



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

.....  
DEPARTEMENT GESTION

.....  
MEMOIRE DE MAITRISE EN GESTION

OPTION : Finances et comptabilité

## PROJET DE CREATION D'UN CENTRE DE LOISIRS ET D'ATTRACTIONS A AMPEFY

Présenté par :

**RAHARITSALAMA Maminirina**

Sous l'encadrement de :

Encadreur pédagogique :

Monsieur **ONIVOLOLONA Aurélien**  
Enseignant chercheur  
à l'université d'Antananarivo

Encadreur professionnel :

Madame **RANDRIANATOANDRO**  
**Vololoniaina Dominique**  
Assistante de Direction d'Hébergement

Année Universitaire : 2008-2009  
Session : 17 Novembre 2009



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

.....  
DEPARTEMENT GESTION

.....  
MEMOIRE DE MAITRISE EN GESTION

OPTION : Finances et comptabilité

## PROJET DE CREATION D'UN CENTRE DE LOISIRS ET D'ATTRACTIONS A AMPEFY

Présenté par :

**RAHARITSALAMA Maminirina**

Sous l'encadrement de :

Encadreur pédagogique :

Monsieur **ONIVOLOLONA Aurélien**  
Enseignant chercheur  
à l'université d'Antananarivo

Encadreur professionnel :

Madame **RANDRIANATOANDRO**  
**Vololoniaina Dominique**  
Assistante de Direction d'Hébergement

Année Universitaire : 2008-2009  
Session : 17 Novembre 2009

## **AVANT PROPOS**

« Former efficacement des étudiants dédiés autant à la recherche qu'au monde professionnel », telle est la mission de l'université, représentée pour notre cas par la faculté de gestion.

C'est ainsi que dans le cadre de notre formation, nous sommes tenus d'effectuer un stage d'une durée de trois mois au minimum à la fin de la quatrième année. Ce stage a donc pour principal objectif l'évaluation des connaissances acquises durant l'enseignement théorique. Et ce au profit de la profession en traitant un problème précis ; tout en permettant de nous familiariser aux rouages de l'entreprise ou de la société.

L'objectif premier de ce mémoire est donc de prouver la faisabilité du projet, que ce soit sur le point de vue technique, financière ou commercial. Mais ce mémoire nous servira aussi de moyen d'obtention de notre diplôme de maîtrise en Gestion, option Finances et Comptabilité.

## REMERCIEMENTS

Avant tout, nous tenons à remercier DIEU de nous avoir soutenus moralement et spirituellement pour la réalisation du présent mémoire.

Par ailleurs, nous tenons à remercier vivement, tous ceux qui de près ou de loin nous ont aidé dans l'élaboration de cet ouvrage pour leur aimable collaboration.

Nous tenons à adresser particulièrement toute notre gratitude à :

Monsieur **RANOVONA Andriamaro**, Maître de conférences et Doyen de la Faculté DEGS

Monsieur **Origène Olivier ANDRIAMASIMANANA**, maître de conférences, chef du département GESTION,

Madame **RAVALITERA Farasoa**, Enseignant chercheur et Directeur du centre d'Etudes et de recherche en gestion ;

Nous exprimons notre profonde gratitude à Monsieur **ONIVOLOLONA Aurélien**, Enseignant chercheur à l'Université d'Antananarivo, Encadreur pédagogique et à Madame **RANDRIANATOANDRO Vololoniaina Dominique**, Encadreur professionnel, qui en dépit de leurs fonctions et des leurs nombreuses obligations, ont accepté de nous encadrer. Sans leurs précieuses critiques et conseils, tous nos efforts auront été vains.

Enfin, nous remercions sincèrement tous les formateurs du département GESTION de nous avoir formé et avoir donné leurs précieux conseils durant l'année académique.

## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
<b>PARTIE 1 : IDENTIFICATION DU PROJET .....</b>	<b>3</b>
<b>CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET .....</b>	<b>3</b>
Section1 : Caractéristiques du projet.....	3
Section 2 : Description des activités : .....	4
<b>CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHÉ ET ASPECT MARKETING DU PROJET .....</b>	<b>6</b>
Section 1 : Analyse du marché.....	6
Section2 : Plans opérationnels .....	14
Section 3 : Stratégie Marketing adoptée .....	34
<b>PARTIE II : CONDUITE DU PROJET .....</b>	<b>36</b>
<b>CHAPITRE I : TECHNIQUE DES PRESTATIONS DU CENTRE .....</b>	<b>36</b>
Section 1 - Réglementation en vigueur .....	36
Section 2 : Infrastructures envisagées.....	37
Section 3 : Identification des ressources nécessaires.....	39
Section 4 : Techniques d'exploitation .....	43
Section 5 Capacité d'accueil envisagée .....	45
Section 6 : Aspects qualitatifs et quantitatifs du projet.....	47
<b>CHAPITRE II : ETUDE ORGANISATIONNELLE DU PROJET .....</b>	<b>50</b>
Section 1 Organigramme.....	50
Section 2 Organisation de travail .....	53
Section 3 Gestion des ressources humaines .....	55
Section 4 Chronogramme d'activités .....	56
<b>PARTIE III : ETUDE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET .....</b>	<b>58</b>
<b>CHAPITRE I : ETUDES FINANCIERES DU PROJETS.....</b>	<b>58</b>
Section 1 : Evaluation des investissements du projet.....	58
Section 2 : Comptes de gestion.....	65
Section 3 : Les états financiers prévisionnels.....	72
<b>Chapitre II : EVALUATION FINANCIERE DU PROJET .....</b>	<b>78</b>
Section1 : L'évaluation financière .....	78
Section2 : Evaluation économique et sociale .....	84
<b>CHAPITRE III : CADRE LOGIQUE .....</b>	<b>87</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>89</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>91</b>

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Le CSD des personnes qui fréquentent le village.....	6
Tableau 2: Evaluation de la fréquentation du village suivant le CSD.....	7
Tableau 3:Tableau de la concurrence à Ampefy .....	7
Tableau 4: Les caractéristiques des consommateurs .....	9
Tableau 5: Durée moyenne de séjour des visiteurs non-résidents.....	10
Tableau 6:Analyse de la force et des faiblesses de la concurrence .....	12
Tableau 7: Tableau de performance des concurrents et d'Ampefy Evasion .....	14
Tableau 8 : Les prix prévisionnels.....	16
Tableau 9: Couts de la communication .....	18
Tableau 10:Liste des autres dépenses de communication .....	18
Tableau 11: Les besoins en articles de bain à vendre et les matériels reliés à la piscine pour la première année.....	19
Tableau 12: Les besoins moyens en articles de bain à vendre et les matériels reliés à la piscine pour les quatre années à venir.....	20
Tableau 13: Besoins en matières premières du restaurant pour la première année .....	20
Tableau 14: Variation des besoins du restaurant pour les quatre prochaines années .....	21
Tableau 15: Investissement en matériels de transport.....	22
Tableau 16: Les besoins en matériels de bureau .....	23
Tableau 17: Constructions.....	39
Tableau 18: Matériels informatiques et mobiliers de bureau .....	40
Tableau 19: Equipements de cuisine et de restauration.....	40
Tableau 20: Equipements des chambres et des bungalows .....	42
Tableau 21: Les installations diverses et techniques .....	42
Tableau 22: Liste des matériels de transport .....	43
Tableau 23: Personnels du Centre .....	43

Tableau 24: Clients attendus .....	45
Tableau 25: Nombres de bungalows utilisés pour l'année 1 .....	45
Tableau 26: Nombre de nuitées des bungalows pour les cinq (5) années .....	46
Tableau 27: Taux d'occupation pour le transport (en %).....	47
Tableau 28: Classification des produits à stocker selon PARETO .....	54
Tableau 29: Chronogramme de l'implantation du Centre .....	56
Tableau 30: Chronogramme de la campagne de promotion.....	57
Tableau n°31 : Récapitulation des immobilisations .....	60
Tableau n°32 : Tableau des amortissements .....	61
Tableau 33 : tableau de fonds de roulement.....	62
Tableau n°34 : Tableau de plan de financement .....	63
Tableau n°35 : Tableau de remboursement .....	64
Tableau n°36 : les achats de marchandises.....	65
Tableau n°37 : Achat non stockée .....	66
Tableau n°38 : Récapitulation des achats consommés .....	66
Tableau n°39 : Les charges externes .....	67
Tableau n°40 : Les impôts et Taxes .....	67
Tableau n°41 : Charges de personnels.....	68
Tableau n°42 : Récapitulation des charges de personnels.....	68
Tableau n° 43 : Les amortissements .....	69
Tableau n°44: Recettes hébergement .....	70
Tableau n°45 : Recettes restaurant .....	71
Tableau n°46 : Recettes des activités complémentaires .....	71
Tableau n°47 : Récapitulation des produits de service.....	71
Tableau n° 48 : Résultat par nature .....	73
Tableau n°49 : Flux de trésorerie .....	74
Tableau n° 50 : Bilan d'ouverture .....	75
Tableau n° 51 : Bilan année 31/12/N .....	75
Tableau n°52 : Bilan année 31/12/N+1 .....	76
Tableau n°53 : Bilan année 31/12/N+2 .....	76

Tableau n°54 : Bilan année 31/12/N+3 .....	77
Tableau n°55 : Bilan année 31/12/N+4 .....	77
Tableau n°56 : cash flow au taux de 18% .....	79
Tableau n° 57 : Calcul du VAN .....	79
Tableau n° 58 : cash flow au taux de 35% .....	80
Tableau n° 59 : Calcul du VAN au taux de 35% .....	80
Tableau n°60 : Calcul TRI (Par interpolation linéaire) .....	81
Tableau n°61 : détermination de la durée de récupération de capitaux investi .....	82
Tableau n°62 : détermination d'indice de profitabilité.....	82
Tableau n° 63 : valeur ajoutée.....	84



## LISTE DES FIGURES

Figure 1: Organigramme .....	33
Figure 2: Schéma de la procédure à suivre.....	36
Figure 3: Organigramme fonctionnel envisagé .....	50

## LISTE DES ABREVIATIONS

AC	: Actif Courant
ANC	: Actif Non Courant
CSD	: Catégories Socio-Démographiques
DAP	: Dotation aux Amortissements et Prévisions
DRCI	: Délais de Récapitulation des Capitaux Investis
EBE	: Excédent Brut d'Exploitation
EDBM	: Economic Development Board of Madagascar
FRI	: Fonds de Roulement Interne
IFPB	: Impôt Foncier sur la Propriété Bâtie
IFT	: Impôt Foncier sur les Terrains
IP	: Indice de Profitabilité
MBA	: Marge Brute d'Autofinancement
PCG	: Plan Comptable Général
RAF	: Responsable Administratif et Financier
TRI	: Taux de Rentabilité Interne
U	: Unité
VAN	: Valeur Actuelle Nette
VB	: Valeur Brute
VNC	: Valeur Nette Comptable



## INTRODUCTION

Le site d'Ampefy commence à devenir un lieu de villégiature pour les Tananariviens et les touristes de passage dans la capitale. L'atout principal de ce site réside dans la combinaison de facteurs contribuant à l'originalité de ses caractéristiques touristiques.

Pour les pays en développement, le secteur touristique constitue une importante source de revenus, de devises et de création d'emplois. Madagascar possède une collection impressionnante de biodiversité, de beauté naturelle et de ressources culturelles propices au tourisme. Notre île a tout pour offrir à ses visiteurs car elle dispose des potentialités touristiques très vastes et variées telles que la diversité de ses paysages, la faune et la flore, les belles plages, la beauté de l'environnement marin, les parcs nationaux, le patrimoine culturel et l'artisanat.

En effet, les sites touristiques malgaches sont très diversifiés et ont chacun leurs particularités. L'on peut y pratiquer toutes formes de tourisms par l'existence des richesses naturelles et culturelles dont l'écotourisme qui est la principale activité qui attire la majorité des touristes étrangers, le tourisme balnéaire, le tourisme montagnard, le tourisme vert, le tourisme de découverte, le tourisme culturel ou religieux.

Le tourisme, considéré il y a quelques années encore comme négligeable, devient un secteur prioritaire et peut constituer un facteur fondamental de développement pour Madagascar. Toutefois, le professionnalisme doit tenir une place primordiale puisqu'on constate qu'actuellement même ceux qui sont inaptes à valoriser les ressources humaines touristiques prétendent être au même niveau que les spécialistes et c'est justement pour laquelle le tourisme à Madagascar n'évolue guère. Tout cela nous a amenés à créer CENTRE DE LOISIRS ET D'ATTRACTIONS A AMPEFY qui offre des prestations de restauration, de loisirs, de tourisme et d'hébergement.

La problématique de notre travail consiste à savoir comment rentabiliser les valeurs touristiques d'Ampefy par des activités de prestations de services. Comme tout projet, il nécessite des acquis financiers tant sur le plan d'investissement que fonctionnement. Pour gagner la confiance des banquiers, il est indispensable de justifier l'utilisation des crédits demandés et surtout l'analyse de la rentabilité du projet. Par ailleurs, le renforcement du Partenariat Public et Privé commence à se concrétiser et à favoriser la création d'emplois durables dans le secteur du tourisme.

