de l'entreprise est déterminée par les flux d'encaissement et de décaissement relevant des opérations à moyen et à court terme.

2.1 : La trésorerie mensuelle pour la première année

Tableau n°33 : trésorerie mensuelle

Désignation	JANV	FEV	MAR	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOUT	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
ENCAISSEMENT													
Vente	2.987.500	3.537.500	3.887.500	4.350.000	4.900.000	5.250.000	5.800.000	6.525.000	6.875.000	7.425.000	7.775.000	8.875.000	68.187.500
TOTAL ENCAISSEMENT	2.987.500	3.537.500	3.887.500	4.350.000	4.900.000	5.250.000	5.800.000	6.525.000	6.875.000	7.425.000	7.775.000	8.875.000	68.187.500
DECAISSEMENT													
- Matières premières	257.500	312.500	352.500	380.000	417.500	417.500	975.000	570.000	610.000	647.400	687.500	762.500	5.967.500
- Fournitures consommables	660.000	540.000	580.000	790.000	710.000	800.000	970.000	960.000	1.000.000	1.220.000	1.110.000	1.250.000	10.590.000
- Fournitures non stockées	206.250	243.750	268.750	300.000	337.500	362.500	400.000	450.000	475.000	512.500	537.500	612.500	4.706.250
- Charges externes :*													
Reportage	250.000			200.000			200.000			200.000			850.000
Sous-traitance	328.000			205.000			205.000			205.000			943.000
Eau, électricité, tél	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	2.880.000
Frais	3000	3.000	3.000	3.000	3.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	57.000
- Salaire	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	31.200.000
- Charges patronales	221.000	221.000	221.000	221.000	221.000	221.000	221.000	221.000	221.000	221.000	221.000	221.000	2.652.000
TOTAL DECAISSEMENT	4.765.750	4.160.250	4.265.250	4.939.000	4.529.000	4.704.500	5.337.000	5.047.000	5.152.000	5.852.000	5.402.000	5.692.000	59.845.750
Solde mensuel	(1.778.250)	(662.750)	(337.750)	(589.000)	371.000	545.000	463.000	1.478.000	1.723.000	1.573.000	2.373.000	3.183.000	8.341.750
Solde cumulé	(1.778.250)	(2.401.000)	(2.778.750)	(3.367.750)	(2.996.750)	(2.451.250)	(1.988.250)	(510.250)	1.212.750	2.785.750	5.158.750	8.341.750	

2.2 : Tableau de trésorerie annuelle prévisionnelle

Tableau n°34 : Tableau de trésorerie annuelle

Désignation	Année ₀	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
RESSOURCES	-				
-MBA					
- Emprunt	22. 490.000				
-Fonds propres	19.000.000	3.843.750	29.682.304	53.240.943	55.548.061
TOTAL RESSOURCES	41.490.000	3.843.750	29.682.304	53.240.943	55.548.051
EMPLOIS					
Investissement					
- Immeubles	18.000.000				
- Matériel et outillages	1.550.000				
- Matériel et mobilier de bureau	1.640.000				
- Matériel informatique	19.300.000				
- Installation	1.000.000				
Remboursement		4.189.642	5.027.570	6.033.085	7.239.703
TOTAL EMPLOIS		4.189.642	5.027.570	6.033.085	7.239.703
Solde		(345. 892)	24.654.734	47.207.858	48.308.358
solde cumulé		(345. 892)	24.308.842	71.516.700	119.825.060

On constate que la cause de ce déficit à la première année est le remboursement de l'emprunt. Malgré ce remboursement, la trésorerie devient positive jusqu'à la quatrième année.

Section 3 : Bilan prévisionnel

Le bilan est un document chiffré qui résume à une date donnée la situation patrimoniale.
C'est un outil de gestion financière ayant une grande efficacité.

Il se construit à partir de la situation du début et de la fin de la période.

Tableau n° 35 : Bilan d'ouverture

Actif	Bilan 01 janvier année 1		Passif
Libellé	Montant	Libellé	Montant
ACTIFS IMMOBILISES		CAPITAUX	
Immobilisations		PROPRES	
corporelles			
- Immeuble	18 000 000	Capital	20 943 750
- Matériel et outillage	1 550 000		
- Matériel et mobilier de		DETTES	22 490 000
bureau	1 640 000		
- Matériel informatique	19 300 000		
- Installations	1 000 000		
ACTIF CIRCULANT	1 943 750		
banque			
Total	43 433 750	TOTAL	43 433 750

Tableau n°36 : Bilan prévisionnel de la première année

Actif	Bilan 31 Décembre année 1			Passif	
Libellé	Brut	Amortissement	Montant Net		
ACTIF				capitaux	
IMMOBILISE				propres	18 459 500
- Immeuble	18 000 000	900 000	17 100 000	Capital	20 943 750
- Matériel et outillage	1 550 000	310 000	1 240 000	Résultat	(2 484 250)
- MMB					
Matériel	290 000	58 000	232 000	DETTES	18 300 358
Mobilier	1 350 000	135 000	1 215 000		
- Matériel informatique	19 300 000	4 825 000	14 475 000		
- Installations	1 000 000	100 000	800 000		
ACTIF					
CIRCULANT					
Banque			1 597 858		
TOTAL			36 759 858	TOTAL	36 759 858

