

# PROJET DE CREATION D'UNE QUINCAILLERIE

## LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

**AAI** : Aménagement, agencement et Installation

**AM** : agent marketing

**AN** : Année

**ANEM**: Agence au Niveau des Entreprises de Marque

**CA** : Chiffre d'affaire

**D1** : déchargeur 1

**D2** : déchargeur 2

**EBE** : Excédent Brut d'Exploitation

**FDR** : Fond de roulement

**GIE** : Groupement à Intérêt Economique

**IS** : Impôt sur les Sociétés

**KM** : Kilomètre

**Mn** : minutes

**NINEA** : Numéro d'Identification National des Entreprises et Associations

**PU** : Prix unitaire

**REX** : Résultat d'exploitation

**RN** : Résultat Net

**SA** : Société Anonyme

**SARL** : Société à Responsabilité Limitée

**SCS** : Société en Commandite Simple

**SNC** : Société à Nom Collectif

**SUARL** : Société Unipersonnelle à responsabilité limitée

**SR** : Seuil de Rentabilité

**TRI** : Taux de Rentabilité Interne

**TMCV** : Taux de Marge sur Cout Variable

**VA** : Valeur Ajoutée

**VAN** : Valeur Actuelle Nette

## **LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES**

### **TABLEAUX** :

**Tableau 1** : tableau de synthèse SWOT

**Tableau 2** : programme des ventes

**Tableau 3** : plan d'investissement

**Tableau 4** : tableau d'amortissement

**Tableau 5** : tableau de remboursement

**Tableau 6** : les annuités de remboursement et intérêts financiers

**Tableau 7** : seuil de rentabilité

**Tableau 8** : résultat et CAF

**Tableau 9** : tableau des cash flow

### **FIGURES** :

**Figure 1** : schéma de fonctionnement du personnel

**Figure 2** : le modèle LCAG

**Figure 3** : les cinq forces de Porter

**Figure 4** : le modèle PESTEL

**Figure 5** : la synthèse SWOT

**Figure 6** : matériel de construction

**Figure 7** : peintures de couleurs différentes

**Figure 8** : fer carré en image

**Figure 9** : les 4P du marketing mixte

**Figure 10** : Coquelin en image

**Figure 11** : bouton poussoir armoire

**Figure 12** : rouleau fil de fer

**Figure 13** : 05 mètre

**Figure 14** : cadenas

**Figure n°15** : le schéma technique

## **SOMMAIRE**

## **INTRODUCTION**

## **CHAPITRE I : Présentation générale du projet et formulation stratégique**

## **I : Présentation générale du Projet**

### **1 : Présentation du Promoteur**

### **2 : Présentation du Projet**

## **II : Formulation stratégique et étude marketing**

### **1 : Formulation stratégique**

### **2 : Etude marketing**

## **CHAPITRE II : Etude technique et financière**

### **I : Etude technique**

### **II: Etude financière**

## **CONCLUSION**

## **INTRODUCTION**

Situé au centre de l'Afrique, le Cameroun est l'un des pays les plus peuplés au monde ; soit plus de 25 millions d'habitants dont les jeunes prennent la plus grande partie. Par conséquent entreprendre devient une chose très nécessaire pour une éventuelle diminution du chômage mais aussi trouver de quoi subvenir à ses besoins quotidiens. Ainsi étant un pays surpeuplé, une habitation pour tous devient une chose normale et nécessaire (une famille, un toit) et force est de noter que les camerounais ont tendance à construire de plus en plus et mieux encore dans les zones les plus reculées du pays. En plus de cela nous avons constaté que le secteur informel est devenu aujourd'hui une source de revenu et un moyen d'entreprendre pour mener à bien ses propres affaires. Fort de tout cela, avons pris l'initiative de créer une entreprise qui consiste à ouvrir une quincaillerie dont l'équipement sera constituée de la quasi-totalité des matériaux de construction pour habitation et même au delà. Ceci pour mieux leur permettre d'avoir un accès plus facile à la construction et de bénéficier des meilleures offres de quincaillerie. Nous avons aussi constaté qu'au Sénégal il est très difficile d'accéder à la construction par faute de manque de moyens mais notre quincaillerie saura faire la part des choses en distinguant les ménages de bourses moyennes et de leur faire des réductions pour leurs faciliter. Ainsi notre travail va s'articuler autour de deux (2) grandes parties. La première partie va concerner la présentation du promoteur et du projet et la seconde sera consacrée à l'étude technique et financière du projet.

## **CHAPITRE I**

### **Présentation du promoteur et du projet :**

#### **1. Présentation du promoteur :**

L'auteur de ce présent projet est Mademoiselle Khadidiatou Mbengue Niang née le 26-08-1995 à garoua. Etudiante en Licence3 es sciences de gestion option Finance Comptabilité. Depuis le très bas âge Mademoiselle est un élève travailleuse. Très motivée depuis l'école élémentaire, méthodique et très innovante, mademoiselle a une multitude d'idées parmi lesquelles ; créer des structures où elle pourra mener à bien ses activités professionnelles ainsi réaliser ses rêves. C'est ce qui fait d'ailleurs l'objet de ce présent projet.

#### **2. Présentation du projet :**

Comme nous l'avons constaté partout dans le Cameroun ; les localités deviennent de plus en plus saturées c'est pourquoi nous avons pris l'initiative de créer une structure dans le but de donner un accès plus facile aux citoyens et de les guider à la voix sur laquelle ils doivent suivre pour accéder aux matériels souhaités. Nous avons décidé donc de donner à notre projet le nom de « kaay tabax » Ce nom est un nom sans doute qui ne laisse pas le lecteur indifférent il signifie « vient construire »

#### A) Objet et nature du projet :

Ce projet consiste donc à créer un espace d'accompagnement et de commercialisation des différents matériels nécessaires pour construire un toit. Vu l'importance qu'accorde aujourd'hui la population à l'habitation nous sommes motivés non seulement par cette passion d'entreprendre mais aussi apporter une aide qu'aurait éventuellement besoin cette population.