Notre projet consiste en la création d'un centre de loisirs et d'attractions dans un cadre touristique, récemment connu à Madagascar, mais pourtant déjà développé dans les pays africains. Il met en avant la nature luxuriante conjuguée à un confort de premier ordre. En effet, il n'existe encore que quelques opérateurs touristiques qui l'ont expérimenté.

Dans la première partie de cet ouvrage, nous aborderons l'identification du projet. IL sera principalement question de la description du projet ainsi que de l'analyse du secteur d'activité et de l'environnement général. La deuxième partie du mémoire examine la conduite du projet, en passant par les techniques de prestations du centre et l'étude organisationnelle du projet. La troisième partie est consacrée à l'étude de la faisabilité financière et l'évaluation du projet.

# PARTIE I : IDENTIFICATION DU PROJET

Cette première partie reflète la situation exacte et met en exergue l'intérêt et l'opportunité que peut apporter l'extension et la création d'un centre de loisirs et d'attractions à Ampefy.

Elle comporte deux grands chapitres. Tout d'abord le premier portera sur la présentation générale de la création d'un centre de loisirs et d'attractions à Ampefy, il est basé sur les caractéristiques du projet et sur la description des activités. Et ensuite pour le deuxième chapitre sera porté sur l'étude de marché et l'aspect marketing du projet en tenant compte de l'analyse de la demande et de l'offre et l'analyse de la concurrence, la stratégie et la politique à adopter sur le plan marketing.

## **PARTIE 1 : IDENTIFICATION DU PROJET**

Le présent projet consiste en la création d'un centre de loisirs et d'attraction situé à l'entrée, au bord de la route du village d'Ampefy. Pour mieux cerner l'étude, nous allons procéder à la présentation du projet, à l'analyse du marché et l'aspect marketing du projet.

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

#### **Section1 : Caractéristiques du projet**

Le présent projet consiste à construire un centre de loisirs et d'attraction qui offre des prestations répondant aux besoins des visiteurs au niveau des loisirs, de l'hébergement, de la restauration et des transports tant locaux qu'étrangers.

##### **1.1 Objectif du projet.**

Notre projet a pour objectif de promouvoir le tourisme dans la région de l'Itasy. Cette région est encore peu exploitée alors qu'elle dispose de divers attraits touristiques qui sont rares à Madagascar.

Le projet optera d'abord pour la mise en place d'un centre de loisirs et d'attraction. Il proposera ensuite des circuits dans la région (découverte, culture, belle balade...)

##### **1.2 Intérêts du projet.**

Du point de vue socio-économique, le tourisme est devenu un phénomène à grands impacts comme la création de nouveaux emplois dans certaines branches d'activités comme l'artisanat, la restauration, le transport... qui contribueront à l'augmentation du PIB.

Le tourisme constitue également une activité source de devises grâce à l'affluence des touristes étrangers.

##### **1.3. Renseignements généraux.**

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| . Raison sociale        | : Ampefy évasion  |
| . Forme juridique       | : SARL (Société A Responsabilité Limitée)                   |
| . Objet de l'entreprise | : loisirs, attractions, hébergement, restauration, circuits |
| . Capital social        | : 46 800 000 Ar   |



## **Section 2 : Description des activités :**

### **2.1. Loisirs**

Concernant les loisirs du centre, la clientèle aura à sa disposition une piscine, un terrain de tennis, un terrain de beach volley et un parc pour enfants. Il y aura également les loisirs balnéaires très propices dans la région avec ses chutes d'eau d'une originalité remarquable.

Ces activités balnéaires et nautiques caractérisent surtout ce lieu paradisiaque dont le calme et la sécurité règnent.

Le centre établira aussi des circuits touristiques pour explorer la région. Ces circuits dureront quelques jours selon le choix de la clientèle. Ils consistent à faire visiter aux touristes les sites touristiques qui font la renommée de cette région.

### **2.2. Attractions pour les visiteurs**

Il existe à Ampefy d'innombrables sites caractérisés par différents attraits touristiques à l'instar de : le lac « Itasy », les geysers, les cratères, les chutes de la « Lily » et l'îlot de la Vierge, et pêche, site de nidification pour différents espèces d'oiseaux... appuyés par la facilité d'accès de la route nationale N°1 offrant des paysages verdoyants.

L'environnement du site est encore favorable pour les touristes et les vacanciers. La région offre également plusieurs intérêts et produits touristiques comme la pêche à l'aide d'une pirogue, les environnements verdoyants où il est possible d'organiser des pique-niques ou des campements, l'installation récréative et de loisirs nautiques sur le lac.

La zone d'Ampefy s'impose donc comme une destination favorable en matière de tourisme.

### **2.3. Hébergement**

Les hébergements seront de type bungalow construit en semi dur ; ils seront répartis en deux parties dont les bungalows familiaux et les bungalows doubles.

Les bungalows familiaux seront au nombre de quatre dotés d'un lit double, un lit superposé, un élément de rangement, un petit salon, une télévision satellite, une et une chaise avec une corbeille à papier et une salle d'eau . Chaque bungalow pourra héberger six personnes.

Les bungalows doubles, quant à eux, seront aussi au nombre de huit ; ils peuvent accueillir deux personnes. Les chambres doubles seront équipées d'une télévision satellite, un placard pour le rangement, une table et une chaise avec une corbeille à papier et une salle d'eau.

#### **2.4. Restauration**

La salle de restauration sera installée dans le bâtiment principal. Cette dernière aura une capacité d'accueil de 200 personnes en plus de la terrasse. Le restaurant sera muni d'une télévision avec satellite à la disposition de la clientèle. La gastronomie malgache sera la spécialité du restaurant.

Le restaurant proposera pour sa clientèle des menus à thème une fois par semaine qui consistera à faire goûter la saveur de la cuisine malgache avec les animations appropriées. Ces menus à thème seront organisés pendant la haute saison, ils seront présentés comme un grand buffet qui présentera les plats de chaque région de la grande île.

## CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE ET ASPECT MARKETING DU PROJET

Ce chapitre nous permettra d'avoir un aperçu sur le marché du tourisme de la région. L'étude a été effectuée à partir d'une analyse de la demande et de l'offre tout en tenant compte de la stratégie marketing à adopter et du système de marketing mix.

### Section 1 : Analyse du marché

#### 1.1 Identification de la clientèle

D'après notre propre enquête sur un échantillon de convenance de 20 personnes par catégorie socio-économique, il en ressort:

- 100% des personnes enquêtées connaissent Ampefy surtout pour la chute de la Lily et les poissons
- Le motif de leur visite est à 85% des visites de détente
- 90% sont néanmoins enchantés de leur séjour
- Leur séjour ne dépasse pas de 3 jours et se fait particulièrement les jours de week-ends

**Tableau 1: Le CSD des personnes qui fréquentent le village**

Différentes catégories socio-économiques de personnes fréquentent le village d'Ampefy.

Ci-dessous le tableau qui les répartit.

CLIENTELE SELON PERIODE L'ANNEE	CATEGORIE SOCIO- ECONOMIQUE	TRANCHE D'AGES	MOTIVATIONS
Clientèle pendant la basse saison (jours ouvrables)	Ecoles, Université	12 à 35	Voyages d'études, sortie
	Eglise	Tout âge	Camper, découverte, pêche
	Touristes	Tout âge	Camper, découverte, pêche, randonner
	Nationaux	Tout âge	Travail, sortie entre amis, famille
Clientèle pendant la haute saison ( week end, jours fériés )	Touristes	Tout âge	Camper, découverte, pêche
	Eglise	Tout âge	Camper, découverte, défoulement...
	Particuliers	Tout âge	Camper, découverte, détente défoulement...
	Nationaux (malagasy, karana)		Week end de détente.

## 1. 2 Evaluation du marché

Cette évaluation est basée sur le taux d'occupation actuelle des hôtels - restaurants de la région d'Itasy d' après notre propre enquête sur la demande globale notamment des études de la prévision des marchés cibles.

**Tableau 2: Evaluation de la fréquentation du village suivant le CSD**

	Catégorie Socio-démographique	2011	2012	2013	2014	2015
Clientèle pendant la basse saison (jours ouvrables)	Écoles, Université	2%	2%	3%	1%	1.5%
	Eglise	3%	2%	2%	1%	1.5%
	Nationaux	30%	29%	30%	30%	30%
	Touristes	65%	67%	67%	67%	67%
Clientèle pendant la haute saison (weekend, jours fériés)	Touristes	52%	52%	52%	52%	52%
	Eglises	2%	2%	2%	2%	2%
	Particuliers	46%	46%	46%	46%	46%
	Nationaux (malagasy-karana)					

## 1.3 Analyse de la concurrence sur Ampefy

Ampefy évasion est un projet qui a été mûrement réfléchi, a fait l'objet d'une sérieuse étude de faisabilité avant d'être validé par ce plan d'affaires.

**Tableau 3:Tableau de la concurrence à Ampefy**

Localisation	Nom de l'établissement	Type d'établissement	Capacité d'accueil et tarification	Taux d'occupation	Type de clientèle	Forces	Faiblesses
AMPEFY	Hotel KAVITAHIA	Hôtel/ restaurant, snack bar traiteur	22 chambres: de 31 000Ar à 130 000 Ar	Week-end : 100% Jours ouvrables : 23%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Confort, reconnu, cadre agréable (accès au lac, piscine), prestations attractives (canoe, vtt, ping-pong, baby foot), loueur de voitures,	Prix des prestations élevés.
	Gite d'Ampefy	Chambres à louer	05 chambres : de 12 000 Ar à 26 000 Ar	Week-end : 85% Jours ouvrables : 20%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Cadre d'ambiance familiale, confort,	Nombre de chambre réduit.
	La terrasse	Hôtel / restaurant	10 chambres de 35 800Ar à 45 800Ar	Week-end : 100% Jours ouvrables : 50%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes (Anglophone, francophone)	Confort, centre ville,	Non panoramique.
	Akany Sambatra	Hôtel / restauration à la demande	08 chambres de 15 000Ar à 30 000 Ar	Week-end : 90% Jours ouvrables : 37%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Gamme de prix large et abordable,	Chambres modestes.
	Chez Lovasoa	Hôtel / restaurant	04 chambres de 10 000Ar à 15 000Ar	Week-end : 100% Jours ouvrables : 25%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Prix le moins cher	Cadre désagréable
	Auberge Loharanosoa Chez Jacky	Hôtel/restaurant		Week-end : 85% Jours ouvrables : 20%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Confort, cadre agréable	Loin de la ville

Tous les personnels sont très accueillants, la répartition des basses et hautes saisons se distinguent des week-ends et des jours fériés ainsi que des jours ouvrables

- Haute saison : week-end incluant des fois le vendredi soir, jours fériés (pâques, pentecôte, Noël, ascension...)
- Basse saison : jours ouvrables

## 1.4 L'identification de la clientèle

### 1.4.1 La segmentation

**Tableau 4: Les caractéristiques des consommateurs**

Géographiques			Socio- démographiques			
<i>Pays</i>	<i>Régions</i>	<i>Villes</i>	<i>Sexes</i>	<i>Âges (ans)</i>	<i>Nationalités</i>	<i>Revenu</i>
Européens			Masculins	0 à 2	Francophones	Aisé
Résidents	22	Antananarivo	Féminins	2 à 12	Anglophones	Moyen
Nationaux	22	Antananarivo		Plus de 12	Africains	

Les comportements des consommateurs:

#### ❖ *Occasions d'achat*

D'abord, pour les touristes c'est surtout en période de vacances qu'ils viennent à Madagascar c'est-à-dire en haute saison de Juin à Septembre.

Les résidents à Madagascar sont surtout des affairistes, quant -à eux ils passent des vacances à l'occasion de leurs jours de congés et comme les nationaux ils profitent des jours fériés et des week-ends. Selon leurs occupations aussi, ils visitent Ampefy pour des raisons professionnelles.

#### ❖ *Avantages recherchés dans le produit*

Pour ce genre d'établissement, un parc comme son nom l'indique; l'endroit sert pour passer des séjours. Ainsi, il assure l'hébergement des clients et peut offrir de lits pour dormir la nuit notamment la restauration puisque les gens doivent manger et ne doivent plus aller chercher ailleurs pour se nourrir.

C'est aussi un endroit consacré à la détente et l'amusement donc, il doit donner satisfactions aux clients au niveau des animations.

Tout cela avec un prix compétitif et abordable.

Ce genre d'établissement est surtout avantageux pour les groupes et les familles qui veulent passer des vacances ensemble.

### 1.4.2 Identification des clients cibles

Il s'agit d'évaluer l'attrait relatif de chaque segment et choisir celui (ou ceux) sur lequel elle concentrera ses efforts (cible) en cohérence avec ses objectifs, ses compétences et ses ressources.

Sur les critères géographiques, notre établissement cible des étrangers qui sont les visiteurs potentiels de la grande île.

Aussi, nous ciblons surtout les Nationaux et les résidents car c'est eux qui ont surtout d'un lieu de détente pas très loin de la capitale.

Age : Tout âge

Sexe : confondus

Catégorie Socioprofessionnel le : écoliers, étudiants, salariés, retraités, cadres et chercheurs.

### ***1.4.3 La position future de l'entreprise***

Nous espérons apporter aux clients une nouvelle formule d'établissement touristique avec un prix forfaitaire pour satisfaire leur besoin de se sentir comme chez eux tout en passant des vacances.