Tableau n°37: Bilan prévisionnel de la 2^{ème} année

Actif

Bilan 31 décembre année 2

Passif

Libellé	Brut	Amortissement	Montant Net		
ACTIF				CAPITAUX	
IMMOBILISE				PROPRES	41 813 804
- Immeuble	18 000 000	1 800 000	16 200 000	Capital	20 943 750
- Matériel et outillage	1 550 000	620 000	930 000	Report à nouveau	(2 484 250)
- MMB					
Matériel	290 000	116 000	174 000	Résultat	23 354 304
Mobilier	1 350 000	270 000	1 080 000		
- Matériel informatique	19 300 000	9 650 000	9 650 000	DETTES	13 272 788
- Installations	1 000 000	200 000	800 000		
ACTIF CIRCULANT					
Banque			26 252 592		
TOTAL			55 086 592	TOTAL	55 086 592

Tableau n°38: Bilan prévisionnel de la 3^{ème} année

Actif	Bilan 31 décembre année 3			Passif	
Libellé	Brut	Amortissement	Montant Net		
ACTIF				CAPITAUX	
IMMOBILISE				PROPRES	88 726 747
- Immeuble	18 000 000	2 700 000	15 300 000	Capital	20 943 750
- Matériel et outillage	1 550 000	930 000	620 000	Report à nouveau	20 870 054
- MMB					
Matériel	290 000	174 000	116 000	Résultat	46 912 943
Mobilier	1 350 000	405 000	945 000		
- Matériel informatique	19 300 000	1 447 000	4 825 000	DETTES	7 239 703
- Installations	1 000 000	300 000	700 000		
ACTIF CIRCULANT					
Banque			73 460 450		
TOTAL			95 966 450	TOTAL	95 966 450

Tableau n°39: Bilan prévisionnel de la 4^{ème} année

Actif	Bilan au 31 décembre année 4			Passif	
Libellé	Brut	Amortissement	Montant Net		
ACTIF				CAPITAUX	
IMMOBILISE				PROPRES	137 946 810
- Immeuble	18 000 000	3 600 000	14 400 000	Capital	20 943 750
- Matériel et outillage	1 550 000	1 240 000	310 000	Report à nouveau	67 782 997
- MMB					
Matériel	290 000	232 000	58 000	Résultat	49 220 061
Mobilier	1 350 000	540 000	810 000		
- Matériel informatique	19 300 000	19 300 000	-	DETTES	
- Installations	1 000 000	400 000	600 000		
ACTIF CIRCULANT					
Banque			121 768 810		
TOTAL			137 946 810	TOTAL	137 946 810

D'après ces différents bilans, nous constatons que le résultat est passée de (2 484 250) Fmg à la première année en passant par 23 354 304 Fmg à la deuxième année, il devient 49 220 061 Fmg à la quatrième année. Alors que notre projet sera viable et rentable.

CHAPITRE III

EVALUATION DU PROJET

Section 1 : Evaluation économique

L'évaluation économique consiste à aider et à préparer ce projet apportant la plus grande contribution au développement économique.

1.1 : Notion de la valeur ajoutée

La valeur ajoutée est un instrument permettant de mesurer la rentabilité économique d'un projet. C'est la valeur créée par l'entreprise c'est-à-dire la production nette d'une entreprise de tout apport externe.

Elle permet de rémunérer :

- Le capital de travail grâce aux salariés donnés
- Le capital emprunté par les intérêts versés
- Le capital technique à partir des amortissements collectés
- Le capital financier par la rémunération des actions

On l'obtient par la formule suivante :

Valeur ajoutée = production de l'exercice – consommations intermédiaires

1.2 : Les ratios de performance économique

On peut également introduire la notion de production en faisant intervenir la valeur ajoutée en calculant les ratios suivants :

- Le degré d'intégration de l'unité :

$$R_1 = \frac{\text{Valeur ajoutée}}{\text{Chiffre d'affaires}}$$

- L'efficacité de l'investissement humain

$$R_2 = \frac{\text{Charges du personnel}}{\text{Valeur ajoutée}} \times 100$$

- Le rendement de la main d'œuvre

$$R_3 = \frac{\text{Valeur ajoutée}}{\text{Effectif}}$$

- La performance économique :

$$R_4 = \frac{\text{Résultat} \times 100}{\text{Valeur ajoutée}}$$

Tableau n°40 : Récapitulatif des ratios de performance économique

Ratios	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
R ₁	0,62	0,65	0,66	0,67
R ₂	80,22	50,38	41,20	40,70
R ₃	6 027 679	9 599 196	12 821 071	12 978 286
R ₄	-5,89	34,75	52,27	54,18

Interprétation :

- Les ratios d'intégrations sont toujours inférieurs à 1, ce qui signifie que l'entreprise a recours à la sous-traitance ou à des autres entreprises ou personnes dans la production de ses produits finis.
- Pourtant, l'entreprise essaie d'être indépendant dans la production proprement dite car toutes les étapes de production en carterie se font par elle-même.
- - Grâce aux salariés donnés, la valeur ajoutée permet de rémunérer la capital de travail car les indicateurs montrent une productivité croissante du facteur de travail.