#### B) Genèse et motivation

Ambitieuse depuis le bas âge, très animée par l'idée de leadership en tête, avec des visions lointaines et variées, l'idée de créer une boîte qui jouerait un multi rôle nous est venue en tête depuis bien longtemps. Soit de réaliser à la fois nos propres souhaits et ceux d'autrui. Ainsi ce projet de quincaillerie est le fruit d'un constat d'une longue méditation dans le secteur de l'informel qui ; de nos jours est devenu un moyen d'entreprendre et de s'incarner pour mener à bien son leadership

#### C) Raison sociale

Ce projet intitulé « kaay tabax » est parti du fait que nos ambitions en ce qui concerne la construction d'habitation sont larges et multiples ainsi nous avons choisi cette nomination dans le sens de faire connaître aux habitants qu'il y a bien une structure mise à leur disposition pour satisfaire leurs besoins et pour leur donner une voix beaucoup plus accessible aux matériaux dont ils auront essentiellement besoin pour construire.

##### a) Forme juridique

Nous avons plusieurs types de société parmi lesquels on peut citer :

Ø Les Sociétés à Responsabilité Limitée (SARL):

Ø Les Sociétés Anonymes (SA) :

Ø Les Sociétés à Nom Collectif (SNC)

Ø Les Sociétés Unipersonnelles à Responsabilité Limitée (SUARL) :

Ø Les Sociétés en Commandite Simple (SCS) :

Ø Les Numéros d'identification Nationale des Entreprises et Associations (NINEA)

Ø Les Groupements à Intérêt Economique (GIE)

Les sociétés de personne sont caractérisées par la responsabilité unie et solidaire

des associés alors que dans les sociétés de capitaux la responsabilité des associés se limite à leurs apports du capital ; ce qui explique que dans les sociétés de personne, en cas de faillite, les biens des associés peuvent être saisis du fait qu'il n'y a pas de différence entre leur patrimoine personnel et celui de l'entreprise donc ils ne sont pas protégés. La responsabilité des associés dans les sociétés de capitaux se limite à hauteur de leurs apports dans le capital. Nous avons décidé de

nous lancer en tant que débutant dans la SARL dont le capital minimum est de 100.000fcfa et qui, auparavant, était de 1.000.000. Le nombre minimum d'associés est de 01 (un)

**b) Le montant du capital**

Le montant du capital est de 40.000.000Fcfa

**D) Personnel et organigramme**

**a) Le personnel**

Notre structure ne requiert pratiquement pas un nombre élevé d'employés. Ainsi nous aurons besoin d'un nombre assez limité soit un total de neuf (9) employés : un chef qui sera à la tête c'est-à-dire le directeur permanent, deux (2) employés qui se chargeront des décharges, un agent qui se chargera des relations avec les autres entreprises; cet agent est appelé ANEM : Agent au niveau des entreprises de marque, un autre qui se chargera des produits appelé agent commercial qui va assurer tout ce qui est vente et commercialisation, un agent marketing, un agent qui se chargera du dépôt, un agent comptable qui se chargera de la trésorerie du magasin et un livreur qui, lui aussi a son service de livraison qui est une branche de l'entreprise. Ainsi donc nous adoptons le style autoritaire qui consiste à être catégorique et stricte à la prise des décisions. Ce style permettra au chef d'être la dernière personne à posséder la décision et sa décision sera irrévocable.

**b) L'organigramme**

Figure n°1 : schéma de fonctionnement du personnel

ANEM

Achats de Produit

Chef

AM

COMPTABLE

Bon de Commande

Livreur

Produit et Bon de livraison

Dépôt

Bon de livraison

COMMERCIALE

D2 

D1

Source : élaboré par nous même

SCHEMA DE FONCTIONNEMENT DU PERSONNEL

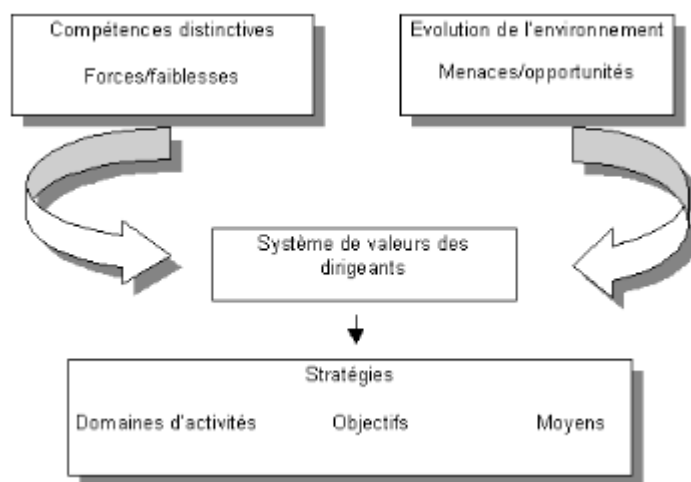
## E) Localisation :

La quincaillerie sera implantée dans la ville de Mbankomo située à DIX (10) kilomètre de Yaoundé et devenue le pôle urbain de Dakar. Le choix de ce site est aussi déterminé par le fait que Il s'agira donc aussi bien au plan industriel que économique, d'implanter une quincaillerie qui répond parfaitement aux normes juridiques et fiscales qui donc aboutira à une reformulation stratégique dont nous allons développer dans le point qui suit.

## I. Formulation stratégique et étude marketing

### 1) Formulation stratégique

Nous allons utiliser le modèle LCAG ( Learned, Christensen, Andrews et Guth) qui est le modèle d'analyse stratégique de HARVARD. Cette formulation stratégique va consister à identifier et analyser les principaux facteurs qui sont incontournables pour notre structure.



**Fig**

**re n°2 : le modèle LCAG**

### Analyse de l'environnement:

L'analyse de l'environnement est indispensable à la mise en place de toute stratégie d'entreprise. L'objectif est d'identifier et de comprendre les principaux paramètres intervenant au niveau macroéconomique : croissance, cycle économique, taux d'intérêt, main-d'œuvre, infrastructures.

Tous ces éléments peuvent être quantifiés et leur impact pris en compte pour les choix stratégiques.

#### 1.1. : Analyse du micro environnement :

Pour étayer notre analyse sur le micro environnement, nous allons utiliser les cinq (5) forces de Porter.