### ***1.4.4 L'évaluation du marché***

Il s'agit de définir la clientèle et d'établir un profil de clientèle potentielle.

#### **1.4.4.1 Etude de la demande**

##### **❖ Les caractéristiques de la demande**

En général, Madagascar accueille chaque année plusieurs touristes, la demande est surtout basé à 56 % su l'écotourisme. En effet, l'île bénéficie d'énorme endémicité éco touristique.

##### **❖ La durée moyenne de séjour**

**Tableau 5: Durée moyenne de séjour des visiteurs non-résidents**

Années	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Durée en jours	15	20	20	20	20	9	15

*Source : Ministère du TOURISME*

Comme nous pouvons le constater sur le tableau ci-dessus, les touristes ne restent pas très longtemps à Madagascar; juste aux environs de vingt jours et ceci à condition de la stabilité politique du pays. Ici, on remarque une baisse jusqu'à la moitié en période de crise au cours de l'année 2002.

Dans la zone d'implantation c'est-à-dire à Ampefy comme elle fait partie des Hautes Terres, les touristes ne font que passer car ce n'est pas loin de la capitale. En effet, la visite de la localité a la caractéristique d'une excursion qui se fait en une journée.

#### ❖ Les périodes de consommation

Les périodes de consommation sont différentes pour chaque type de clientèle. Pour les touristes, c'est faisable en une journée mais s'ils ne veulent pas être fatigués ils ne restent qu'une nuitée.

Quant aux résidents et aux nationaux, c'est surtout pour passer le week-end et pour fêter pacques en famille ou d'autres jours fériés. C'est devenue une habitude pour certains.

Les Hautes Saisons pour Ampefy sont les jours fériés et normalement les périodes de vacances en période sèche comme pour les autres prestataires touristiques de Madagascar.

#### ❖ Les motivations d'achats

D'abord, les visiteurs choisissent Ampefy puisque le site est très beau, c'est calme et reposant. C'est surtout aussi pour une valeur culturelle à cause de la présence des endroits historiques et des certains monuments à découvrir comme le lac «*Itasy* », les Geysers, les chutes de la «*Lily*» et l'îlot de la Vierge.

Aussi, pour la durée du trajet, c'est très motivant pour les visiteurs de savoir que c'est juste à deux heures de capitale. La route qui y mène c'est-à-dire la RN°1 est en bon état, l'accès est donc facile.

#### ❖ Les critères choix des prestataires de services

##### *L'accès*

Par rapport à la clientèle visée, elle cherche plutôt un endroit facile à découvrir, avec facilité d'accès. Il est toujours bien que l'endroit ne soit pas trop loin de la ville et pas trop loin de la route principale et avec des moyens d'indication.

##### *L'accueil*

Comme toujours les clients cherchent surtout à être bien accueillis, c'est ce qui compte en premier pour eux. Ils veulent qu'on leur reconnaisse.

##### *Le confort*

Le choix du confort dépend de chaque type de clientèle pour ce genre d'établissement. Par exemple, pour les étrangers ils exigent que l'établissement soit équipé de beaux meubles



et que l'établissement soit bien décoré, en adéquation avec le paysage environnant par contre pour les nationaux ces genres de choses sont juste des détails, le confort pour eux c'est qu'ils se sentent à l'aise et ont de la satisfaction aux prestations qu'ils demandent c'est-à-dire si c'est en hébergement qu'ils dorment bien, en animation qu'ils s'amuse et c'est tout.

#### *Le prix*

Tout le monde préfère avoir le prix abordable mais ceci aussi dépend du type de clientèle. Pour les étrangers, à une certaine prix ils ne pourront penser que les prestations sont mauvaises si c'est trop abordable.

Pour les nationaux cela ne pose pas de problèmes puisque eux ils peuvent se renseigner et avoir des informations sur l'établissement à l'avance donc ils ont largement le choix s'ils veulent aller dans l'établissement et si cela convient à leur revenu.

#### **1.4.4.2 Etude de l'Offre**

##### *Analyse de la concurrence:*

- Identification de la concurrence

Actuellement, les hôtels et chambres d'hôtes sur place proposant l'hébergement et la restauration et notamment quelques animations.

- Force et faiblesse de la concurrence Connaissance de la localité et prix compétitif

##### *Faiblesse*

Non professionnalisme au niveau du personnel et manque d'animation, d'exploitation de la richesse du site d'implantation.

#### **1.4.4.2.1 L'analyse de la concurrence**

##### **Tableau 6:Analyse de la force et des faiblesses de la concurrence**

Localisation	Nom de l'établissement	Type d'établissement	Capacité d'accueil et tarification	Taux d'occupation	Type de clientèle	Forces	Faiblesses
AMPEFY	Hotel KAVITAH	Hôtel/ restaurant, snack bar traiteur	22 chambres: de 31 000Ar à 130 000 Ar	Week-end : 100% Jours ouvrables : 23%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Confort, reconnu, cadre agréable (accès au lac, piscine), prestations attractives (canoe, vtt, ping-pong, baby foot), loueur de voitures,	Prix des prestations élevés.
	Gite d'Ampefy	Chambres à louer	05 chambres : de 12 000 Ar à 26 000 Ar	Week-end : 85% Jours ouvrables : 20%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Cadre d'ambiance familiale, confort,	Nombre de chambre réduit.
	La terrasse	Hôtel / restaurant	10 chambres de 35 800Ar à 45 800Ar	Week-end : 100% Jours ouvrables : 50%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes (Anglophone, francophone)	Confort, centre ville,	Non panoramique.
	Akany Sambatra	Hôtel / restauration à la demande	08 chambres de 15 000Ar à 30 000 Ar	Week-end : 90% Jours ouvrables : 37%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Gamme de prix large et abordable,	Chambres modestes.
	Chez Lovasoa	Hôtel / restaurant	04 chambres de 10 000Ar à 15 000Ar	Week-end : 100% Jours ouvrables : 25%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Prix le moins cher	Cadre désagréable
	Auberge Loharanosoa Chez Jacky	Hôtel/restaurant		Week-end : 85% Jours ouvrables : 20%	Malagasy et Karana en week-end, des touristes	Confort, cadre agréable	Loin de la ville

Tous les personnels sont très accueillants, la répartition des basses et hautes saisons se distinguent des week-ends et des jours fériés ainsi que des jours ouvrables

- Haute saison : week-end incluant des fois le vendredi soir), jours fériés (pâques, pentecôte, Noël, ascension...)
- Basse saison : jours ouvrables

**Tableau 7: Tableau de performance des concurrents et d'Ampefy Evasion**

Etablissements	Relais de la Vierge	Kavilah	La Terrasse	Au Village
Nombre de clients	+++	+++	++	+++
Prix	+++	++	++	++
Service (qualité)	+++	++	+	+++
Créativité	++	++	++	+++
Publicité	+	++	+++	+++
Accueil	++	++	+	+++
Implantation	++	++	+++	+++
Capacité d'accueil	++	++		+++

Très fort : +++

Fort: ++

Faible : +

#### **1.4.4.3 Détermination du part de marché**

Selon les chiffres données par le Ministère du Tourisme, les touristes visitant les Hautes Terres seraient de 7.30% ceci représente notre part de marché au niveau National. Par contre, nous estimons en gagner plus avec les nationaux qui sont les clients potentiels du site d'Ampefy.

## **Section2 : Plans opérationnels**

### **2.1 Plan marketing :**

#### **2.1.1. Politique de produit :**

Notre produit : c'est un parc aquatique composé d'une piscine avec des toboggans, entouré d'une plage avec des chaises longues. Un restaurant, des vestiaires, un bar, la

réception, les bureaux de l'administration et les habitations des gardiens dont chacun muni de toilettes.

Alors pour mettre en valeur notre produit et pour répondre au mieux aux besoins de nos clients, nous lui avons ajouté quelques services supplémentaires :

- comme services facilitant, nous fournirons des brochures d'informations sur le parc en indiquant clairement le plan pour arriver au parc, les horaires d'ouverture et de fermeture, notre adresse, nos numéros de téléphone, adresse e-mail et site web, les prix d'entrée ainsi que les services que nous proposons aux clients et les conditions de vente et de service.

Les réservations du parc pourront se faire par téléphone ou par email. Nous n'accepterons pas pour commencer les chèques bancaires pour plus de sécurité.

- comme services de soutien : notre personnel sera formé pour pouvoir bien accueillir les clients, toujours avec le sourire et leur dire ce qu'il faut ou ne pas faire toujours en restant courtois mais ferme. Le personnel sera attentif aux moindres demandes ou remarques ou des plaintes des clients, ceci étant très important car nous savons que le client est le meilleur vendeur qu'il soit mais aussi le plus dangereux des concurrents s'il était insatisfait de son passage dans l'établissement. Donc s'il se trouvait qu'un problème survenait, nous nous engageons à le résoudre avec efficacité autant que possible.

Pour la sécurité des biens des visiteurs, ils pourront déposer leurs affaires à la consigne et les récupérer à leur sortie.

Pour conclure l'exposé de la stratégie que nous allons adopter sur le point de vue de notre produit, notre principal objectif est de satisfaire les visiteurs en mettant à leur disposition un personnel compétent, courtois et chaleureux.

### ***2.1.2 Politique de prix :***

Il existe plusieurs méthodes de fixation de prix mais en général elle dépend des objectifs poursuivis par l'entreprise.

- Base de détermination du prix :

Pour notre part, nous avons demandé l'opinion des acheteurs potentiels, puis nous sommes allés voir les prix des concurrents et enfin nous avons comparé ces prix à notre coût de revient en ajoutant les bénéfices. Et nous avons constaté que par rapport à ces prix nous n'aurons pour commencer que peu de bénéfices.

**Tableau 8 : Les prix prévisionnels**

CATEGORIE DE CLIENTS	Tarifs Prix en Ar
ENFANTS de 3 à 12 ans	
ETUDIANTS de 12 à 18 ans	
ADULTES à partir de 18 ans	
Groupe de plus de 10 personnes (par pers)	
• ENFANTS	3000
• ETUDIANTS	5000
• ADULTES	8000
FAMILLE (2 ADT + 2 ENF)	22000
ACCOMPAGNATEURS	1000

Donc d'après ce tableau, les prix que nous voulons appliquer seront un plus cher que les prix appliqués par les concurrents. Pourquoi ? Parce que notre produit est nouveau et le coût de sa réalisation est assez élevé alors il nous faut gagner vite des bénéfices. C'est pourquoi nous avons choisi les ménages de classe élevée.

#### ***2.1.3. Politique de distribution :***

Notre politique de distribution sera très simple : nous serons les producteurs et nous vendrons notre produit directement aux consommateurs.

Nous sélectionnerons notre personnel selon les critères suivant : expériences dans le domaine de la vente, d'un niveau du baccalauréat, ayant un esprit vif, créatif, dynamique, ayant l'esprit d'équipe et sachant bien communiquer avec les clients. Le personnel sera informé sur l'esprit de l'entreprise : le but de l'entreprise, ses objectifs, les réglementations, les différentes activités proposés dans l'entreprise ; en fait dans la mesure du possible, nous les formerons selon les standards internationaux et par rapport à leurs capacités.

Ils seront rémunérés selon leur grade, par un salaire fixe par mois.

#### ***2.1.4 Politique de communication :***

La publicité et la promotion ont pour but de faire connaître l'entreprise, le nom et le produit au public. En fait, dans cette politique de communication, le but est de s'assurer que les consommateurs ciblés connaissent et apprécient le produit et les services proposés.

Cette politique utilise différents moyens :

\* Le produit : de par l'aspect extérieur de notre produit, les clients auront d'emblée envie de venir au parc car même vu de l'extérieur, il attirera par son aspect joyeux, égayé par des couleurs vives. En entrant, tout sera mis en place pour que chacun y trouve son bonheur :

hall spacieux et aéré, une piscine pour petits et grands également spacieux, un restaurant servant des plats originaux selon les goûts, une grande terrasse avec une vue sur l'ensemble du parc. Concernant la politique de produit à appliquer, nous ferons connaître le parc avec l'adresse exacte, les horaires d'ouverture, les prix d'entrée, le moyen de contacter les responsables pour plus d'informations, les différents services et les activités proposées (avec les photos à l'appui), ce qui différencie le parc des autres centres de loisirs, à travers des spots publicitaire

\* La publicité : voici le message que nous voulons véhiculer à travers les publicités : Notre parc aquatique est idéal pour ceux qui veulent se retrouver en famille dans un endroit calme pourtant situé non loin de la ville, avec pour la première fois à Madagascar le toboggan multipistes, tout cela avec les services d'un restaurant bar, d'une pizzeria de qualité.

Nous concevrons nous même notre publicité car nous avons dans notre équipe un spécialiste en audio visuel. Il y aura des affiches, des spots publicitaires télévisés, radiophoniques, des brochures, des tracts, des affiches, des tee-shirts, des casquettes, des stylos. Pour assurer la diffusion de ces derniers, nous les déposerons dans les restaurants, les hôtels, les grandes surfaces, les stations services, boutiques et autres points de ventes mais aussi dans les agences de voyages et tour opérateurs. Des équipes mobiles se chargeront de distribuer les tracts aux passants et aux connaissances.