La valeur ajoutée créée actuellement par chaque employé augmente progressivement, elle atteint 12 978 286 Fmg à la quatrième année.

Cela signifie une situation favorable pour le développement ou la performance économique du projet.

Pour le quatrième indicateur, il y a un ratio négatif mais il devient positif et augmente jusqu'à la quatrième année. Ce qui marque une situation satisfaisante de l'unité.

1.3 : Impact économique

La création d'emplis est le principal objectif de ce projet, ce qui entraînera la modification de la structure d'emploi.

Il permet de réduire encore le nombre des chômeurs dans les quartiers de Fianarantsoa.

Grâce aux valeurs ajoutées apportées, ce sont des sources de revenus pour des ménages et favorisent le développement de cette région, c'est-à-dire 45,18 % de ces valeurs ajoutées revient aux employés.

Section 2 : Evaluation financière

L'évaluation financière a pour but de veiller à la rentabilité des capitaux investis par l'entreprise. Nous allons calculer tout d'abord les différents ratios pertinents, puis calculer la valeur actuelle nette et le taux de rentabilité interne, afin de faire apparaître la seuil de rentabilité.

2.1 : Calcul des ratios

Le ratio n'est qu'un rapport entre deux grandeurs homogènes qui permet de mesurer l'évolution d'un certain phénomène de la vie de l'entreprise.

L'analyse des ratios présente des indicateurs pertinents sur l'analyse financière grâce à leur valeur à la fois synthétique et comparative.

2.1.1 : Ratios de structure financière

- Ratio d'autonomie financière

$$R = \frac{\text{Capitaux propres}}{\text{Capitaux permanents}}$$

Tableau n°41 : Ratio d'autonomie financière

Ratio	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
R	0,51	0,75	0,92	1

Ce ratio indique dans quelle mesure l'entreprise travaille avec ses fonds propres et exprime le degré d'indépendance vis-à-vis de ses créanciers.

En principe, ce ratio doit être supérieur à 0,50. Ici, l'entreprise dispose d'une autonomie financière, ceci est vérifié par l'augmentation chaque année de sa disponibilité.

Ratio de financement permanent ou d'équilibre financier.

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

Tableau n°42 : Ratio d'équilibre financier ou de financement permanent

Ratio	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
R	1,05	1,90	4,26	8,50

Ce ratio vérifie l'existence de la marge de sécurité c'est-à-dire le fonds de roulement. Les taux de couverture (les valeurs de capitaux permanents arrivent à financer les valeurs d'actifs immobilisés) sont supérieurs à 1 et augmentent jusqu'à la quatrième année.

Cela signifie que l'entreprise dispose de fonds pour acquérir des immobilisations.

2.1.2 : Ratios de rentabilité :

Ratio de rentabilité financière

$$R = \frac{\text{Résultat}}{\text{Capitaux propres}}$$

Tableau n°43 : Ratio de rentabilité financière

Ratio	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
R	-	0,56	0,52	0,36

Ce ratio indique l'aptitude de l'entreprise à rémunérer convenablement les fonds apportés. Il conditionne toute croissance de l'entreprise. Le seul résultat n'arrive pas à financer les capitaux propres car ces derniers contiennent du report à nouveau qui augmente chaque année.

Ratio de capacité bénéficiaire

$$R = \frac{\text{Excédent brut d'exploitation}}{\text{Chiffre d'affaires}}$$

Tableau n°44 : Ratio de capacité bénéficiaire

Ratio	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
R	0,12	0,32	0,40	0,41

La valeur de ce ratio correspond au résultat économique de ce projet avant la prise en compte de la politique et la rémunération du capital.

Notre ratio évolue durant les quatre années, ceci montre que la performance de l'entreprise dépend de la politique d'investissement et de la politique financière.

Ratio de marge bénéficiaire :

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

Tableau n°45 : Ratio de marge bénéficiaire :

Ratio	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
R	0,03	0,29	0,34	0,36

Ce ratio mesure la rentabilité de l'entreprise et traduit la productivité de chiffre d'affaires. Le taux est encore moindre à la 1^{ère} année, mais il augmente durant les exercices suivants.

Ratio de rentabilité économique

$$R = \frac{\text{Résultat net} + \text{Charges financières}}{\text{Total actif}}$$

Tableau n°46 : Ratio de rentabilité économique

Ratio	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
R	0,05	0,49	0,52	0,37

Ce ratio traduit l'aptitude de l'outil d'exploitation à créer une richesse supplémentaire, alors il mesure le taux de profit économique de la capacité technique de l'entreprise à gagner de l'argent.

Ce taux est encore moindre durant la première année car l'entreprise se trouve dans la phase de démarrage mais cela s'améliore pendant l'exercice suivant. Alors, elle commence à utiliser pleinement sa capacité de production.

2.2 : Délai de récupération de capitaux investis :

Il s'agit du délai que l'entreprise dispose suffisamment des ressources afin que la somme investie soit récupérée.

Tableau n°47 : Calcul de délai de récupération des capitaux investis :

Années	MBA	MBA cumulé	Investissements
1	3 843 750	3 843 750	
2	29 682 304	33 526 054	41 490 000
3	53 240 943	86 766 997	
4	55 548 061	142 315 060	

Le montant des investissements est compris entre le cumul de marge brute d'autofinancement de deuxième année et celui de la troisième année.