### Analyse de l'environnement :

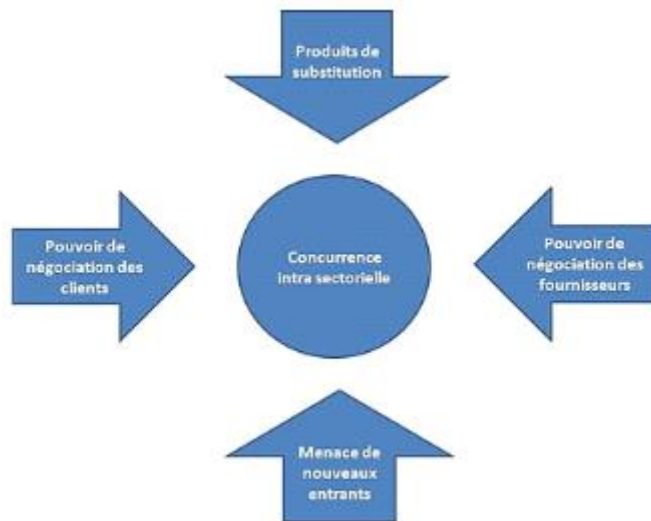
L'analyse de l'environnement est indispensable à la mise en place de toute stratégie d'entreprise. L'objectif est d'identifier et de comprendre les principaux paramètres intervenant au niveau macroéconomique : croissance, cycle économique, taux d'intérêt, main-d'œuvre, infrastructures.

Tous ces éléments peuvent être quantifiés et leur impact pris en compte pour les choix stratégiques.

#### 1.1. : Analyse du micro environnement :

Pour étayer notre analyse sur le micro environnement, nous allons utiliser les cinq (5) forces de Porter

**Figure n°3 : les cinq forces de Porter**



**Interprétation :**

§ Une forte concurrence dans le domaine des quincailleries surtout à mbankomo qui est un pôle

§ Les entrants potentiels : les jeunes chômeurs, les investisseurs ou bailleurs,

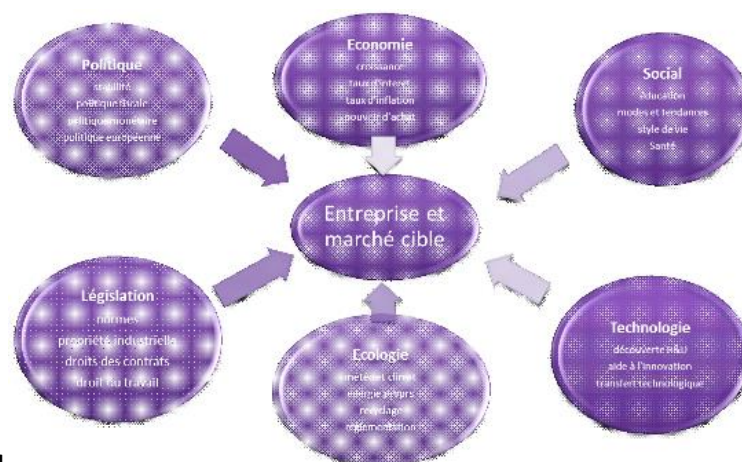
§ Produits de substitution :

§ Pouvoir de négociation des fournisseurs : les fournisseurs n'ont pas un pouvoir de négociation élevé car la demande est très élevée malgré la pluralité des fournisseurs.

§ Pouvoir de négociation des clients : moins élevé car notre quincaillerie offre les produits à des prix imbattables

**1.2. Analyse de la macro environnement :**

La macro environnement est le niveau le plus éloigné de l'entreprise et exerce une forte influence sur les acteurs. Ainsi pour une meilleure visibilité nous utilisons le modèle PESTEL qui est le suivant :



**Figure n°4 : le modèle PESTEL**

**Interprétation :**

**Ø Situation politique :**

**Avantages :**

- Pays démocratique

**Inconvénients :**

- Instabilité politique
- Non transparence électorale
- Menaces terroristes

**Ø Situation économique :**

**Avantages :**

- Une bonne monnaie

**Inconvénients :**

- une économie en voix de faillite
- une part de marché étrangère majoritaire

**Ø Situation Sociale :**

**Avantages :**

- Une diversité ethnique
- Paix et hospitalité (téranga sénégalaise)
- La vie en société

**Inconvénients :**

- Taux de mortalité élevé
- Insalubrité
- Insécurité

**Ø Situation technologique :**

**Avantages :**

- Economie de temps
- Un monde devenu planétaire
- Tout est devenu informatisé
- Amélioration de la communication on peut parler à tous sans se déplacer

**Inconvénients :**

- cout des appareils



- la vie sociale est menacée (une famille qui ne communique pas entre elle)
- difficulté de récupération de données en cas de dysfonctionnement de l'appareil informatique
- problèmes de vision en cas d'abus des écrans

Ø Situation écologique :

Avantages :

- Présence forte de l'énergie solaire, éolienne et hydraulique
- Un vaste espace vert (forêts et savanes)

Inconvénients :

- Cherté de l'énergie
- Manque de lumière nocturne

#### 1.2.1. Diagnostique Interne

Forces :

Les forces de notre quincaillerie tournent autour de ces points suivants :

- Une équipe caractérisée par son dynamisme
- Une maîtrise dans le domaine
- Accès très facile des clients aux matériaux
- Une très forte demande

Faiblesses :

- Capacité financière limitée

#### 1.2.2. La synthèse SWOT :

Nous allons faire une synthèse des principaux points mis en évidence dans les analyses précédentes en répertoriant d'une part, forces et faiblesses, et d'autre part, opportunités et menaces liées à l'environnement.

Figure n°5 : la synthèse SWOT

Développé à Harvard au milieu des années 1960, le modèle SWOT (*Strength Weakness, Opportunity, Threat*), permet de synthétiser l'analyse interne et l'analyse externe.