Pour atteindre notre marché, nous comptons utiliser comme moyens de communication : la télévision et à la radio (Tv Plus, Viva, Rta) où passera notre publicité tous les jours pour le lancement du produit pendant les deux semaines avant l'ouverture du parc et pendant les deux premières semaines de lancement puis quatre fois par semaine pendant les heures de grande écoute durant tout le trimestre. Il n'y aura pas de publicité pendant les vacances d'hiver mais elle reprendra avant la rentrée.

Nous pourrions également bénéficier de la publicité de bouche à oreille qui est un moyen gratuit mais pourtant plus efficace que toutes les publicités.

Comme promotion de ventes, nous comptons faire entrer gratuitement les 10 premières personnes arrivées au parc à chaque week-end du premier trimestre, puis 25% de remises aux groupes de visiteurs de plus de 06 personnes pendant le premier trimestre pour que notre produit soit bien lancé. Il y aura aussi des cartes de fidélité pour ceux qui ont l'habitude de venir au parc avec une entrée gratuite à la dixième venue.

La section des cadeaux comporte des stylos, des casquettes et des tracts que nous allons commander chez des imprimeurs professionnels (INJET) ainsi que des tee-shirts.

#### **Tableau 9: Coûts de la communication**

Synthèse des coûts de la communication et des promotions pour le lancement du parc durant les deux années suivant son ouverture (Ariary)

DESIGNATION	INJET	VIVA	Ma Fm		TOTAL
RADIO		135.000	140.000		
TELEVISION		3.940.000			
AFFICHES	2.150.000				
AUTRES				1.525.000	10.240.000

#### **Tableau 10: Liste des autres dépenses de communication**

ITEMS	NOMBRE	PRIX UNITAIRE (Ar)	TOTAL
STYLOS	250	700	175.000
CASQUETTES	250	1.500	375.000
TEE-SHIRTS	100	3.500	350.000
TRACTS	500	500	250.000
BROCHURES	500	750	375.000
TOTAL			1.525.000

#### **2.1.5 Services après vente et garantie :**

Etant donné que nous proposons surtout des services, nous n'avons pas de politique de services après vente ni de garantie.

Toutefois, les clients fidèles seront informés des nouvelles tendances adoptées par l'entreprise par courriels ou par courriers postaux .Mais nous prendrons en compte toutes les remarques, critiques et suggestions émises par les visiteurs.

#### **2.2 Plan de production :**

Le plan de production décrit les caractéristiques de la production envisagée tant en terme de volume que de valeur et les besoins en intrants de l'entreprise.

### **2.2.1 - Besoins en matières premières et autres intrants :**

Nos fournisseurs sont composés de grossistes à Antananarivo même et d'étrangers contactés par le biais de l'Internet.

Voici ce dont nous aurons besoin pour la première année en ce qui concerne les articles de bain à vendre et les matériels reliés à la piscine :

**Tableau 11: Les besoins en articles de bain à vendre et les matériels reliés à la piscine pour la première année**

DESIGNATION	NOMBRE	PRIX UNITAIRE (Ar)	TOTAL
Articles à vendre:			
Maillot de bain (fillettes)	20	5.000	100.000
Maillot de bain (garçons)	20	4.000	80.000
Maillot de bain (femmes)	20	10.000	200.000
Maillot de bain (hommes)	20	7.000	140.000
Lunettes pour piscine (enfants)	25	4.000	100.00
Lunettes pour piscine (adultes)	25	8.000	200.000
Bonnet de bain (enfants)	25	5.000	125.000
Bonnet de bain (adultes)	50	8.000	400.000
			1.345.000
Matériels à louer:			
Bouées	05	4.000	20.000
Matelas gonflables (enfants)	03	9.000	27.000
Matelas gonflables (adultes)	05	15.000	75.000
Planches de bain	05 paires	20.000	100.000
Brassières	10	3.000	30.000
Bateaux gonflables	02	20.000	40.000
Ballons pour piscine	05	2.000	10.000
			302.000
TOTAL			1.647.000

En ce qui concerne les quatre prochaines années, nous nous approvisionnerons en fonction des articles vendus et de l'utilisation des matériels du parc. Donc nous avons estimés nos besoins pour cette période en prenant en compte les probables augmentations de prix comme suit :



**Tableau 12: Les besoins moyens en articles de bain à vendre et les matériels reliés à la piscine pour les quatre années à venir**

DESIGNATION	NOMBRE	PRIX UNITAIRE (Ar)	TOTAL
Articles à vendre:			
Maillot de bain (fillettes)	15	6.000	90.000
Maillot de bain (garçons)	15	5.000	75.000
Maillot de bain (femmes)	15	12.000	180.000
Maillot de bain (hommes)	10	9.000	90.000
Lunettes pour piscine (enfants)	20	4.000	80.000
Lunettes pour piscine (adultes)	15	8.000	120.000
Bonnet de bain (enfants)	20	7.000	140.000
Bonnet de bain (adultes)	25	10.000	250.000
			1.025.000
Matériels à louer:			
Bouées	04	5.000	20.000
Matelas gonflables (enfants)	03	10.000	30.000
Matelas gonflables (adultes)	03	17.000	51.000
Planches de bain	02 paires	20.000	40.000
Brassières	03	4.000	12.000
Bateaux gonflables	02	20.000	40.000
Ballons pour piscine	05	2.000	10.000
			203.000
<b>TOTAL</b>			<b>1.228.000</b>

**Tableau 13: Besoins en matières premières du restaurant pour la première année**

Désignation	Coût (Ar)
Légumes	360.000
Viande	900.000
Charcuterie	400.000
Produits laitiers	600.000
Autres (riz, farine,...)	400.000
<b>TOTAL</b>	<b>2.660.000</b>
Mois	Coût (Ar)
Janvier	2.660.000
Février	2.660.000
Mars	2.660.000
Avril	2.660.000
Mai	2.660.000
Septembre	2.050.000
Octobre	2.780.000
Novembre	2.780.000
Décembre	2.890.000
<b>TOTAL</b>	<b>23.690.000</b>

Et ensuite pour les quatre années à venir, nous avons, en prenant compte des variations et des augmentations de prix :

**Tableau 14: Variation des besoins du restaurant pour les quatre prochaines années**

ANNEE	COUT (Ar)
ANNEE 2	23.860.000
ANNEE 3	24.030.000
ANNEE 4	24.640.000
ANNEE 5	25.250.000
TOTAL	97.780.000

### **2.3. Plan technique :**

Nous allons voir ici en détails les besoins de l'entreprise en investissement : infrastructures, aménagements et équipements.

#### **2.3.1 - Localisation et site :**

L'entreprise sera implantée dans la région Ouest de la ville d'Antananarivo, dans la Commune d'Ampefy.

A part la facilité d'accès au site car que ce soit du Sud, du Nord, de l'Ouest ou de l'Est, nous pouvons y accéder très facilement grâce au boulevard, appelé plus communément «By-pass», nous l'avons aussi choisi du fait de son emplacement qui est un peu éloigné mais qui répond tout à fait à notre slogan : loin de tous (bruit, grand monde, embouteillages, le travail...) mais entre nous (en famille, entre amis...).

Nous l'avons également choisi du fait d'aucune présence concurrentielle : nous sommes les seuls à œuvrer dans ce secteur dans cette partie de la ville. Cela nous donne un net avantage par rapport au concurrent.

Il est à noter que nous avons de tout dans la commune d'Ampefy : viande bovine, porcine, de la volaille, des légumes et agrumes (...). La population est composée à 65% d'agriculteurs et d'éleveurs : cela nous permettra de nous approvisionner en matières premières à la commune même. Et d'après nos recherches effectuées auprès du bureau de la commune, celle-ci dispose d'un potentiel humain important qui est disponible pour les besoins en main d'œuvre de l'entreprise.

#### **2.3.2 - Description de la technologie utilisée :**

Nous utiliserons des éoliennes pour alimenter notre parc. Nous avons choisi ce moyen en vue d'une probable coupure fréquente du courant mais aussi parce que c'est un moyen et

respectant l'environnement pour avoir de l'électricité. Nous en ferons aussi profiter les habitations alentours. Ensuite, en ce qui concerne l'approvisionnement en eau des piscines et du parc, nous utiliserons l'eau de la nappe phréatique située juste sous le site traitée par un système de filtrage.

### **2.3.3 - Bâtiments, constructions, aménagements :**

Tout d'abord, il est à noter que tous les bâtiments seront à construire. Le bâtiment principal (A) est celui où se trouve la réception, le hall de réception, les toilettes, les bureaux de l'administration, le stockage et un local pour gardien à l'extérieur accolé au bâtiment. Nous avons aussi le restaurant desservi par une terrasse. Ce bâtiment sera de forme ovale, située juste en face du parking. Les vestiaires se trouvent près de la piscine avec six (6) douches, six (6) cabines, une toilette et deux (2) pissoirs pour hommes ; neuf (9) vestiaires et quatre (4) toilettes pour femmes.

Pour ce qui est de la sécurité autour des piscines, elle sera prise en charge par des maîtres nageurs sauveteurs agréés par l'Etat. Toutefois, les enfants moins de 12 ans devront être accompagnés par leurs parents ou des grandes personnes qui seront appelés à veiller sur eux.

### **2.3.4 - Besoins d'équipements :**

#### **2.3.4.1 Matériels de transport :**

Le matériel de transport se composera d'un Scooter neuf pour effectuer les petites courses telles que prendre et ramener le courrier (...), d'un van d'occasion qui sera utilisé pour les achats d'une quantité assez importante comme les fournitures de bureaux et autres et aussi pour le transport du personnel le soir. Enfin, pour l'usage des membres du staff, deux voitures d'occasion seront mises à leur disposition. Nous avons choisi des voitures d'occasion pour que le coût d'achat de ces matériels de transport ne soit pas trop élevé. Pourtant, il est à noter que ces voitures seront en très bon état.

**Tableau 15: Investissement en matériels de transport**

MATERIELS DE TRANSPORT	ETAT	NOMBRE	COUTS
Scooter	Neuf	1	1.600.000
Véhicule Bache	Occasion	1	8.000.000
Voitures de fonction	Occasion	2	16.000.000
Total			25.600.000

### 2.3.4.2 Matériels de bureau :

**Tableau 16: Les besoins en matériels de bureau**

DESIGNATION	NOMBRE	COUT
Fournitures de bureau	x	1.800.000
Tables pour bureaux	15	2.900.000
Chaises	45	4.450.000
Armoires	9	2.080.000
Total		11.230.000

### 2.4. Plan environnemental :

Pour obtenir l'autorisation d'ouverture auprès du Ministère du Tourisme, il est nécessaire d'effectuer une Etude d'impact Environnemental qui est une étude permettant de prévoir les conséquences écologiques et sociales positives et négatives d'un projet.

#### 2.4. 1 - *Impact environnemental :*

Le premier impact que pourrait provoquer la mise en place de notre projet se situe au niveau des propriétaires actuels du terrain qui vivent sûrement des récoltes de ces champs de rizières, ils n'auront probablement plus d'activités pour vivre.

A part cela, la présence d'une telle entreprise dans cette partie calme de la ville bousculerait le cours de la vie des habitants : augmentation du flux de véhicules, du flux de piétons en direction du parc, augmentation du bruit, apparition d'infrastructures aux alentours dont certain ne suivront peut être pas les normes d'urbanisme et de sécurité, affluence d'une population nouvelle dans la localité.

Nous venons de voir les impacts négatifs qui pourraient affecter l'environnement et la population.

Pour ce qui est des impacts positifs que nous pourrions apporter.

Nous pourrions donner une nouvelle image à la commune : moderniser le paysage sans pour autant détruire l'environnement. La conception même du parc est inspirée par l'envie de s'amuser dans un endroit où s'harmonisent végétation (arbres, fleurs), constructions et les hommes.

Sur le plan social, ce projet permettrait de créer des emplois à plein temps ou temporaire à tous types de personnes. Et grâce au parc qui s'approvisionne en électricité par éolienne, les habitations environnantes du parc pourraient bénéficier de l'électricité.

Enfin sur le plan économique, l'ouverture de ce parc fera accroître l'économie locale par l'approvisionnement en matières premières dans la localité même. Mais aussi, cette commune pourrait se faire connaître à travers le parc et pourrait attirer des touristes qui s'intéresseront à son histoire et aller voir le « Rova ».

#### **2.4. 2 -Le plan environnemental :**

Premièrement, nous comptons donner une compensation aux propriétaires actuels dudit terrain pour qu'ils puissent prendre un nouveau départ.

Ensuite, nous mettons à la disposition des clients un grand parking dans l'enceinte du parc, pour éviter qu'ils n'obstruent la route. Une allée permet d'isoler le parc de l'extérieur pour que le bruit y provenant ne dérange pas le voisinage.

#### **2.5. Plan des ressources humaines :**

Il est connu de tous que les hommes constituent la première richesse d'une entreprise. Ce plan présentera donc les besoins de l'entreprise en main d'œuvre, en personnel de bureau ainsi qu'en employés.