Le délai de récupération de capitaux investis sera obtenu en faisant l'interpolation :

86 766 997 -41 490 000

$$\frac{\quad}{86\,766\,997 - 33\,526\,064} \times 12 = 10,20$$

D'où 10mois 6 jours

2.3 : La valeur actuelle nette

C'est un autre critère d'évaluation de rentabilité des ressources du projet. Elle permet de juger si l'investissement est capable ou non par l'expression du capital au moment de l'évaluation à l'aide d'un taux d'intérêt de l'emprunt.

$$V.A.N = \sum_{n=1}^4 C(I+i)^{-n} - I$$

avec C : Capital

i : taux d'emprunt

n : année

I : investissement

Tableau n°48 : Tableau de calcul de VAN

Année	Capital	(1,20) ⁻ⁿ	C(1,20) ⁻ⁿ
1	20 943 750	0,833	17.446.144
2	20 943 750	0,694	14.534.963
3	20 943 750	0,578	12.105.488
4	20 943 750	0,482	10.094.888
TOAL			54.181.483

$$VAN = 54.181.483 - 41.490.000$$

$$VAN = 12.691.483 \text{ Fmg}$$

Le montant de la valeur actuelle nette est largement supérieur à 0, alors ce projet sera rentable.

2.4 : Taux de rentabilité interne

Le taux de rentabilité interne est le taux d'actualisation qui annule la somme des flux financiers actualisés. On détermine alors le taux qui égalise la valeur actuelle nette et l'investissement.

$$\text{D'où la formule : } \sum_{n=1}^n C(I+i)^{-n} - I = 0$$

Tableau n°49: Calcul de taux de rentabilité interne

Année	Capital	Capital actualisé	
		Taux 30%	Taux 35%
1	20.943.750	16.110.577	15.513.889
2	20.943.750	12.392.751	11.491.770
3	20.943.750	9.532.885	7.512.423
4	20.943.750	6.332.989	6.305.497
TOTAL		44.369.202	40.823.579

Le taux de rentabilité est compris entre 30% et 35%.

En faisant une interpolation, on a : $30\% < \text{TRI} < 35\%$

$$\frac{\text{TRI} - 30}{35 - 30} = \frac{41490000 - 44369202}{40823579 - 44369202}$$

$$\text{TRI} = 34,06\%$$

Ce taux de rentabilité est supérieur à 20%, alors l'entreprise dispose d'une marge de 14,06% pour emprunter.

2.5 : Le seuil de rentabilité (SR)

Le seuil de rentabilité, appelé aussi chiffre d'affaire critique, c'est le montant du chiffre d'affaire par lequel il n'y a ni perte ni bénéfice.

$$SR = \frac{CF \times CA}{MSCV}$$

SR: Seuil de rentabilité

CF : charge fixe

CA : chiffre d'affaire

MSCV : marge sur le coût variable

- Les charges fixes sont les charges dont le montant reste stable quel que soit le niveau d'activité.
- Les coûts variables ont le total de charges variables qui composent le prix de revient des produits vendus, fabriqués ou transportés.
- La marge sur coût variable est la différence entre le prix de vente et les coûts variables.

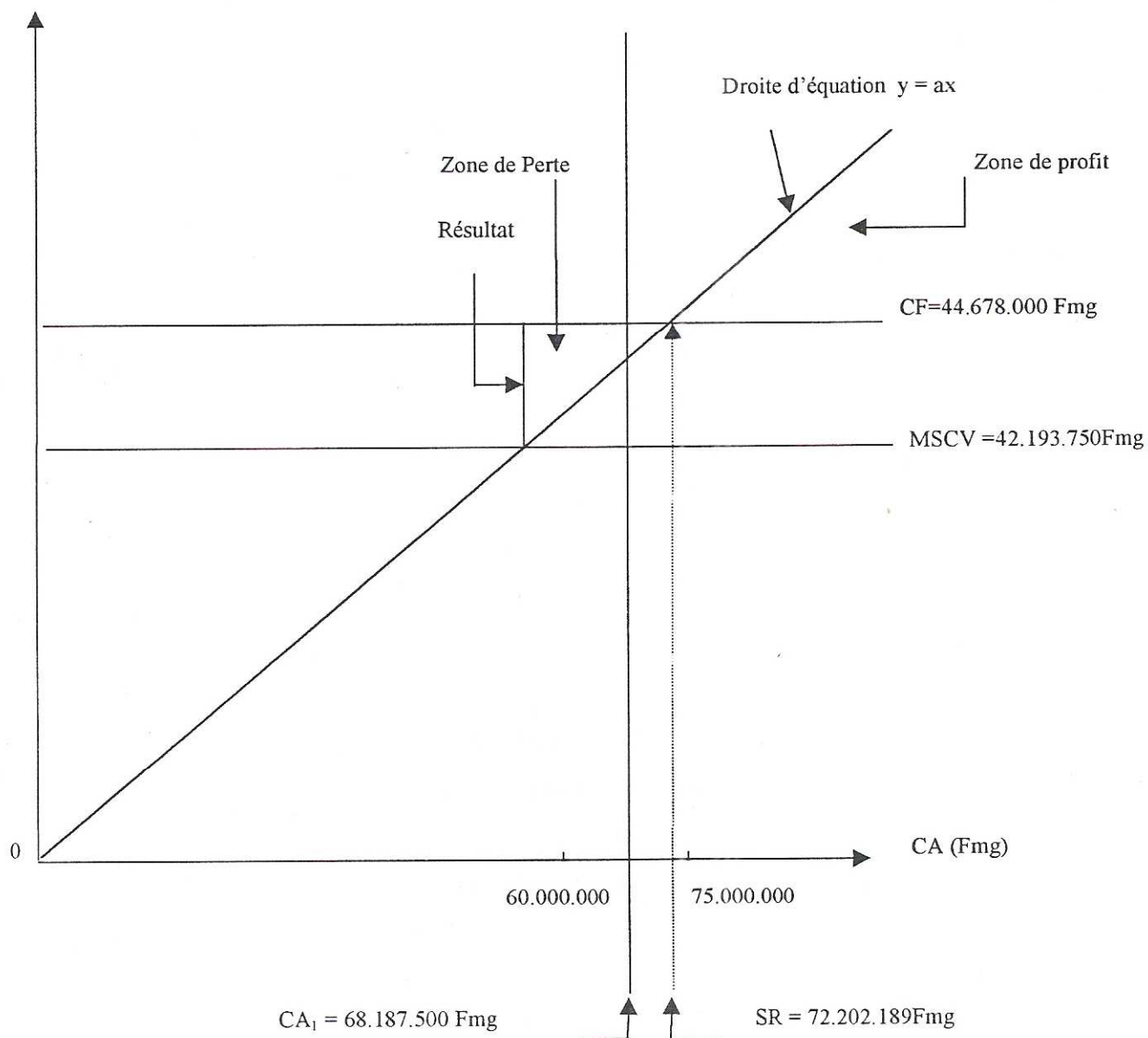
Tableau n° 50 : Calcul de seuil de rentabilité