Tableau n°1 tableau de synthèse SWOT :

Origine interne	<b>Forces /Strengths</b> - Une équipe caractérisée par son dynamisme - Une maîtrise dans le domaine - Accès des clients très facile aux matériaux	<b>Faiblesses/weakness</b> - Capacité financière limitée

	- Une très forte demande	
Origine externe	<b>Opportunités/opportunities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pays démocratique</li> <li>- Une bonne monnaie</li> <li>- Diversité ethnique</li> <li>- Paix et hospitalité - Vie en société</li> <li>- Economie de temps</li> <li>- Monde planétaire</li> <li>- Tout est informatisé</li> <li>- Communication innovée</li> <li>- Présence de l'énergie solaire</li> <li>- Vaste espace vert</li> </ul>	<b>Menaces/threats</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instabilité politique</li> <li>- Non transparence électorale</li> <li>- Taux de mortalité élevé</li> <li>- Insalubrité</li> <li>- Insécurité</li> <li>- Cout des appareils</li> <li>- Manque de communication familiale</li> <li>- Difficulté de récupération de données</li> <li>- Problèmes de vision</li> <li>- Cherté de l'énergie</li> <li>- Manque de lumière nocturne</li> </ul>

### 1.3. : Activité économique et Politique

ß Définition des activités :

La segmentation stratégique :

Généralement, une entreprise se présente comme un ensemble confus et agrégé de produits, fonctions, départements, divisions, etc. La première étape de toute démarche systématique de formulation d'une *corporate strategy* (stratégie de groupe) consiste à procéder à une segmentation de l'entreprise, c'est-à-dire à découper l'ensemble en domaines d'activité cohérents. Les domaines d'activité étant les unités d'analyse sur lesquelles s'appuie le raisonnement stratégique, il est important de définir ces unités de la façon la plus pertinente possible par rapport aux choix stratégiques à effectuer. En ce qui concerne notre quincaillerie, en plus de l'activité du service de livraison qui ne concerne que le fer et la peinture acheté en grande quantité et dont le prix de livraison est inclus dans le prix de vente, les activités de la quincaillerie *kaay tabax* se concentrent essentiellement à la commercialisation des matériaux de construction.

Figure n°8 : le matériel de construction



**Figure n°7 : peinture de couleurs différentes**



**Figure n°8 : fer carré**



### Nos objectifs

Cette étape correspond à l'analyse stratégique classique. Après avoir analysé la position concurrentielle de l'entreprise sur ses différentes activités, la direction générale doit déterminer les nouvelles voies de développement afin d'assurer la croissance à long terme ainsi que les modalités de son développement : la croissance interne, la coopération ou la croissance externe.

#### · Objectifs à court terme :

Nous avons comme objectif à court terme de nous implanter dans le pôle urbain de Mbankomo sous peu et d'être le plus grand fournisseur des chantiers aux alentours

#### · Objectifs à long terme :

Nos ambitions à long terme sont de nous implanter dans la sous région ensuite d'avoir des succursales à l'étranger avant d'être entendu partout à travers le monde comme la plus grande quincaillerie du monde et reconnue par la meilleure qualité de ses produits

En effet pour atteindre nos objectifs à long comme à court terme, nous mettrons en place une veille stratégique :

**La veille stratégique :** « la veille stratégique est pour l'entreprise ce qu'est le radar pour le navire » a dit HUMBERT LESCA. En effet le but de cette politique est de scruter l'environnement, être à l'écoute de tout ce qui se passe, informer tôt et suffisamment les responsables de l'entreprise des opportunités à saisir, des occasions à profiter et des menaces qu'il faut éviter. Mais pour cela il est impérativement important pour les responsables de l'entreprise à qui la décision dernière appartient ; de suivre ces différentes étapes :

Collection ? traitement ? divulgation.

#### **L'action stratégique :**

Nous ferons là un pas forcé sur les coûts

Ø **La stratégie du cout :** nous allons accorder aux clients des réductions comme les rabais, remises ristournes selon la situation et selon le niveau de fidélité du client en question

Ø **La stratégie de développement :** pour développer notre secteur nous allons nous concentrer uniquement sur le matériel et sa commercialisation et par ailleurs notre spécialité sera seulement le matériel de quincaillerie

Ø **La stratégie de filière :** nous allons adopter la sous-traitance ; c'est-à-dire faire passer à des sous-traitants certaines activités. Par exemple en ce qui concerne notre quincaillerie nous passerons le service de livraisons à d'autres livreurs (excepté du fer et de la peinture en grande quantité que la quincaillerie elle-même va prendre en charge).

## **2. Etude Marketing :**

### **2.1. Etude de l'offre :**

Nous pouvons dire que les quincailleries au Cameroun deviennent de plus en plus nombreuses du fait que les chantiers ne cessent d'accroître surtout avec le slogan du Président de la République « un camerounais sous un toit ». C'est pourquoi l'on peut constater au Sénégal qu'il ya presque à chaque 100m une quincaillerie implantée. Mais la différence résulte dans la qualité des produits proposés. On retrouve le plus souvent les quincailleries générales et les quincailleries qui n'offrent que 30 ou 40% du matériel

### **2.2. Etude de la Demande :**

La demande actuelle des matériaux de quincaillerie est élevée du fait de la pluralité des chantiers au Sénégal. Mais quel qu'en soit le niveau, les prix restent presque les mêmes dans toutes les quincailleries car force est de noter qu'au Cameroun il n'Ya pas de fournisseurs direct et donc la plupart des matériaux est importée. C'est aussi ce qui explique la force concurrentielle.

### **2.3. Le marché potentiel :**

Après avoir constaté que la **Demande est supérieure à l'Offre**, malgré la pluralité des quincailleries et des matériaux, nous avons de fortes chances d'augmenter nos points de marché ce qui veut dire que

l'environnement nous est très favorable pour investir et espérer des bénéfices pendant nos premières ventes

#### 2.4. Le marketing mixte :

Notre stratégie marketing sera basée sur les quatre P (4p) du marketing mixte qui sont :

- *La politique du Produit* : nos produits sont caractérisés par leur qualité et leur accessibilité aux clients
- *La politique du Prix* : la cherté de nos produits s'explique par la bonne qualité de nos produits mais nous accordons des réductions à nos clients en guise de fidélisation.
- *La politique de la Place* : la distribution et les moyens de transport
- *La politique de la Promotion* : nous utilisons l'internet ( les réseaux sociaux ) et les affiches pour faire la publicité de notre entreprise.

Le marketing mixte est un marketing de management opérationnel, l'ensemble des domaines opérationnels dans lesquels il faut élaborer des stratégies. Le schéma ci après nous en donne plus de détails :

Figure n°9



#### · La politique du Produit

La qualité est devenue pour nous une condition sine qua none car nous sommes conscients que la mauvaise qualité fait perdre des clients et nous mène à des dégâts comme la faillite. Les produits qu'offre la quincaillerie *kaay tabax* sont des produits haut de gamme.