##### **2.5.1. Besoins en main d'œuvre :**

Voici les tâches qui devraient être accomplies pour l'exploitation de l'entreprise et les responsabilités s'y afférentes à chaque poste :

Assistante du gérant :

Tâches :

- Responsable de la gestion des tâches de secrétariat au sein de l'entreprise
- Accueil des visiteurs spéciaux
- Gestion des communications téléphoniques
- Gestion des rendez-vous et mise à jour des carnets d'adresses
- Classement adéquat des dossiers
- Traitement du courrier : réception, envoi
- Organisation logistique : réunions, ateliers, missions,...
- Etablissements des Procès Verbaux des réunions des organes sociaux, d'administration et de direction

Profil :

- Bacc + 3
- Expériences de deux ans dans un poste similaire
- Sens de la communication, de la rigueur et ayant un esprit d'initiative
- Autonome, dynamique
- Intégrité morale
- Maîtrise du français écrit et parlé et de l'anglais souhaité
- Maîtrise des outils bureautiques (Word et Excel)

Responsable administratif :

Tâches :

- Gestion du personnel :
  - Traiter les dossiers de permissions et établir le planning de congé
  - Produire des notes de services
  - Veiller à la bonne organisation des ressources humaines
  - Mettre en œuvre le cadre législatif et réglementaire en vigueur
  - Veiller à la mise à jour des dossiers et des fichiers sur la situation du personnel
- Gestion du parc :
  - Veiller à la bonne marche des actions d'entretiens et de réparation des équipements dans le parc
  - Gestion d'un parc de voitures incluant le suivi administratif, la programmation d'utilisation et l'établissement de rapports périodiques sur l'état de ces matériels
- Supervision de la comptabilité de l'entreprise

Profil :

- Formation en gestion, droit ou administration
- Bac + 4 avec expériences professionnelles de 3 ans au moins dans un poste similaire
- Homme ou femme âgé de 30 à 45 ans
- Aisance à la gestion du personnel et du patrimoine
- Forte capacité d'animation, sens des relations publiques et de négociation
- Maîtrise du français
- Pratique de l'anglais

- Maîtrise de l'outil informatique (Word, Excel)
- Dynamique, intègre, rigoureux et sociable

Assistant du responsable administratif :

Tâches :

- Gestion des fournitures et des biens matériels :
  - Gestion de stock des fournitures de bureau, consommables informatiques,...
  - Assurer la distribution des articles commandés par les employés
  - Etablir les demandes d'achat et assurer la réception des articles livrés
  - Etablir les rapports périodiques sur la consommation de fournitures
  - Suivi des opérations de maintenance des infrastructures électriques
  - Assurer le suivi des contrats et les relations avec les fournisseurs et les prestataires de services

Qualités :

- Formation en gestion, droit ou administration
- Bac + 3 avec expériences professionnelles de 2 ans au moins
- Homme ou femme âgé de 28 à 35 ans
- Forte capacité d'animation, sens des relations publiques et de négociation
- Maîtrise du français
- Pratique de l'anglais
- Maîtrise de l'outil informatique (Word, Excel)
- Dynamique, intègre, rigoureux et sociable

Responsable marketing/ventes :

Tâches :

- Définir la politique mercantile de l'entreprise
- Diriger et animer la force de ventes
- Aider la force de ventes à réaliser les objectifs de l'entreprise
- Proposer des actions

marketing *Qualités :*

- Homme ou femme âgé de 30 à 45 ans
- Formation supérieure en marketing
- Bacc + 4 minimum

- 5 ans d'expériences au moins dans un poste similaire
- Manager confirmé
- Solide expérience en encadrement d'équipes de force de ventes.

Agent comptable et financier :

*Tâches :*

- Assurer le traitement des opérations comptables et financières
- Contrôler et regrouper les pièces comptables en vue de leur comptabilisation
- Effectuer au jour le jour la saisie des opérations sur logiciel
- Tenir à jour d'une manière régulière une comptabilité détaillée pour chaque catégorie de coûts, composante et sous composante

*Qualités :«*

- Homme ou femme âgé de 30 à 45 ans
- Formation en comptabilité et finances
- Bacc + 3 minimum
- Grande capacité d'assimilation et sens pratique
- Autonome, honnête et rigoureux
- Maîtrise du français
- Aisance pour l'utilisation de l'outil informatique

Caissier

*Tâches :*

- Vente des tickets d'entrée et des effets de bain
- Rapport journalier des états de ventes auprès de l'agent comptable et financier
- Donner une bonne image de l'entreprise : faire bon accueil, aider les clients si besoin.

*Profil :*

- Homme ou femme âgé de 25 à 35 ans
- Bacc technique et plus
- Expériences d'au moins 2 ans dans un poste similaire
- Dynamique, intègre, rigoureux et sociable
- Patient et intelligent
- Sens des relations publiques



- Maîtrise de français et pratique de l'anglais
- Aisance pour l'utilisation de l'outil informatique (Word, Excel)

Réceptionniste ;

*Tâches :*

- Accueillir et recevoir les visiteurs
- Assister les visiteurs en les conseillant, en les aidant
- Recevoir les remarques, les suggestions et les critiques des visiteurs
- Répondre aux appels téléphoniques
- Traitement du courrier : réception, distribution aux entités correspondantes, envoi

*Qualités :*

- Homme ou femme âgé de 22 à 30 ans
- Bacc + 2
- Expériences dans un poste similaire de 2 ans
- Souriant, chaleureux, patient, honnête, rigoureux
- Ayant un sens pratique de l'organisation
- Maîtrise du français et de l'anglais

Chef cuisinier :

*Tâches :*

- Assurer la bonne marche des activités en cuisine
- Assurer la propreté et l'ordre dans la cuisine
- Assurer l'accomplissement des commandes des clients
- Inventer de nouveaux plats pour l'entreprise
- Encadrer les autres cuisiniers et plongeurs
- Organiser le travail des cuisiniers, plongeurs et serveurs

*Qualités :*

- Homme ou femme âgé de 30 à 45 ans
- Expériences de 4 ans minimum dans un poste similaire
- Solide expériences d'encadrement d'équipes
- Dynamique, intègre, rigoureux et sociable
- Créatif et/ou innovateur

Cuisinier :

*Tâches :*

- Suppléer au chef de cuisine
- Cuire et faire des plats
- Suivre les instructions du chef de cuisine
- Suggérer de nouveaux plats au chef
- Assurer la propreté dans la cuisine suivant les règles d'hygiène en vigueur

*Qualités :*

- Homme ou femme âgé de 22 à 35 ans
- Expérience de 2 ans minimum dans un poste similaire
- Dynamique, intègre, rigoureux et sociable
- Créatif et/ou innovateur

Plongeur :

*Tâches :*

- Assurer la propreté dans la cuisine, la vaisselle et des couverts durant la journée et après fermeture du restaurant
- Aider les serveurs si besoin

*Qualités :*

- Homme de 22 à 30 ans
- Expériences dans le domaine d'activité de 06 mois au moins
- Dynamique, intègre, rigoureux et sociable

Barman :

*Tâches :*

- Servir les boissons aux clients
- Maintenir le bar dans un aspect propre et chaleureux
- Assurer la gestion des boissons et le paiement des factures par les clients

*Qualités :*

- Hommes de 30 à 45 ans
- Bacc au moins
- Expériences dans le domaine
- Rigoureux, honnête, dynamique, sociable et souriant
- Créatifs et/ou innovateur

Techniciens :

*Tâches :*

- Assurer le bon fonctionnement des machines ayant un rapport avec la piscine
- Assurer la propreté dans et autour de la piscine et dans les salles de machines

*Qualités :*

- Hommes de 30 à 45 ans
- Ayant un diplôme ou un certificat en technique de maintenance des piscines ou équivalent
- Expérience d'au moins 3 ans dans le domaine
- Rigoureux, honnête, dynamique et sociable

Maître nageurs :

*Tâches :*

- Garantir la sécurité des nageurs petits et grands
- Informer les visiteurs et les nageurs des règles qui s'appliquent dans le parc
- Vérifier les tickets d'entrée des nageurs
- Encadrer les cours de natation

*Qualités :*

- Hommes ou femmes de 30 à 45 ans
- Titulaire du Brevet d'Etudes Supérieures Sportives en Natation
- Titulaire du Brevet de secourisme
- Expériences dans le cadre de l'enseignement d'au moins 2 ans
- Rigoureux, honnête, dynamique et sociable
- Chaleureux, patient
- Maîtrise du français et de l'anglais serait un plus

Serveur :

Tâches :

- Servir les clients selon leurs commandes
- Mettre les tables avant l'arrivée des clients chaque matin
- Donner une bonne image de l'entreprise : faire bon accueil, aider les clients si besoin

Qualités :

- Hommes ou femmes de 22 à 35 ans
- Bacc et plus
- Expériences d'au moins 2 ans dans un poste similaire
- Rigoureux, honnête, dynamique et sociable
- Chaleureux, patient
- Patient et intelligent
- Sens des relations publiques
- Maîtrise du français et de l'anglais serait un plus

Gardien ou personnel de la sécurité :

Tâches :

- Assurer la sécurité du parc de jour comme de nuit
- Assurer la fermeture et l'ouverture des portes et portails du parc
- Assurer la propreté à l'extérieur du parc

Qualités :

- Hommes de 30 à 50 ans
- Expériences dans le domaine
- Maîtrise d'arts martiaux
- Sachant bien lire et écrire
- Rigoureux, honnête, dynamique et sociable
- Mesurant au moins 1,60m

Femmes ou hommes de salle :

Tâches :

- Nettoyer les bureaux, le hall, le restaurant, les toilettes,...
- Vider les poubelles des bureaux et autres salles
- Assurer la propreté et l'ordre dans tout le parc

Qualités :

- Hommes ou femmes entre 25 à 45 ans
- Expériences de plus de 2 ans
- Sachant bien lire et écrire
- Rigoureux, dynamique et sociable

Jardinier :

Tâches :

- S'occuper des jardins, arroser les fleurs et toutes les plantes dans le parc
- Maintenir le parc dans un aspect chaleureux
- Assurer la propreté dans le parc et aux alentours du parc

Qualités :

- Hommes de 30 à 50 ans
- Expériences dans le domaine
- Sachant bien lire et écrire
- Rigoureux, dynamique et sociable

Nous enverrons les offres d'emplois dans les journaux, les spots télévisés et parmi les connaissances.

### ***2.5. 2 - Organisation de l'entreprise :***

Le jour de fermeture hebdomadaire de l'entreprise sera le lundi.

Les employés de bureau rentreront à 08h30 le matin pour sortir à 16h30 le soir. Les employés responsables (02) du nettoyage des bureaux et autres salles rentreront à 07h30 matin et sortiront à 12h30. Les serveurs, le barman, les cuisiniers, le plongeur et le maître nageur travailleront de 10h 00 à 18h00. Le ou les techniciens travailleront de 09h00 à 12h00 mais selon les besoins de l'entreprise.

Enfin les gardiens qui logent dans le parc et les hommes de sécurité seront à toute heure de la journée disponible pour assurer la sécurité du domaine de jour et de nuit.

En ce qui concerne les jours de fêtes et autres congés officiels, les employés se relayeront pour assurer le service et ce en échange de primes.

La culture organisationnelle que nous comptons privilégier se basera sur quatre (04) valeurs fondamentales qui sont :

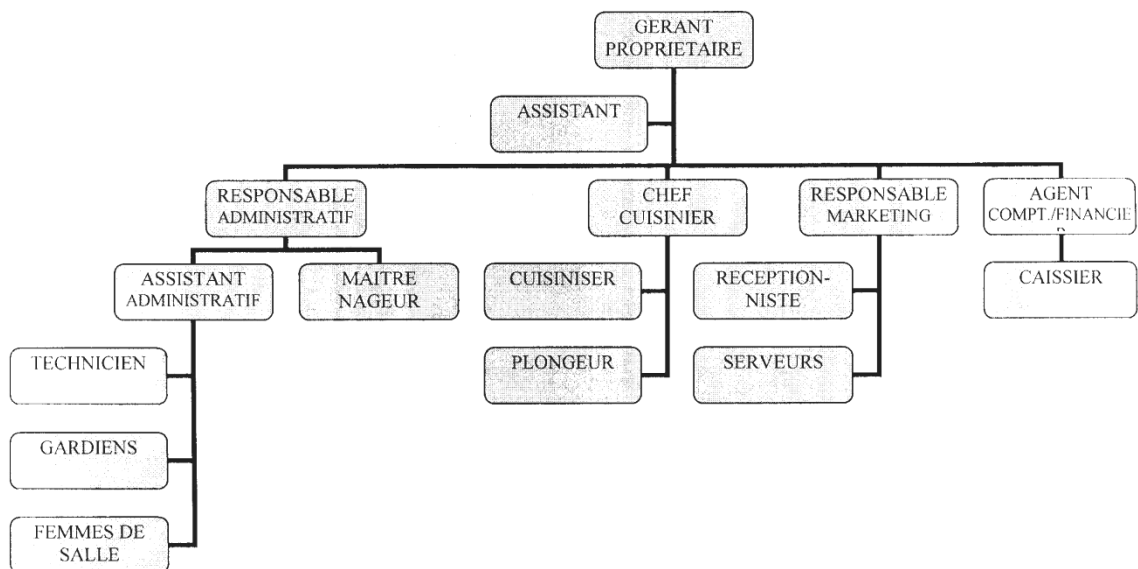
- Les clients ;
- Le personnel ;
- La qualité ;
- Le profit.

Nous inciterons chaque employé à se développer personnellement dans son travail en améliorant chaque jour leur méthode de travail, à aimer leur travail et à aimer travailler en équipe.