Rubriques	Année ₁	Année ₂	Année ₃	Année ₄
1° Chiffre d'affaire (C.A.)	68 187 500	102 272 500	136 375 000	136 375 000
2° Coûts variables	25 993 750	35 078 125	46 627 500	45 527 000
Achat de matières et fournitures	21 263 750	31 555 625	41 847 500	41 947 500
Charges externes	4 730 000	3 522 500	4 780 000	3 579 500
3° Marges sur coûts variables	42 193 750	67 194 375	89 747 500	90 848 000
C.A.	68 187 500	102 272 500	136 375 000	136 375 000
Coûts variables	25 993 750	35 078 125	46 627 500	45 527 000
4° Charges fixes	44 678 000	43 840 071	42 834 557	41 627 939
Charges de personnel	33 852 000	33 852 000	36 972 000	36 972 000
Charges financières	4 498 000	3660 071	2 654 557	1 447 939
Amortissement	6 328 000	6 328 000	6 328 000	6 328 000
$SR = CF \times \frac{CA}{MSCV}$	72 202 189	66 726 324	65 088 863	62 489 105

Ce projet devra réaliser un chiffre d'affaire de 72 202 189 Fmg durant le premier exercice pour couvrir la totalité de charges pendant lequel il n'y a ni perte, ni bénéfice.

Représentation graphique de Seuil de Rentabilité de la première année.

L'égalité $MSCV = CF$ peut se présenter par la droite d'équation $y = ax$



Echelle : Axes des abscisses : CA
 Axes des ordonnées : MSCV et CF

Section 3 : Evaluation sociale

L'objectif principal de ce projet est l'amélioration de condition de vie de la population, ainsi il faut savoir ses impacts sur la société.

3.1 : Amélioration de la condition de vie de la population

L'importance de ce projet est la capacité à créer des emplois, il offre des possibilités d'embauches surtout aux habitants de la région de Fianarantsoa.

Les employés de l'entreprise ont obtenu une source financière grâce aux salaires donnés. Les impacts se répercutent dans certains indicateurs : habillement, épargne, santé, nourriture, éducation.

3.2 : Au niveau de la société

L'entreprise pense donner des formations aux jeunes qui s'intéressent à ses activités. Les formations données favorisent leur professionnalisation dans ce domaine et qui va les aider à créer leurs propres affaires et devenir des gens capables de s'adapter et de s'instruire dans la vie.

CONCLUSION

D'après cette partie, nous pouvons dire que le rentabilité et la viabilité du projet sont assurés les capitaux investis.

Grâce aux activités de formation, l'unité augmente la valeur ajoutée qui peut contribuer au développement et à la relance économique.

De plus, nous avons trouvé 45,18% de la valeur ajoutée revient aux employés à partir des salaires qu'ils perçoivent.

Alors les employés pourront améliorer les conditions de vie et de bénéficier quelques –unes de facilités des gens de la ville.

CONCLUSION

CONCLUSION GENERALE :

La photographie montre la réalité sans fard de la vie en société, l'environnement, la nature. C'est un moyen d'information réelle et fiable, elle constitue une preuve irréfutable pour la démonstration de la véracité des faits.

Madagascar possède une grande richesse en biodiversité attrayante, un paysage coloré et une culture diversifiée qui nécessitent d'être exploités économiquement en suivant la technique nouvelle.