Figure n°10 : coquelin



· La politique du Prix :

La part de marché ou plus exactement l'expérience qui permet de bénéficier de meilleurs coûts et la croissance qui permet de modifier les rapports de force sont deux composantes essentielles de toute stratégie d'entreprise. Les coûts doivent inversement être proportionnels à la part de marché. Alors la quincaillerie kaay tabax vient proposer des prix compatibles aux articles de qualité qu'elle propose. Ainsi nous auront aussi à vendre en gros pour les consommateurs de grande quantité et leurs accorder des réductions. Pour les clients rentables aussi nous accorderons des crédits. Prenons l'exemple de quelques articles et leurs prix.

Figure n°11 :bouton poussoir armoire : 750F



Figure n°12 :Rouleaux fil de fer : 2500F



Figure n°13 : 05 mètres



Figure n°14 : Cadenas :300f

· La politique de la Place :

Comme point de vente nous avons notre local qui se situe à l'entrée de Mbankomo

· La politique de la Promotion :

La publicité étant pour toutes entreprises surtout commerciale le meilleur moyen de faire connaître ses produits par la communication de masse avec le but d'attirer l'attention sur le produit ou l'activité en question et ainsi attirer les populations visées ; Pour se faire nous comptons passer par

des annonces à la télévision, mettre des affiches publicitaires dans les différentes localités pour marquer des points sur le terrain et avoir une bonne renommée auprès des clients; Nous passerons aussi par les réseaux sociaux comme Face book, Instagram pour faire connaître nos produits

## 2.5. Le programme des ventes :

Pour déterminer notre chiffre d'affaire pour la première année, nous avons fait une prévision raisonnable dans le calcul du chiffre d'affaire.

Comme nous travaillons du lundi au samedi, soit 06j/7j par semaine et que nous prévoyons vendre environ 500.000F par jour nous aurons :  $500.000 \times 6 = 3.000.000\text{F/semaine}$  ; soit  $300.000 \times 52 = 15.600.000/\text{mois}$

janvier	février	mars	avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct.	Nov.	Déc.
15.600 000	15.600 000	15.600 000	15600 000	15600 000	15600 000	15600 000	15600 000	15600 000	15600 000	15600 000	15600 000

CA= 187.200.000F

## CHAPITRE II

### Etude technique et Financière

#### I. ETUDE TECHNIQUE :

##### 1. Elaboration du schéma technique :

Fournisseurs directs

Quincaillerie *kaay tabax*

Figure n°15 : le schéma technique

consommateurs

Source : élaboré par nous même au cours de notre étude

##### 1.1. Etude des opérations et des procédés technique

Le but de cette étude sera d'expliquer le schéma technique.

**Fournisseurs directs** : le rôle des fournisseurs directs est de fournir à la quincaillerie des matériaux sans une grande marge de prix

**Quincaillerie kaay tabax** : le rôle de la quincaillerie est de vendre aux consommateurs le matériel avec une bonne qualité et, si nécessaire, montrer l'usage.

**Consommateurs** : le consommateur achète le matériel et a le droit de réclamer ses droits en cas d'insatisfaction.

##### 1.2. Etude des besoins en investissement

Pour la réalisation de notre projet nous utiliserons des immobilisations corporelles incorporelles et financière. Les frais de création s'élèvent à 50.000F

### Immobilisations incorporels :

Les immobilisations incorporelles s'élèvent à 50.000F

- Logiciels (SAARI, SPHINX)

- Licence

- Brevet

### Les immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles s'élèvent au montant de 488.000F et sont constituées du matériel de bureau.

### Les immobilisations financières

Elles s'élèvent au montant de 150.000F et sont composées des différentes cautions.

### 1.3. Etude du besoin en fond de roulement

Dépenses d'exploitation : nous prévoyons 06mois de dépenses d'exploitation décaissables

### Les dépenses variables d'exploitation décaissables

Nous aurons comme dépenses variables :

- L'achat de matériels : **12.192.250F**

Nous aurons comme dépenses fixes : les frais du personnel, le loyer (caution versé) et les frais d'assurance

intitulé	montant
Frais de personnel (salaire)	200.000F
Loyer	150.000F

**TOTAL 350.000F**

### Calcul du BFR variable

$$BFR_v = 12192250 \times \frac{6}{12} = 12192250 \times \frac{6}{12} \quad BFR_v = 6.096.125F$$

Calcul du BFR fixe

BFR fixe= Ó dép. var.\*nmbr. de mois/12

$$BFR_f = 350000 \times 6/12 \quad BFR_f = 175.000F$$

$$\text{ÓBFR} = BFR_v + BFR_f$$

Calcul du total BFR :

$$\text{ÓBFR} = 6.096.125 + 175.000 = \text{ÓBFR} = 6.271.125$$



2. Le Cout total du Projet :

**Cout du projet=ÓBI+ÓBFR<sub>initial</sub>**

<b>Cout total du projet</b>	<b>18.463.375</b>
-----------------------------	-------------------

**Commentaire** : ce montant représente le cout global du projet et sera réparti pour le financement du projet.

## II. ETUDE FINANCIERE

### 1. Bilan d'ouverture

Pour fournir un service de qualité, nous comptons nous doter d'un outil de travail haut de gamme. Ceci participe d'une volonté d'améliorer en permanence, les services en fonction des besoins des clients. La réussite de ce projet dépend en grande partie des équipements destinés à la prestation de services. Ainsi, nous souhaitons acquérir l'ensemble du matériel lui permettant de rester compétitif sur son segment de marché. Le Montant global de l'investissement du projet est évalué à 12 192 250 F CFA.