Ensuite pour pouvoir offrir aux clients des services de qualité, nous suivrons les normes internationales de qualité en vigueur et formerons le personnel à cet effet.

\* Pour ce qui est du conseil d'administration, qui est un groupe de personnes, morale ou physique chargé de diriger une institution comme une association, un établissement ou dans ce cas précis une entreprise ; se composera essentiellement du gérant propriétaire, des associés et du responsable administratif. Les membres du conseil d'administration ont des pouvoirs fiduciaires spéciaux par lesquels ils doivent agir pour le bénéfice de l'ensemble des propriétaires de l'entreprise. Le conseil d'administration est élu lors de l'assemblée générale des actionnaires.

Voici l'organigramme de l'entreprise :



**Figure 1: Organigramme**

### **Section 3 : Stratégie Marketing adoptée**

Le marketing est l'ensemble des activités que déploie une entreprise pour mettre à la disposition des consommateurs dans les meilleures conditions un produit ou un service. Il est constitué par l'étude de marché et toutes les moyennes mises en œuvre pour conquérir le marché en fonction des objectifs de l'entreprise.

#### **3.1 Politique de produit**

Nous mettrons en exergue la différence de nos produits dont l'accueil, l'organisation du travail.

Le cadre qu'offre Ampefy Evasion est unique par rapport aux autres concurrents tant au niveau d'hébergement qu'à la restauration. L'Ampefy Evasion étant le seul type d'hébergement camping de confort agréable et où la restauration se spécialise en grillade surtout du poisson qui on le sait fait la réputation de la région d'Itasy.

L'Ampefy Evasion met également à la disposition des clients un terrain de camping. Comme les campings requièrent une très haute sécurité, la sécurité d'Ampefy Evasion sera mise en exergue.

Nos produits et services seront accessibles à tous qu'ils soient résident ou non.

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

Stratégie orientée revenus: nous allons opter pour la politique du moindre coût pour que la rentabilité soit rapidement atteinte.

Pour la restauration: Comme l'Ampefy Evasion fournira des matières premières tels que le combustible (charbon) et le riz, les coûts seront moindre à la différence des autres lesquels doivent tout acheter au marché. Nous pourrons donc nous permettre de nous aligner sur le prix tout en multipliant 2 pour un couvert moyen vendu à 8 000 Ar. Notre coût de revient sera de 3 820, donc marge à 110% en restauration.

Pour l'hébergement: nous avons une gamme de produit différente que ce soit catégorie ou type d'hébergement. Le prix d'hébergement dans l'«*Ampefy Evasion* » variera de 20 000 à 30 000 Ar mais notre tarif le plus élevé s'alignera toujours pour un coût moindre. A cause du prix psychologique, nous préférons ne pas trop baisser de prix. Le bon marché a toujours été sujet de méfiance.

Nos prix pourraient évoluer selon les circonstances, nous offrirons des tarifs de groupe ou des réductions selon la période de l'année. De même des facilités de paiements pourraient être accordées aux clients les plus fidèles.

### **3.3 Politique de distribution**

Comme notre secteur s'évolue dans le secteur tourisme, nous allons collaborer avec des agences de voyages et tour opérateurs pour lancer notre produit.

Nous pourrions élargir notre distribution par l'intermédiaire des guides locaux du village en proposant aux clients nos produits.

Nous lancerons également notre produit par le biais des brochures qu'on disposera dans des agences de voyages et des grands restaurants d'Antananarivo.

L'Internet, le moyen de communication le plus utilisé et accessible à tous. Ainsi, nous proposerons également notre produit sur internet.

### **3.4 Politique de communication**

Pour que les autres fassent connaissance à notre service, nous avons choisi de faire parvenir à une voie de communication rapide et compétente qui prend en charge le devenir de notre parc.

Pour une annonce presse, nous avons choisi MIDI Madagascar et les Nouvelles car la majorité des jeunes et des grades personnes s'intéresse à ces journaux , le format du titre, du texte, de l'image et de la couleur seront établies par un professionnel et pour les médias, sur les canaux personnels nous avons choisi un entretien face à face et d'une communication téléphonique, la bouche à oreille est crédible. Pour le budget publicitaire comme les panneaux routiers : INJET, le plus reconnu pour son désign avec projection d'image Méga Pixel, la radio et la télévision sera sur RTA pour sensibiliser la masse, MA Fm pour les jeunes et VIVA le plus écoutés de tous.

Comme objectif pour ce qui est de la communication, assurer une efficacité publicitaire avec une agence sur le plan de campagne et être le leader sur le marché en choisissant des médias efficaces.

Définir une stratégie de communication passe par deux étapes. Dans un premier temps, il s'agit de définir l'importance et les enjeux de la communication



Cette première partie nous a amené à identifier le projet. Sur ce point, nous avons mis en première rubrique la présentation générale du projet.

D'après cette partie, nous pouvons constater que la majorité des classes de personne ont besoin de se divertir. Certes, nous avons décidé d'instaurer le projet intitulé « la création d'un centre de loisirs et d'attractions à Ampefy » s'élargissant sur la route nationale RN1 qui est une région géographiquement et climatiquement favorable pour un centre.

Dans la deuxième rubrique, il sera identifié l'étude du marché, qui comportera l'analyse de l'offre, de la demande et des concurrents afin de voir quelle stratégie il faut adopter pour bien se positionner sur le marché et à analyser la quantité des produits et services écoulés sur le marché mais aussi de leur qualité.

Par la suite la deuxième partie s'intitule « La conduite du projet » donne des précisions sur la réalisation du projet.

## PARTIE II : CONDUITE DU PROJET

Concevoir, mettre en œuvre, et piloter des projets industriels, marketing, qualité ou recherches dans un secteur d'activité, sur un marché ou au niveau de l'entreprise, dans un contexte national ou international sont les nouvelles données de la conduite du changement des entreprises.

A cet effet, il est nécessaire d'avoir une approche globale de la conduite de projet sous divers aspects: technique, technologique, ressources humaines, matériels et financiers.

Pour ce concept, il sera analysé dans cette deuxième partie la technique de production ainsi que la capacité de production envisagée.

La démarche de la conduite de projet constitue une révolution culturelle et une véritable méthodologie de la pensée qui amène les entreprises et leurs dirigeants à revoir leur gestion organisationnelle d'où l'étude organisationnelle sera traitée dans cette partie.

## **PARTIE II : CONDUITE DU PROJET**

Cette partie décrit les techniques de prestations du centre et l'étude organisationnelle du projet. Il est nécessaire de l'examiner avant d'entamer l'étude financière du projet.

### **CHAPITRE I : TECHNIQUE DES PRESTATIONS DU CENTRE**

Ce chapitre est destiné à identifier les ressources et les techniques de prestations envisagées.

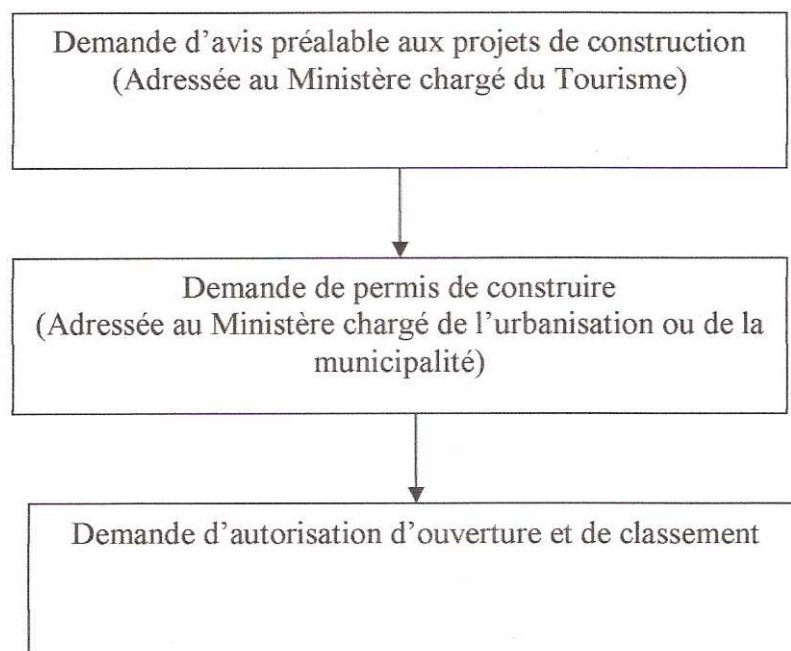
#### **Section 1 - Réglementation en vigueur**

Les réglementations en vigueur consistent à identifier la procédure à suivre, les lois régissant le code de tourisme au niveau des établissements touristiques à Madagascar, le traitement des dossiers de projet touristique ainsi que les activités envisagées.

##### **1.1. Procédure à suivre**

Comme toute entreprise implantée à Madagascar, la création d'entreprise hôtelière peut être soumise à des normes et à des règles prescrites par l'Administration, spécialement par le Ministère de l'Environnement, des Forêts et du Tourisme afin de répondre aux exigences des visiteurs aussi bien nationaux qu'étrangers.

**Figure 2: Schéma de la procédure à suivre**



*Source: Manuel de l'investisseur touristique*

La demande d'avis préalable adressée au Ministère chargé du Tourisme ou de l'autorité qui délègue son pouvoir est obligatoire pour la mise en place des hôtels et des restaurants. Tous les travaux relatifs à la construction, à l'aménagement et à l'extension des bâtiments d'hébergements touristiques et de restauration doivent faire l'objet d'un avis du Ministère chargé du Tourisme, préalable à l'octroi du permis de construire défini par le code d'urbanisme.

## **1.2. Investissements touristiques à Madagascar**

Tout Etablissement à prestations touristiques à Madagascar est régi par le code du tourisme

L'Arrête n° 4 902/2001/MINITOUR fixant les modalités d'exploitation, les normes des établissements d'hébergement faisant l'objet de classement et les aptitudes professionnelles des responsables.

L'arrête n° 4 911/2001/ MINITOUR fixant les modalités d'exploitation, les normes des établissements de restauration faisant l'objet de classement et les aptitudes professionnels des responsables.

Ces codes fixent les règles qui régissent la nature du développement intégré, ordonné, durable et harmonieux du tourisme, aussi bien dans celui de la sauvegarde de l'environnement.

## **1.3. Traitement des dossiers de projet touristique**

Avec l'existence de l'EDBM (Economic Development Board of Madagascar), le traitement des dossiers de projet d'investissement touristique se trouve raccourci et les procédures sont allégées de manière significative. Si auparavant, le traitement des dossiers était de 45 jours, aujourd'hui, le dossier est étudié au bout de 5 jours.

## **Section 2 : Infrastructures envisagées**

Les infrastructures sont composées de bâtiment central, les bungalows et de la piscine.

### **2.1. Bâtiment principal**

Le bâtiment principal de l'établissement est composé de :

- Salle de réception
- Restaurant

- Chambres
- Bureau de personnel administratif
- Salles culturelles et loisirs
- Logement du Gérant

### ***2.1.1. Restaurant, espace culturel et loisir***

Le bâtiment du restaurant et de la salle artisanale sont compris dans le bloc central, ils sont construits en un bloc dur. Il s'agit d'une construction en bloc de R+2, c'est-à-dire, il dispose de deux étages. Le restaurant au premier étage et l'espace artisanal au rez-de-chaussée. Le bâtiment est fabriqué avec des matériaux importés chez des autres régions à des prix moins chers, à savoir: les briques, les bois, les ciments, les kasaka (pour le toit) et le fer. Chaque salle est équipée de deux WC, de deux lavabos avec eau chaude.

## **2.2. Bungalows**

Par définition: «*le bungalow* est une maison unifamiliale à un étage, très populaire dans les banlieues d'Amérique du nord. Le mot provient d'hindî Bangala qui signifie «qui a un rapport Bengale ». A l'origine, le terme désignait une habitation traditionnelle construite en bois. Le bungalow moderne est un type d'Habitation pratique pour le propriétaire, dans la mesure où toutes les parties habitables de la résidence sont situées sur le même étage; il peut donc être facilement converti de manière à le rendre accessible pour les personnes se déplaçant en chaises roulantes. Il est habituellement muni d'une grande véranda et construit en série dans des développements immobiliers situés à proximité d'axe de communication important et de services de proximités (écoles, centres commerciaux, parcs, etc,...)».

La dimension de notre bungalow est de 5 m de longueur et de 4 m de largeur, soit une surface de 20 m<sup>2</sup>. La hauteur est de 7 m en sus du toit. La surface d'installation d'un bungalow est de 40 m<sup>2</sup>. L'hébergement opte pour deux types de bungalows : le bungalow double (pour deux personnes) et le bungalow familial comme son nom l'indique. Chaque bungalow doit disposer de :

- Ventilateur, un poste téléviseur
- Un lit de deux places d'une dimension de 140 cm x 200 cm des éléments de rangement: cintres et étagères
- Une table avec chaises et corbeille à papiers, une armoire
- Une salle d'eau privative alimentée d'eau chaude et d'eau froide avec un WC privatif.

## 2.3. Piscine

La piscine est une aire de loisir offerte aux clients. Elle est gratuite pour les clients pendant leur séjour dans le Centre touristique. Elle peut recevoir jusqu'à 50 personnes. Sa dimension est de 30 m de longueur est de 15 m de largeur. La profondeur de la piscine varie de 1 m à 4 m.