Alors l'art de la photographie devra connaître sûrement une grande innovation et un grand développement. Grâce à la technologie moderne, elle devient un moyen important de développement socio-économique lorsque ce secteur d'activité essaie de créer autre produit et d'innover le produit déjà existant. C'est pour cela qu'il prendra alors une importance et une influence grandissante dans le domaine.

Ce travail de recherche nous permet donc de montrer l'importance de projet de création d'une entreprise de carterie et les avantages obtenus du réalisateur de la région et de notre pays.

Pour la mise en place du projet, les politiques de réalisation doivent être systématiques. Il faut définir les objectifs, déterminer les problèmes qu'on peut rencontrer pendant la réalisation, fournir les moyens nécessaires (humains, matériels, financiers), élaborer la stratégie, c'est l'ensemble des actions coordonner et le plan de manœuvre pour atteindre les objectifs et mettre en place le plan d'action.

Dans la première partie, nous avons vu la présentation générale du projet et la position à venir de la future entreprise vis-à-vis du marché, ainsi que la politique marketing envisagé.

En deuxième partie, notre travail de recherche consacre à la conduite du projet. La technique de production détaillée montre la facilité de production. Elle nécessite la maîtrise parfaite des étapes de processus de production.

Ainsi, la mise en place de structure et la relation entre les fonctions existantes pour le bon fonctionnement de l'entreprise.

La troisième partie fait l'objet de l'étude financière. Par le biais de moyens financiers nécessaires, l'activité peut être exécutée après avoir mis en œuvre la bonne technique de gestion. Son évaluation met en exergue la contribution au développement économique, la rentabilité des investissements à travers les résultats des exercices et la viabilité du projet, ainsi l'impact au niveau de la société.

Le choix de ce projet de création nous permet de participer au développement de notre pays, exploiter notre patrimoine naturel, développer la condition de vie de ménage, satisfaire les besoins des consommateurs. L'art de la photographie s'avère un secteur productif dans la mesure où elle permet de cerner les réalités socio-économiques nationales et ainsi de prendre des mesures adéquates sur le domaine concerné.

Si tous les photographes comprennent qu'ils peuvent faire quelque chose en se groupant au sein d'une institution ou organisation et en se travaillant étroitement ensemble, l'avenir du secteur d'activité professionnelle sera certain ainsi que celui de l'art de la photographie.

ANNEXES

ANNEXE 1 : INTERVIEW DE GROUPE

L'enquête est une technique de collecte d'informations à partir d'un entretien ou d'interview et aussi de questionnaire sur le milieu où l'on se propose de faire ou sur un individu qu'on se propose d'étudier.

L'interview consiste à préparer des séries des questions sur un certains nombres de points, à explorer en fonction des renseignements qu'il désire à obtenir. Son travail consiste alors à mettre au point les questions qui permettent de cerner efficacement le problème et d'obtenir le maximum d'informations.

Durant notre enquête, on avait effectué une interview de groupe qui consiste à réunir autour d'une table 6 à 10 personnes, dont les caractéristiques sont pertinentes et à les laisser discuter à propos des thèmes qui sont en relation avec le problème de recherche. L'interview est contrôlée par un animateur qui dirige son bon déroulement.

L'interview de groupe est une méthode de recherche qualitative de grand intérêt en marketing. Elle fournit un cadre de recherche participative qui contribue à mettre les individus en confiance et les incite à partager leurs opinions et leurs sentiments. Elle peut produire alors dans un temps relativement court, des informations très importantes pour le problème de recherche.

L'interview de groupe avait été effectuée avec 8 participants par groupe. Ce sont des acheteurs des produits en « carterie ».

Il y avait un groupe de personnes père et mère de famille, jeunes, la durée est de 20minutes avec la participation active de tous les participants.

Le thème était « est-ce que vous êtes satisfaits de l'offre de cartes et des posters affectuée par les différents types de vendeurs ? Pourquoi ?

D'après la fixation de but de l'interview et la présentation de participants, les étapes suivantes ont été entamées :

1^{ère} étape : Tour de table

- Lieu d'achat de cartes et de posters
- Pourquoi acheter ?
- Préférence (qualité, prix)

2^{ème} étape : Travail individuel :

- Enumération des places ou magasins où l'on pourra acheter des cartes et des posters

3^{ème} étape : Généralités

- Aimez-vous des cartes et des posters ? Pourquoi ?
- Qu'est-ce qu'une « belle carte » et un « beau poster »?

Résultats partiels d'interview :

- Lieu d'achat -pourquoi acheter ?
 - Labo- photo (2) \longrightarrow cher mais qualité suffisante
 - Imprimerie (1) \longrightarrow trop cher

Synthèse

- Préférence pour la qualité
- Achat selon les points de vente
- Cartes et posters appréciés mais trop cher

ANNEXE 2 : MODALITE DE QUESTIONNAIRE

Un questionnaire est un ensemble de questions portant sur un objet tel que la connaissance du marché d'un produit déterminé.

Dans une enquête, les informations sont obtenues par le biais d'un questionnaire administré à des individus. Les individus interrogés constituent un sous-ensemble d'une population qu'on appelle un échantillon.