#### Ø Etude des besoins en investissement

##### Ø Les Immobilisations incorporelles

Intitulés	Quantité	P.U (FCFA)	Cout
Frais de constitution (les déplacements)			25000
Frais divers (voyages d'études et de prospection d'équipements)			25000
Frais d'étude de projet			50000
Cautions (cautions de facture, loyers, les agréments et divers)			150000
<b>Frais d'établissement</b>			250000

##### Ø Les Immobilisations corporelles

Aménagement, Agencement et installation (AAI)			150 000
Matériels de bureau			125 000
Ordinateurs et accessoires			100 000
Imprimante	1	20 000	20 000

Ventilateurs	1	18 000	18 000
Etagères	10	5 500	55 000
Autres Matériels	1	20 000	20 000
<b>Total Immobilisation corporelle</b>			488 000

**Ø Les Immobilisations financières et besoin en fond de roulement**

Pince coupante	60	1 000	60 000
Tourne vice	80	100	8 000
Pince à dénudé	50	1 100	55 000
Type orange : Numéro 9	20	7 000	140 000
Type orange : Numéro 11	20	8 000	160 000
Type orange : Numéro 13	20	14 000	280 000
Type orange : Numéro 16 (100m par rouleau)	20	20 000	400 000
Fil 2/5 Bleu (rigide)	40	15 000	600 000
Fil 2/5 vert-jaune	40	15 000	600 000
Fil 2/5 Rouge (rigide)	40	15 000	600 000
Fil 1/5 Rouge	25	15 000	375 000
Fil 1/5 Bleu :	25	15 000	375 000
Fil 1/5 vert-jaune :	25	15000	375 000
Fil RJ45 Le rouleau de 100m	25	15 000	375 000
Câble 0.75 rigide	23	13 000	299 000
Câble 0.75 Souple	23	14 000	322 000
Câble 2*2/5	23	41 000	943 000
Contact simple allumage	50	200	10 000

Contact double allumage	50	350	17 500
Contact va et vient	50	350	17 500
Contact étage	50	750	37 500
Bouton poussoir	50	750	37 500
Sonnerie	50	750	37 500
Interphone 1	10	41 000	410 000
Interphone 2	10	71 000	710 000
Prise 2poles	50	650	32 500
Prise télé	50	850	42 500
Prise RJ45	30	15 000	450 000
Plafonnier	25	21 000	525 000
Cheville : le paquet de 100pièces	50	500	25 000
Attache ; le paquet de 100	50	500	25 000
Réglette néo petit modèle	40	1 800	72 000
Réglette néo Grand modèle	40	2 500	100 000
Scotch noir : le rouleau de 12Pièces	50	900	45 000
Globe :	50	1 200	60 000
Peinture à huile Nationale 25kg :	15	36 000	540 000
Peinture è huile nationale 4kg :	15	7 300	109 500
Peinture SENAC 23kg :	15	7 500	112 500
Peinture SENAC 22kg	15	7 500	112 500
Peinture SENAC 5kg	15	1 800	27 000
Colorant panthère	40	1 000	40 000
Colorant Italie: le paquet de 12	40	6 000	240 000

Peinture SIMPEC 22kg	25	4 750	118 750
Papier de bois: le paquet de 50feuilles	10	1 000	10 000
Mastique : le carton de 06 pots	10	10 000	100 000
Colle papier : le carton de 12	15	12 000	180 000
Barquette de soudure chinoise : le carton de 08 paquets	15	12 000	180 000
Barquette originale : le carton de 03 paquets	15	15 500	232 500
Tôle :	20	12 500	250 000
Fer carré :	20	12 500	250 000
Frais de personnel	1	200 000	200 000
services extérieurs (eau, électricité, frais téléphone)	3	25 000	75 000
Autres charges	1	55 000	55 000
<b>Fonds De Roulement</b>			11 454 250

**Commentaire** : Nous avons un fond de roulement de 11.454.250F et un total des investissements de 12.192.250F, ce qui explique que nous pouvons investir dans le marché tout en espérant des bénéfices proches

#### Ø Tableau récapitulatif des besoins en investissements

Intitulés	Quantité	P.U (FCFA)	Cout
Frais de constitution (les déplacements)			25000
Frais divers (voyages d'études et de prospection d'équipements)			25000
Frais d'étude de projet			50000
Cautions (cautions de facture, loyers, les agréments et divers)			150000
<b>Frais d'établissement</b>			250000
Aménagement, Agencement et installation (AAI)			150 000
Matériels de bureau			125 000

Ordinateurs et accessoires			100 000
Imprimante	1	20 000	20 000
Ventilateurs	1	18 000	18 000
MOIC			75 000
<b>Total Immobilisation corporelle</b>			488 000
Pince coupante	60	1 000	60 000
Tourne vice	80	100	8 000
Pince à dénudé	50	1 100	55 000
Type orange : Numéro 9	20	7 000	140 000
Type orange : Numéro 11	20	8 000	160 000
Type orange : Numéro 13	20	14 000	280 000
Type orange : Numéro 16 (100m par rouleau)	20	20 000	400 000
Fil 2/5 Bleu (rigide)	40	15 000	600 000
Fil 2/5 vert-jaune	40	15 000	600 000
Fil 2/5 Rouge (rigide)	40	15 000	600 000
Fil 1/5 Rouge	25	15 000	375 000
Fil 1/5 Bleu :	25	15 000	375 000
Fil 1/5 vert-jaune :	25	15000	375 000
Fil RJ45 Le rouleau de 100m	25	15 000	375 000
Câble 0.75 rigide	23	13 000	299 000
Câble 0.75 Souple	23	14 000	322 000
Câble 2*2/5	23	41 000	943 000
Contact simple allumage	50	200	10 000
Contact double allumage	50	350	17 500

Contact va et vient	50	350	17 500
Contact étage	50	750	37 500
Bouton poussoir	50	750	37 500
Sonnerie	50	750	37 500
Interphone 1	10	41 000	410 000
Interphone 2	10	71 000	710 000
Prise 2poles	50	650	32 500
Prise télé	50	850	42 500
Prise RJ45	30	15 000	450 000
Plafonnier	25	21 000	525 000
Cheville : le paquet de 100pièces	50	500	25 000
Attache ; le paquet de 100	50	500	25 000
Réglette néo petit modèle	40	1 800	72 000
Réglette néo Grand modèle	40	2 500	100 000
Scotch noir : le rouleau de 12Pièces	50	900	45 000
Globe :	50	1 200	60 000
Peinture à huile Nationale 25kg :	15	36 000	540 000
Peinture è huile nationale 4kg :	15	7 300	109 500
Peinture SENAC 23kg :	15	7 500	112 500
Peinture SENAC 22kg	15	7 500	112 500
Peinture SENAC 5kg	15	1 800	27 000
Colorant panthère	40	1 000	40 000
Colorant Italie: le paquet de 12	40	6 000	240 000
Peinture SIMPEC 22kg	25	4 750	118 750