## Section 3 : Identification des ressources nécessaires

Identifier les ressources nécessaires du projet consiste à connaître:

- Les ressources matérielles
- Les ressources financières
- Et les ressources humaines

### 3.1. Ressources matérielles

Ces ressources matérielles sont constituées des éléments suivants:

#### ❖ Terrain

C'est le lieu où le centre sera construit avec une surface de 4 000 m<sup>2</sup>.

#### ❖ Constructions

Le devis estimatif de tous les travaux en construction, bâtiments et autres infrastructures, sera présenté dans la troisième partie. Ici, nous allons montrer dans des tableaux le nombre des constructions et les différents types d'installations ainsi que les équipements utilisés dans ce centre touristique.

**Tableau 17: Constructions**

RUBRIQUES	UNITE	QUANTITE
Constructions du bâtiment	Pièce	01
Construction bungalow double	Pièce	08
Construction bungalow familial	Pièce	04

Liste des matériels et équipements d'exploitation:

#### ❖ Matériels informatiques et mobiliers de bureau

Les matériels informatiques et mobiliers de bureau sont récapitulés comme suit:

**Tableau 18: Matériels informatiques et mobiliers de bureau**

Matériels	Quantité
Table de bureau de Direction	01
Tables	08
Fauteuil	01
Chaises	16
Etagères	04
Armoires	04
Ordinateurs	03
Imprimante	01
Onduleurs	03
Coffre fort	01

## ❖ Matériels et outillages

**Tableau 19: Equipements de cuisine et de restauration**

Matériels	Quantités
<b>APPAREIL CUISINE</b>	
Cuisine mixte 4 feux	02
Robot 2 litres	02
Friteuse Fritaeco 12 litres	01
Machine à café	01
Hachoir électrique	01
Machine à pâte	01
<b>BATTERIE DE CUISINE</b>	
Marmite série de 2	07
Poêle à griller	04
Série de 5 casseroles	02
Couteau de cuisine	10



<b>VERRERIE (EN CRISTAL)</b>	
Verre à eau (lot de 6)	200
Verre à vin à pieds (lot de 6)	200
Verre à pied à Whisky (lot de 6)	200
Flûte à champagne (lot de 6)	200
Coupe à glace	200
Carafe	50
<b>VAISSELLERIE</b>	
Assiette plate	600
Assiette à dessert	200
Assiette creuse	200
Tasse et sous tasse à thé	200
Tasse et sous tasse à café	200
Plateaux de service	50
Saladier	50
Saucière	50
Sucrier	50
Salière	50
Poivrière	50
Cafetière	25
Soupière	50
<b>ARGENTERIE</b>	
Couteau de table	200
Cuillère à table	200
Cuillère à café	200
Fourchette de table	200
Moule (ensemble 9 pièces)	01
Tire à bouchon	6
Shaker	04
Seau à champagne	25
Seau à glace 1 litre	06
Eplucheuse	10
Ouvre bouteille	10
Cendrier fougère	50
Congélateur 850 litres	01
Réfrigérateur 850 litres	02
Réfrigérateur 350 litres	01
Etagère de rangement	01
Comptoir bar	01
Etagère bar vitré	01
Fer à repasser	04
Bac à linge	05
Diverses :	
- Nappe	50
- Draps	40
- Couvres lits	40

- Rideaux	38
- Serviettes	30
Miroir mural	04
Extincteurs (6 Kg et 10 Kg)	10
Bacs à ordure	36
Bacs roulants	02

**Tableau 20: Equipements des chambres et des bungalows**

Elément	Quantité
Lits 2 places	36
Lit 1 place	04
Table de nuit	26
Armoire (chambre)	14
Commode (bungalow)	12
Table	76
Chaise	226
Télévision	14
Ventilateur	32
Lampe de chevet	26
Divers accessoires : vases, montre murale	

**Tableau 21: Les installations diverses et techniques**

Désignations	Nombre
Téléphones	06
JIRAMA	
Terrains de sports et loisirs	02
<b>Installations sanitaires :</b>	
-Pour les chambres (douche+WC)	14
-Pour les bungalows (douche+WC)	12
-Pour le restaurant (WC+urinoir+lavabo)	04
-Pour le personnel (Douche+WC)	02

❖ **Matériels de transport**

Voici les matériels de transport qu'on a besoin

**Tableau 22: Liste des matériels de transport**

RUBRIQUES	Unité	Nombre
Véhicules Mini Bus	U	04
Véhicule léger	U	02
Véhicule Bâché	U	01
Pirogues	U	10

u: unité

### 3.2. Ressources humaines

Pendant les cinq (5) premières années, l'exploitation du Centre dispose de 13 personnes. Les ressources humaines se repartissent dans le tableau ci-dessous suivant la catégorie professionnelle:

**Tableau 23: Personnels du Centre**

ADMINISTRATION ET CONCEPTION	
FONCTION	EFFECTIF
GERANT	1
RAF	1
CHEF CUISINI	1
CUISINIER	2
FACTOTUM	1
FEM DE CHAM	2
SERVEUR	2
GARDIENS	2
RECEPTIONNISTE	1
TOTAL	13

## Section 4 : Techniques d'exploitation

Il s'agit ici de technique d'exploitation des équipements et des matériels à installer et à créer. Ces équipements sont distingués en équipements de production et d'infrastructure. Mais pour la mise en marche du Centre, il est primordial de songer aux diverses installations nécessaires.

### 4.1. Equipements d'exploitation

La qualité des matériels employés et équipements utilisés constitue les points forts du Centre.

## **4.2. Diverses installations**

Cette section concerne les ressources en eau et électricité. Elle traite également tout ce qui est gestion des déchets.

### ***4.2.1. Ressources en eau potable***

Tout type d'hébergement touristique offre avant tout une alimentation saine et abondante, continue en eau de la JIRAMA tant pour les besoins de clients que pour l'usage du centre.

### ***4.2.2. Sources d'énergie***

Le centre touristique serait fourni de l'électricité à partir du courant de la JIRAMA.. Tous les appareils électroménagers sont électriques, cette énergie alimente le système d'éclairage des bâtiments.

### ***4.2.3. Evacuation des eaux usées et des déchets***

Tout centre touristique, dans la mesure du possible doit être pourvu d'un système d'évacuation des eaux et traitement de déchets. On installe 36 bacs à ordures qui sont éparpillés dans le bâtiment, à l'extérieur du bâtiment et régulièrement vidés. Deux (2) bacs roulant faciliteront le transport des déchets vers les lieux de décharges.

### ***4.2.4. Réseaux téléphoniques***

La zone AMPEFY est en mesure de connecter les réseaux téléphoniques (Orange, Zain, Telma) fixes ou mobiles. Ce Centre sera équipé de six (6) téléphones fixes, un (1) Fax et un accès à internet. Cette dernière est l'une des plus réclamées par les touristes.

### ***4.2.5. Sécurité et incendie***

La protection de l'incendie est un facteur non négligeable pour une exploitation hôtelière surtout quant il s'agit d'un établissement touristique. Les toitures sont en «Kasaka» et les meubles sont tous en bois, ainsi, il serait plus prudent d'installer la protection de l'incendie comme les extincteurs qui sont au nombre de dix (10).

## Section 5 Capacité d'accueil envisagée

Cette section permet de figurer l'accueil envisagé. Naturellement, les recettes sur les ventes à réaliser dépendent du prix adopté et de la fréquentation des visites ainsi que de la dimension du marché.

En matière de restauration, d'hôtellerie, de culture, de loisirs et de sports, le Centre commence à fonctionner avec un taux d'occupation de 50%. Il en est de même pour la vente artisanale.

### 5.1. Au niveau de l'hébergement

Nous disposons de 14 chambres et de 12 bungalows repartis comme suit :

**Tableau 24: Clients attendus**

Chambre et bungalow	Nombre chambre et bungalow	Nombre de lits		Total de lits	
		Deux places	Une place	Deux places	Une place
Chambre à simple lit	04		04		04
Chambre à double lit	10	20		20	
Bungalow à simple lit	08	08		08	
Bungalow familial à double lit	04	08		08	
<b>TOTAL</b>				<b>36</b>	<b>04</b>

Si l'hôtel est occupé à 100%, il y aura 76 personnes à recevoir quotidiennement. Les clients attendus seront les suivants

**Tableau 25: Nombres de bungalows utilisés pour l'année 1**

Elément	Unité	Nuités	Mensuel	Annuel
Bungalow		08	240	2 400
Bungalow familial		04	240	2 400
Chambre simple		04	120	1 200
Chambre double		10	1 200	12 000
<b>Taux d'occupation à 50%</b>				
Effectif du bungalow		04	120	1 200
Effectif du bungalow familial		02	120	1 200
Chambre simple		02	60	600
Chambre double		05	600	6 000
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>900</b>	<b>9 000</b>

**Tableau 26: Nombre de nuitées des bungalows pour les cinq (5) années**

Elément	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Bungalow double	2400	2 400	2 400	2 400	2 400
Bungalow familial	2 400	2 400	2 400	2 400	2 400
Chambre simple	1 200	1 200	1 200	1 200	1 200
Chambre double	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
<b>Taux d'occupation</b>	<b>50</b>	<b>60</b>	<b>70</b>	<b>80</b>	<b>90</b>
Effectif du bungalow double	1 200	1 440	1 680	1 920	2 160
Effectif du bungalow familial	1 200	1 440	1 680	1 920	2 160
Chambre simple	600	720	840	960	1 080
Chambre double	6 000	7 200	8 400	9 600	10 800
<b>TOTAL</b>	<b>9 000</b>	<b>10 800</b>	<b>12 600</b>	<b>14 400</b>	<b>16 200</b>

## 5.2. Au niveau du restaurant

Le restaurant est équipé et organisé de manière à assurer la qualité hygiénique des aliments servis, ainsi il dispose une cuisine dont le plan, l'aménagement et l'équipement sont conformes aux règles de l'hygiène; il met en œuvre, lors de la préparation des plats, un cheminement des produits en évitant les risques de contamination.

Le restaurant est équipé de 50 tables réparties en différents nombres de places. Cela donne 200 couverts. Avec un taux d'occupation de 40% (200 x 40%), on a 80 clients à réserver quotidiennement et pour un an, il y aura 24 000 personnes (80 clients x 300 jours) qui fréquentent le restaurant.

Ce chiffre est pris approximativement parce qu'il y a ce qu'on appelle période de pointe et période creuse. On suppose que 30% parmi les 24 000 clients viennent en période basse et les 70% pendant la haute saison, c'est-à-dire du Mois de Mai jusqu'au mois de Septembre et le mois de Décembre.

La recette empochée sur les boissons et marchandises générales est obtenue par les 40% des clients au restaurant (les 24 000 personnes envisagées par an) qui peuvent consommer ces boissons et acheter ces marchandises.



### 5.3. Au niveau de la salle

La salle peut recevoir jusqu'à 200 personnes. Elle sera destinée à des spectacles culturels (cabaret, concert,...). L'organisation de la fête se fera à chaque week-end. Cela fait 02 jours de spectacle par semaine, soit 8 jours par mois, donc 80 jours dans l'année. Avec un taux de fréquentation de 40%, le nombre de clients attendu de  $(200 \times 40\% \times 80 \text{ jours})$  est de 6 400 par an.

### 5.4. Au niveau de l'artisanat

D'après la statistique relevée au sein du Ministère du Tourisme, l'artisanat attire 277 052 étrangers en 2005.

Sur le plan régional, 1 350 touristes sont nos clients.

Nous souhaitons attirer les 50% de ces clients pour acheter nos articles artisanaux. Cela nous apporte environ 675 clients par an. Cette vente sera lancée sur l'espace culturel et loisir.

### 5.5. Au niveau du transport

Pour que les clients puissent visiter les différents sites de la région, le Centre prend en charge le transport des visiteurs et nous pensons mettre à leur disposition un (1) mini bus pour faire la navette.

Le taux d'utilisation de chaque matériel de transport que nous envisageons est prévu à 50%.

**Tableau 27: Taux d'occupation pour le transport (en %)**

Désignation	Quantité	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Voitures	04	50%	60%	70%	80%	90%
Pirogues	10	50%	60%	70%	80%	90%

Source : Nos propres calculs

## Section 6 : Aspects qualitatifs et quantitatifs du projet

Nous nous intéressons aux aspects qualitatifs et quantitatifs de notre projet dans le but de connaître la meilleure adaptation des offres touristiques aux clients cibles.

## **6.1. Aspects qualitatifs**

La qualité des offres du projet (restauration, hébergement et campagne de promotion) apparaît dans la réponse à la question « Est ce que ces prestations conformément-elles aux exigences et besoins des clients? »

Ainsi, les éléments qualitatifs de ces prestations s'expriment en deux (2) points: la validité du point technique et la précision de leurs offres.

### ***6.1.1. Validité du point technique des articles***

L'équipe conceptrice de ce projet c'est nous, étudiante du Département Gestion, Option Finances-Comptabilité d 'Entreprise à l'Université d' Antananarivo.

Nous avons pu déterminer avec précision les outils, moyens nécessaires et disponibles pour la faisabilité (technique, financière et surtout commerciale). En effet

- pour la première prestation, hébergement en vue d'accueillir les clients touristiques.