Les formations recueillies sont analysées à l'aide de techniques statistiques et les résultats de ces analyses représentent la population en général.

Ce questionnaire avait été donné à plusieurs individus exerçant de différents types d'activités socio-économiques, en vue de connaître les avis de tous sur les produits en carterie.

**PROJET DE CREATION D'UNE UNITE DE CARTERIE PAR
L'EXPLOITATION DANS LA VILLE
DE FIANARANTSOA**

Réglementation : cette enquête est conforme à la loi n° 68003 du 18 juin sur l'obligation et le décret en terme statistique.

Toutes les personnes physiques ou morales sont tenues de répondre avec exactitude et dans les délais fixés aux questions posées par les enquêteurs qui sont astreints à ne pas publier les réponses sous peine de sanction prévues par la loi.

N° questionnaire

Nom de l'enquêteur :

Date de l'interview :

Identification de l'individu :

Nom :

Sexe :

Occupation :

I-Cartes

1° Est –ce que vous savez de carterie ?

☐

oui

☐

non

2° si oui, quels sont les types de cartes que vous connaissez ?

☐

Vœux

☐

Postale

☐

Faire part mariage

☐

Visite

☐

Autres : à préciser

3° Est-ce que vous en achetez ?

☐

Oui

☐

non

4° Si oui, quelle est la raison de cet achat ?

5° Où est ce que vous achetez ces cartes ?

☐

Magasin

☐

Librairie

☐

Labo-photo

☐

Imprimerie

☐

Autres : à préciser

6° Quel est le critère de votre choix de ce point de vente ?

☐

Qualité

☐

Prix Prix

☐

Modèle

☐

Localisation

☐

Autres : à préciser

7° Si la réponse est « modèle » quel en est le type ?

8° Vous choisissez une carte en fonction de :

☐

Sa qualité

☐

Son prix

☐

Son modèle

☐

Point de vente

☐

Autres : à préciser

9° Combien de fois par an vous en achetez ?

Une fois

Deux fois

Trois fois

Plus de trois fois (à préciser)

10° Pour une carte vous êtes prêts à dépenser :

☐

2000 à 2500

☐

2500 à 3000

☐

3000 à 3500

☐

3500 à 4000

Plus de 4000

II. Posters :

11° Est-ce que vous possédiez un poster ?

☐

Oui

☐

non

12° Si oui, où l'avez-vous acheté ?

☐ Magasin

☐ Labo-photo

☐ Imprimerie

☐ Librairie

☐ Autres : à préciser

13° Quel est le prix qui vous convient pour un poster ?

☐ 10000 à 15000

☐ 16000 à 2000

☐
21000 à 25000

☐ 26000 à 3000

Plus de 30000

14° Si vous ne possédiez pas, est-ce que vous aimerez en acheter ?

☐ Oui

☐ non

15° Que pensez-vous de cartes et de posters fabriqués à Madagascar ?

Qualité

Prix

modèle

1° mauvaise

1° bas

1° ancien

2° moyenne

2° convenable

2° nouveau

3° bonne

3° cher

4° excellente

4° trop cher

Merci de votre collaboration

° Encerchez la réponse

BIBLIOGRAPHIE :

- D. LARUE, ACAILLAT et CHOZAS. Economie d'entreprise, Paris, Hachette Technique, 1928,352 p.
- JACQUES Prioleaud. Technique et pratique du tirage, Paris, publication photo-cinema Paul Montel, 1976,210 p
- KOLTER et BERNARD Dubois. Marketing Management, Paris, 7 ème Edition Nouvel Horizon, 1993,852 p
- FRANCHE M et PRIOLEAUD J. Développement Couleur Négatif et Réversible, Paris, publication photo-cinema Paul Montel, 1976,225p
- MANUEL Bridier et Serge Michailof. Guide pratique d'analyse du projet : Evaluation et choix des projets d'investissements, Préface André Bussery, 4 ème Edition.
- PAUL Bernard, FERNANDO Armati et FERNAND Marzel. La technique, la pratique et l'image, Paris, Edition Atlas et Vergeures, 1981,63p.
- R.Hansen. Guide pratique pour l'examen des projets, New York,All : tab frg,1979,138p.

TABLE DES MATIERES

	Page
INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET.....	3
CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET.....	3
Section 1 : Généralité du projet.....	3
1.1: Historique.....	3
1.2 : Justification du projet.....	3
1.3 : Description.....	4
Section 2 : Caractéristiques.....	6
2.1 : Buts et Objets.....	6
2.2 : Intérêts.....	7
CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE.....	8
Section 1 : Analyse de la demande.....	8
1.1 Clients potentiels.....	10
1.1.1 Clients Directs.....	10
1.1.2 Librairies et Grands magasins.....	10
1.2 Etrangers.....	11
Section 2 : Analyse de l'offre.....	11
2.1 : Contrainte de l'offre.....	11
2.1.1 : Offre actuel.....	11
2.1.2 : Besoins non satisfaits.....	12
2.2 : Qualité de production.....	13
2.2.1 : Qualité des matières premières.....	13
2.2.2 : Qualité des produits finis.....	14