Papier de bois: le paquet de 50feuilles	10	1 000	10 000
Mastique : le carton de 06 pots	10	10 000	100 000
Colle papier : le carton de 12	15	12 000	180 000
Barquette de soudure chinoise : le carton de 08 paquets	15	12 000	180 000
Barquette originale : le carton de 03 paquets	15	15 500	232 500
Tôle :	20	12 500	250 000
Fer carré :	20	12 500	250 000
Frais de personnel	1	200 000	200 000
services extérieurs (eau, électricité, frais téléphone)	3	25 000	75 000
Autres charges	1	55 000	55 000
<b>Fonds De Roulement</b>			11 454 250
<b>Total besoins d'investissements</b>			12 192 250

Ø Tableau des datations d'amortissement

	Coût	Durée de vie	AN 1	AN 2	AN 3	AN 4	AN 5	sommes amortissements	Valeur Résiduelle
Aménagement, Agencement et installation (AAI)	150 000	5	30000	30000	30000	30000	30000	150000	0
Ventilateurs	60 000	2	30000	30000	30000	30000	30000	150000	-90 000
Etagères	55 000	5	11000	11000	11000	11000		44000	11 000

Imprimante	20 00 0	3	6666,66 667	6666,66 667	6666,66 667	6666,66 667	6666,66 667	33333,3333 3	-13 333
Matériels de bureau	12 5 00 0	5	25000	25000	25000	25000	25000	125000	0
Ordinateurs et accessoires	10 0 00 0	5	20 000	20 000	20 000	20 000		80 000	20 000
	TOTAL		122666, 667	122666, 667	122666, 667	122666, 667	91666,6 667	582333,333 3	-72 333

#### **COMMENTAIRE**

Nous constatons qu'il n'y a pas une forte élévation des dotations aux amortissements

#### **Ø Tableau de remboursement**

Montant	10 973 025
Taux d'intérêt	0,08
Durée remboursement	5 Ans
Différé	4 mois
Annuité	2194605

#### **Ø Les Annuités de remboursement et Intérêts financiers**

	Capital restant du	Remboursement du principal	Intérêts financiers	Annuité de Remboursement
1	10 973 025	731535	877842	1609377
2	10 241 490	2194605	819319,2	3013924,2
3	8 046 885	2194605	643750,8	2838355,8
4	5 852 280	2194605	468182,4	2662787,4



5	3 657 675	2194605	292614	2487219
6	1 463 070	1463070	117045,6	1580116
7	0		0	0

Commentaire : Nous constatons que les remboursements du capital baissent selon l'intérêt financier et au cours des années

## I. Résultat Prévisionnel

### Ø Seuil de Rentabilité

Chiffre d'affaires (CA)	19 470 900
Couts Variables	11 199 250
Couts Fixes	488 000
Marge sur Couts Variables (MCV)	8 271 650
Taux de Marge sur Couts Variables(TMCV)	0,424821143
Seuil de Rentabilité (SR)	1148718,72
Point Mort	21 jours

Commentaire Avec un seuil de rentabilité économique de 1 148 720 Francs CFA et un point mort de 21 jours, notre projet arrive à dégager un bénéfice en l'espace de moins d'1 mois d'activité. Cette capacité de l'activité à générer des revenus suffisants pourra absorber nos charges fixes, ce qui vient confirmer le bon niveau de seuil de rentabilité de ce projet

La performance de l'activité atteste du niveau du taux de valeur ajoutée et celui de l'Excédent Brut d'Exploitation (EBE).

Le taux de valeur ajoutée mesure la performance de l'activité. Ce taux est de 51,09% en moyenne par an. Cette efficacité provient essentiellement des différents composants de nos sources de revenus (chiffre d'affaires).

L'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) est un indicateur de performance de l'activité prise dans sa globalité. Il nous renseigne sur la capacité de notre quincaillerie à créer de la valeur par la combinaison des facteurs d'achats et de reventes. Le taux d'EBE s'élève à 32,93%. Le savoir-faire du promoteur, combiné avec un système organisationnel performant constitue un élément réel de différenciation.

Avec un seuil de rentabilité économique de 1 148 720 Francs CFA et un point mort de 21 jours, notre projet arrive à dégager un bénéfice en l'espace de moins d'1 mois d'activité. Cette capacité de

l'activité à générer des revenus suffisants pourra absorber nos charges fixes, ce qui vient confirmer le bon niveau de seuil de rentabilité de ce projet.

**Ø Tableau des résultats et Capacité d'autofinancement**

Libellés	An1	An2	An3	An4	An5
Chiffre d'affaires (CA)	19 470 900	19 470 900	19 470 900	19 470 900	19 470 900
Achats et charges de production	12 992 759	12 934 236	12 758 667	12 583 099	12 376 531
Marge brute	6 478 141	6 536 664	6 712 233	6 887 801	7 094 369
34,62	33,27	33,57	34,47	35,37	36,43
Charges externes	130 000	130 000	130 000	130 000	130 000
Valeur ajoutée (VA)	6 348 141	6 406 664	6 582 233	6 757 801	6 964 369
51,09	32,60	53,20	54,75	56,06	58,87
Impôts et taxes	0	0	0	0	0
Subventions d'exploitation					
Charges de personnel	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Excédent brut d'exploitation (EBE)	6 148 141	6 206 664	6 382 233	6 557 801	6 764 369
32,93	31,57	31,87	32,77	33,68	34,74
Dotations aux amortissements	122 667	122666,6667	122666,6667	122666,6667	91666,66667
Résultat d'exploitation (Rex)	6 025 475	6 083 997	6 259 566	6 435 134	6 672 703
Charges financières	877 842	819319,2	643750,8	468182,4	292614
Résultat courant	5 147 633	5 264 678	5 615 815	5 966 952	6 380 089
5 675 033					

Reports déficitaires	0	0	0	0	0
Impôts sur les sociétés (IS) théorique	0	500000	500000	500000	500000
Impôts sur les sociétés (IS) réelle	0	0	0	0	0
Résultat Net (RN)	5 147 633	4 764 678	5 115 815	5 466 952	5 880 089
Dotations aux provisions	50 000	50000	50000	50000	50000
Capacité d'autofinancement	5 097 633	4 714 678	5 065 815	5 416 952	5 830 089

Commentaire : Le taux de valeur ajoutée mesure la performance de l'activité. Ce taux est de 51,09% en moyenne par an. Cette efficacité provient essentiellement des différents composants de nos sources de revenus (chiffre d'affaires).