Section 3 : Formulation de la politique marketing.....	15
3.1: Politiques de produits.....	15
3.2 : Politique de prix.....	17
3.2.1 Détermination de prix.....	17
3.2.2 Fixation de prix	17
3.3 : Politique de communication.....	17
3.3.1 Moyen de communication.....	17
3.3.2 Promotion	18
3.4 : Politique de distribution et de vente.....	19
3.4.1 Circuit de distribution	19
3.4.2 Types de ventes envisagées.....	19
DEUXIEME PARTIE : CONDUITE DU PROJET.....	20
CHAPITRE I : TECHNIQUE DE PRODUCTION.....	20
Section 1 : Calendrier de réalisation.....	20
1.1 Mise en place des infrastructures.....	20
1.1.1 Achat matériels et mobiliers du bureau.....	20
1.1.2 Achat de matériels informatiques et outillages.....	20
1.2 Exploitation.....	20
1.2.1 Approvisionnement	20
1.2.2 Production	21
1.2.3 Ventes et distribution	21
Section 2 : Technique de prise de photos.....	21
2.1 : Reportages.....	21
2.2 Développement et tirage.....	21
2.3 Types de photos.....	22
Section 3 : Processus de production.....	22
3.1 : Fonctionnement de scanner et de l'ordinateur.....	22
3.2 Impression.....	22
3.3 Carte et posteurs.....	23

CHAPITRE II : CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGEE.....	25
Section 1 : Capacité de production.....	25
Section 2 : Plan de consommation des matières.....	26
2.1 : Consommation de matières premières.....	26
2.2 : Dépenses en matières premières.....	26
2.3 : Coûts de production	27
2.3.1 : Prévision de consommation de matières consommables.....	28
2.3.2 : Coûts d’approvisionnement de matières consommables.....	28
2.3.3 : Coûts de production en carterie.....	29
2.3.4 : Coûts de revient.....	30
Section 3 : Plan de production et de ventes.....	31
3.1 : Plan de production	31
3.2 Chiffre d’affaires prévisionnels	32
CHAPITRE III : ETUDE ORGANISATIONNELLE	33
Section 1 : Organigramme.....	34
Section 2 : Organisation Générale.....	34
2.1 : Organisation juridique.....	34
2.2 : Organisation structurelle	34
2.3 : Organisation fonctionnelle	35
2.4 : Gestion du personnel.....	35
TROISIEME PARTIE : ETUDE FINANCIERE DU PROJET.....	40
CHAPITRE I : MONTANT DES INVESTISSEMENT	
ET LES COMPTES DE GESTION.....	40
Section 1 : Investissements.....	40
1.1 Immeuble.....	40
1.2 Matériels et équipement d’exploitation.....	40
1.2.1 Matériel et outillage	40
1.2.2 Matériels et Mobilier de Bureau	41
1.2.3 Matériel informatique	41
1.2.4 Installations	41
1.3 Récapitulatif des investissements.....	42
1.4 Fonds de roulement initial.....	42

Section 2 : Plan de financement	43
2.1 : Apport.....	43
2.2 : Mode de financement.....	43
Section 3 : Tableau des amortissements	44
Section 4 : Tableau de remboursement des dettes	45
Section 5 : Comptes de gestion	46
5.1 : Comptes de charges.....	46
5.1.1 : Achat de matière première	46
5.1.2 : Fournitures consommables	46
5.1.3 : Fournitures non stockées	46
5.1.4 : Charges externes	47
5.1.5 : Charges personnel	47
5.1.6 : Charges financière	47
5.1.7 : Amortissements	47
5.2 : Comptes de produit	49
5.2.1 : Chiffre d'affaire de carte	49
5.2.2 : Chiffre d'affaire de posteurs	49

CHAPITRE II: ANALYSE DE RENTABILITE

ET ETUDE DE FAISABILITE	50
Section 1 : Compte de résultat	50
1.1 Compte de résultat prévisionnel avant frais financier.....	50
1.2 Compte de résultat prévisionnel après frais financier.....	52
1.3 Tableau de grandeur caractéristique de gestion(T.G.C.G).....	53
Section 2 : Plan de trésorerie	55
2.1 Tableau de trésorerie mensuelle pour la première année.....	57
2.2 Tableau de trésorerie annuelle prévisionnelle.....	57
Section 3 : Plan Prévisionnel	58
3.1 Bilan prévisionnel de la première exercice.....	59
3.2 Bilan prévisionnel des années suivantes	59

CHAPITRE III: EVALUATION DU PROJET.....	63
Section 1 : Evaluation économique.....	63
1.1 La valeur ajoutée.....	63
1.2 Ratios de performances économiques	63
1.3 Impact économique.....	65
Section 2 : Evaluation financière.....	65
2.1 Calcul de ratios	65
2.1.1 : Ratios de structure financière.....	65
2.1.2 : Ratios de rentabilité	66
2.2 Calcul du délai de récupération des capitaux investis.....	68
2.3 La valeur actuelle nette.....	69
2.4 Taux de rentabilité.....	70
2.5 Seuil de rentabilité.....	71
Section 3 : Evaluation sociale.....	74
3.1 Impacts.....	74
3.1.1 : Amélioration des conditions de vie.....	74
3.1.2 : Au niveau de société	74
CONCLUSION.....	75
ANNEXES	
BIBLIOGRAPHIE	