L'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) est un indicateur de performance de l'activité prise dans sa globalité. Il nous renseigne sur la capacité de notre quincaillerie à créer de la valeur par la combinaison des facteurs d'achats et de reventes. Le taux d'EBE s'élève à 32,93%. Le savoir-faire du promoteur, combiné avec un système organisationnel performant constitue un élément réel de différenciation.

## II. Tableau des cash flows et étude de faisabilité

### Ø Compte d'exploitation prévisionnel

La quincaillerie dans une perspective de bien son activité aura en effet besoin que l'acquisition de matériels à revendre. Ce qui implique un coût relativement élevé du fonds de roulement auquel il faut ajouter les charges fixes et charges du personnel dont l'entreprise aura besoin pour assurer les frais afférents aux premiers mois d'exercice. En l'espèce, les dites charges ont été évaluées sur un an de fonctionnement.

Intitulés	AN 1	AN 2	AN 3	AN 4	AN 5
<b>Chiffres d'Affaires</b>	<b>19 470 900</b>	<b>19 470 900</b>	<b>19 470 900</b>	<b>19 470 900</b>	<b>19 470 900</b>
<b>Charges d'exploitation</b>	12 992 759	12 934 236	12 758 667	12 583 099	12 376 531
FDR + Immobilisations Corporelles	11 942 250	11 942 250	11 942 250	11 942 250	11 942 250
Intérêts financiers	877 842	819319,2	643750,8	468182,4	292614
Dotations aux amortissements	122 667	122666,667	122666,667	122666,667	91666,6667

dotations aux provisions	50 000	50000	50000	50000	50000
Résultat brut d'exploitation	6 478 141	6 536 664	6 712 233	6 887 801	7 094 369
Impôt sur le résultat (10%)	647814,133	653666,413	671223,253	688780,093	709436,933
Résultat d'exploitation après impôt	5 830 327	5 882 998	6 041 009	6 199 021	6 384 932
Emprunt	731535	2194605	2194605	2194605	2194605
résultat net d'exploitation après remboursement	5 098 792	3 688 393	3 846 404	4 004 416	4 190 327
cash-flow (bénéfice +dot aux amortissements)	5 221 459	3 811 059	3 969 071	4 127 083	4 281 994
Cash flow cumule (dt)	5 221 459	9 032 518	13 001 589	17 128 672	21 410 666
taux d'actualisation 10%	0,90	0,82	0,75	0,68	0,62
cash-flow actualisée	4746780	3149635	2982021	2818852	2658781
cumul de cash flow	4746780,	7896416	10878438	13697291	16356072
investissement	12 192 250				
VAN	4 163 823				
Taux d'actualisation 50%	0,66666667	0,44444444	0,2962963	0,19753086	0,13168724
TRI	24,13				

La rentabilité de notre projet se justifie par la capacité de l'activité à dégager du surplus compte tenu des charges d'exploitation et financières. Cela se traduit par une amélioration graduelle de la capacité d'autofinancement du projet pendant les cinq années. Au bout des cinq années d'activité, l'entreprise arrivera à disposer d'une autonomie financière pour financer son activité d'exploitation et ses besoins d'investissement.

Le résultat net passe de 5 830 327 FCFA (en l'année 1) à 6 384 932 FCFA (en l'année 5). Cette croissance est le reflet d'un projet rentable reposant sur un modèle économique efficace. Le projet arrive à dégager assez de liquidité pour honorer ses engagements bancaires.

La rentabilité du projet se mesure également dans la capacité de l'activité à être bancable. En effet, avec une Valeur Actuelle Nette (VAN) de 4 163 823 et un Taux de Rentabilité Interne (TRI) de 21,13 %, le projet est rentable. Tous ces résultats attestent que le projet est bancable.

### III. CONCLUSION

En somme nous venons d'effectuer un projet qui consiste à créer une quincaillerie dont la principale activité est la commercialisation des matériaux de construction. Cette quincaillerie aura comme dénomination **quincaillerie kaay tabax**. Au cours de notre étude donc, nous avons développé en primo les raisons et motivations qui nous ont animés et qui ont abouti à cette idée de projet. Nous avons aussi donné les différentes activités qui sont menées dans ladite entreprise et des stratégies pour gérer la bonne marche de nos activités ainsi que la fidélisation de la clientèle. En secundo nous avons chiffrés et avons relaté des données collectées au cours de nos enquête ; par exemple nous avons donné le matériel avec les prix de vente en gros et en détail. Nous avons aussi fait l'étude de la rentabilité de notre projet et en avons trouvé de bon résultats pour investir et gagner des parts de marché.

## **Table des matières**

### **CHAPITRE I : Présentation du promoteur et du projet 1**

1 : Présentation du promoteur 2	
2 : Présentation du projet.....	2
A : Objet et nature du projet :.....	2
B : Genèse et motivation :.....	2
C : Raison sociale :.....	2
a : forme juridique :.....	2
b : le montant du capital :.....	2
c : Personnel et organigramme :.....	2
a : Personnel 3	
b : organigramme.....	3
C : Localisation : 4	
<b>I : Formulation stratégique et étude marketing : 5</b>	
1 : Formulation stratégique.....	6
1.1. Analyse du Microenvironnement.....	6
1.2. Analyse de la macro environnement.....	7
1.2.1 Diagnostique interne.....	7
1.2.2 La synthèse SWOT.....	7
1.3. Activité économique et Politique.....	8
2. Etude marketing.....	9
2.1. Etude de l'offre.....	9

2.2. Etude de la demande.....	9
2.3. Le marché Potentiel.....	9
2.4. Le marketing Mixte.....	9
2.5. Le programme des ventes.....	9
<b>CHAPITRE II :Etude technique et financière.....</b>	<b>10</b>
I. Etude technique.....	11
1. Elaboration du schéma technique.....	11
1.1 Elaboration des opérations et des procédés techniques.....	11
1.2 Etude des besoins en investissement.....	11
II. Etude financière.....	12
1. Bilan d'ouverture.....	12
I. Résultat prévisionnel.....	13
II. Tableau des cash flow et étude de faisabilité.....	13
III. CONCLUSION	