Cette équipe de projet a insisté sur l'importance de l'accueil, la qualité des chambres, leur conformité et suivant les normes exigées par le code du Tourisme international en vigueur à respecter par les opérateurs touristiques à Madagascar

- dans le domaine de la restauration, cette équipe conceptrice a mis l'accent sur la propreté de l'alimentation, la fraîcheur du produit utilisé et la rapidité des services. Alors, chaque client peut trouver la satisfaction par le biais de nos prestations en restauration.

L'équipe de projet ne s'arrête plus à ces deux prestations mais elle prépare également, dans leur budget de communication, toutes les dépenses liées aux campagnes de sensibilisation dans le domaine des salons, colloque, ateliers et, éventuellement les foires qui vont se dérouler périodiquement, dans des manifestation collectives qui peuvent avoir des impacts internationaux pour le projet.

### ***6.1.2. Précision des prestations touristiques***

Nos offres reposent toujours sur les trois prestations, à savoir les loisirs, l'hébergement et la restauration.

Préciser l'offre en hébergement c'est choisir leurs caractéristiques définitives. Ces dernières comprennent les caractéristiques techniques, commerciales, économiques et les services associés.

- Les caractéristiques techniques du centre sont justifiées par l'utilisation maximale et la performance de ses prestations. En effet, notre hébergement sera constitué de chambres



conçues suivant des normes exigées du code de tourisme et de la restauration qui applique les règles de l'art culinaire.

- quant aux caractéristiques commerciales, elles se situent au niveau de la capacité d'attraction, c'est-à-dire la prolifération ou engouement des clients à entrer dans nos chambres et d'y déjeuner
- les caractéristiques économiques reposent sur la stratégie de prix, conditions de vente et nombre des chambres. Bref, c'est la fréquentation et la consommation qu'effectuent les touristes qui illustrent les aspects économiques du centre, elles se vérifient à l'aide des fiches clients (voir annexe).
- les services associés vont comprendre la formation, les services après vente, l'assistance à la mise en œuvre, la documentation et sa mise à jour, le financement.

Il faut remarquer que toutes ces caractéristiques participeront à l'incarnation de l'image de marque du Centre et elles nous permettent de nous distinguer de nos concurrents.

## **6.2. Aspects quantitatifs**

Principalement, les éléments suivants constituent les typologies de notre projet:

- le montant du capital social
- le montant des investissements
- le nombre de salariés
- le chiffre d'affaires
- la part de marché disponible
- la valeur ajoutée

Les éléments quantitatifs sont présentés à la troisième partie de cet ouvrage

C'est une moyenne entreprise employant (13) salariés, avec des chiffres d'affaires et investissement moyen.

## ***CHAPITRE II : ETUDE ORGANISATIONNELLE DU PROJET***

Ce deuxième chapitre va nous illustrer l'esprit du Centre. Une organisation reposera sur :

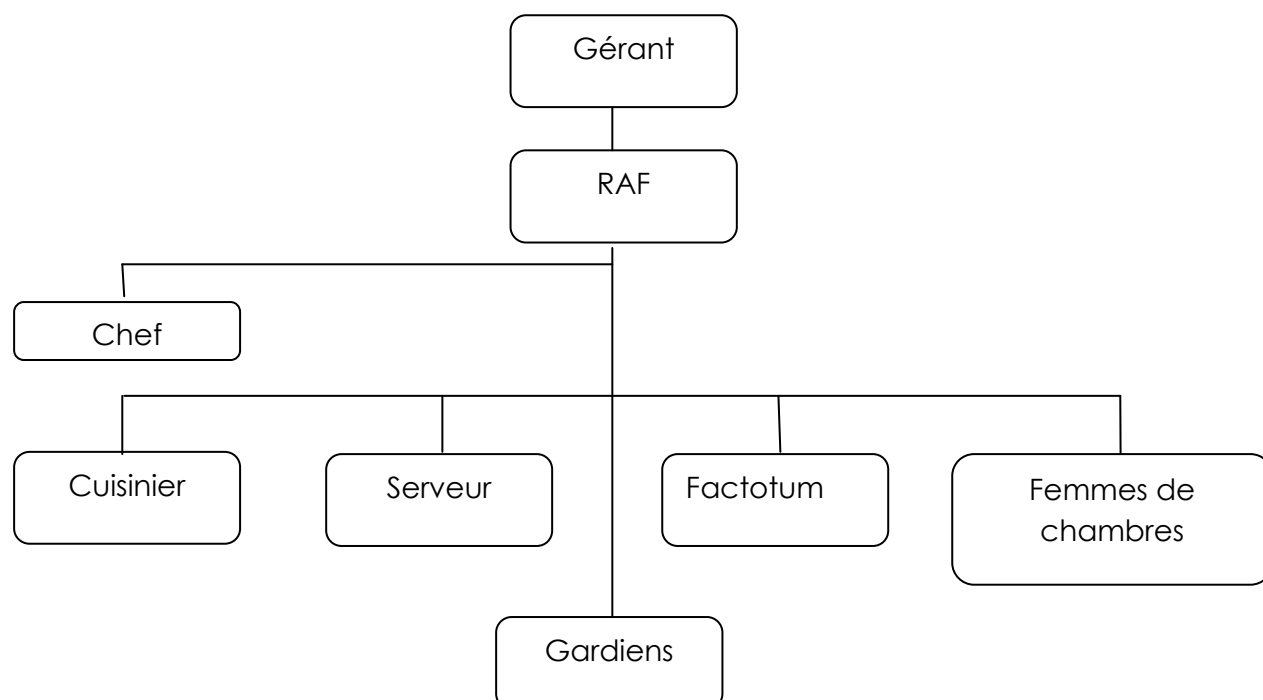
- l'organigramme
- l'organisation du travail
- le chronogramme

### **Section 1 Organigramme**

Tous les spécialistes de l'entreprise s'accordent à dire qu'il n'existe pas de structure universelle à l'entreprise. Mais chaque structure reflète le style de direction et la taille de l'entreprise en question. Ici, notre portefeuille s'articule sur les prestations touristiques.

L'organisation du Centre retrace les schémas et les images des informations et liaisons existant dans le Centre en question. Alors, nous pouvons présenter ci après l'organigramme du Centre.

**Figure 3: Organigramme fonctionnel envisagé**



De ce fait, pour expliquer l'organigramme du centre, la description de ces postes de travail sera primordiale

### **1.1. Description des postes**

Notre Centre de loisirs et d'attractions connaît une structure entrepreneuriale et moderne. Il existe 13 postes à savoir :

- gérant
- RAF
- chef cuisinier
- cuisinier
- factotum
- femme de cham
- serveur
- gardiens

#### ***1.1.1. Poste du Gérant***

Le Gérant est le premier responsable de l'établissement, toute décision émane de lui après avoir consulté les employés. Il s'occupe en premier lieu du fonctionnement et du développement de l'entreprise. En un mot, il est à la fois directeur administratif et financier, directeur de ressources humaines. De ce fait, ces tâches demandent des caractères du leader comme suit :

- Emprise de la personnalité et de la motivation du propriétaire dirigeant sur la configuration du Centre: structure, style de gestion, prise de décision. On peut dire que la personnalisation de la gestion en la personne du propriétaire règne. En effet, le centre reflète la personnalité du gérant
- Omniprésence et rôle pivot du Gérant
- Centralisation de la gestion
- Stratégie intuitive ou peu formalisée, concrétisation de la rapidité de la décision.

#### ***1.1.2. Administration et conception***

Ce poste est compliqué du fait qu'il recouvre d'autres postes comme le Responsable Marketing, le Comptable et l'informaticien. En fait, ils sont au nombre de 15 agents. Ainsi, nous pouvons répartir les attributions et tâches en deux postes : le service marketing et celui de la Comptabilité.

Le Responsable Administratif et Financier

Il :

- se charge de la meilleure adéquation des prestations à la demande des clients
- assume aussi la commercialisation et la vente de ces prestations touristiques
- détermine les prix adoptés dans le Centre.
- assure l'animation et le contrôle des personnels afin d'apprécier l'efficacité des opérations du projet
- est le responsable de la communication et de la promotion du centre

Il s'occupe également de la comptabilité du centre

### **1.2. Style de direction adoptée**

Le succès ou l'échec d'une entreprise repose sur la personnalité du dirigeant (style de direction). Les recherches en style de direction se sont davantage concentrées sur les styles de comportements et de direction. Un style de direction représente la façon dont le dirigeant va orienter l'action de son équipe et l'organisation dans son ensemble.

Le style de direction se comprend mieux si l'on situe l'action dans le contexte organisationnel dans lequel elle se déroule. Certains styles de direction se développent mieux dans certains contextes.

D'après MTNTZBERG, les styles de direction possèdent six (6) typologies d'organisation entrepreneuriale, celle mécaniste, une organisation professionnelle bureaucratique, celle du divisionnaire, une organisation innovatrice et celle idéologique.

- on est dans une organisation entrepreneuriale quand on est tombé dans une structure simple avec un style de direction privilégiant la proximité et la centralisation
- dès qu'on assiste à l'organisation mécaniste, elle est spécifique pour une grande usine de construction automobile mais son style de direction va s'appuyer sur une technostucture et une ligne hiérarchique hautement développée
- quant à l'organisation professionnelle bureaucratie, elle est parfaitement décentralisée
- organisation divisionnaire, caractérisée par les divisions autonomes
- l'adhocratie fluide et organique caractérise une organisation innovatrice

Alors, pour le présent projet, le style de direction à adopter sera l'organisation innovatrice tout en combinant deux prestations de services. De ce fait, on prévoit de recruter des experts en matière commerciale et financière pour optimiser la recette de ce centre.

Notre style de direction sera fait pour répondre et satisfaire les besoins spécifiques du tourisme. Ainsi, notre structure innovatrice fait briller l'économie de marché. Cette dernière représente la force du centre face à la concurrence.

## **Section 2 Organisation de travail**

Organiser le travail au sein du Centre c'est:

- décrire les tâches possibles
- organiser les avant prestations
- conserver les ingrédients dans le restaurant
- bien gérer les ressources humaines
- décrire l'organisation administrative

### **2.1. Description des tâches possibles**

Il existe plusieurs tâches à assumer dans notre Centre.

Par exemple, les tâches ci après sont des tâches entreprises pendant la préparation du repas

A: acheter les ingrédients

B : préparer le menu

C : préparer l'apéritif

D : nettoyer la table

E : mettre la table

F : préparer les ingrédients

G: cuisiner les plats

H: servir le repas

### **2.2. Organisation avant prestation**

Le centre possède des responsables respectifs que ce soit pour l'hôtel que ce soit pour le restaurant.

Pour l'hébergement, c'est le responsable de l'hébergement qui est le chef hiérarchique.

Pour la restauration, les tables sont ultérieurement faites par les serveurs qui sont ordonnés par le maître d'hôtel à chaque utilisation pour pouvoir recevoir les autres. De l'autre côté, le chef cuisinier prépare les plats avec l'aide des cuisiniers.

### 2.3. Mode de conservation des ingrédients

Il dispose un entrepôt dans lequel on trouve des appareils de congélation et refroidissement afin de conserver les ingrédients. Le mode de conservation des ingrédients du restaurant suit le principe de stockage. Ce dernier consiste à enregistrer les dépenses afin de savoir quand est ce qu'il faut s'approvisionner en matière d'ingrédients. Le système de stockage consiste à tenir les produits et les denrées alimentaires en quantité déterminée car la plupart des produits sont périssables.

Dans ce projet, notre restaurant aura des stocks d'ingrédients suffisants pour une durée déterminée. Dans le stockage, il faut aussi s'intéresser à la hiérarchisation des produits, ceci permet une classification en fonction de leur prix, des quantités utilisées, de leur fréquence d'utilisation, des quantités minimales d'achat, des délais de réapprovisionnement afin de faciliter le suivi des stocks.

Une classification commode est la classification ABC basée sur le principe de la loi 20/80 de PARETO.<sup>24</sup>

Voici la classification qu'il a préconisée

**Tableau 28: Classification des produits à stocker selon PARETO**

CLASSE	PRODUITS
A	Produits très chers, rares, délais longs
B	Produits moyennement chers, disponibilité aléatoire sur le marché
C	Produits courants, peu chers

Il est clair qu'en fonction de la catégorie d'appartenance, chaque produit aura un mode de gestion spécifique. Alors, les produits gastronomiques utilisés correspondent aux produits de classe C.

### 2.4. Mode d'approvisionnement

Le système d'approvisionnement consiste à identifier le lieu où le centre s'approvisionne. Notamment, le centre ne se fixe pas sur un seul lieu précis pour s'approvisionner mais il jongle selon les qualités d'offres existantes dans n'importe quelle région et cherche toujours des prix abordables.

### **Section 3 Gestion des ressources humaines**

C'est une politique adoptée pour faire fonctionner le personnel dans le but d'augmenter les chiffres d'affaires.

#### **3.1. Politique de personnel**

C'est pratiquement la conduite du personnel et la répartition des responsabilités (division de travail) conformément à la politique générale de l'entreprise et des objectifs y afférents.

#### **3.2. Administration du personnel**

Elle correspond relativement à des activités principales suivantes:

- la technique d'information: il s'agit des comptes rendus, des rapports, de l'inventaire effectués entre les différents niveaux de la direction. Ces informations vont parcourir à la hiérarchie de l'entreprise
- les rémunérations: ce sont les salaires de base et les autres charges sociales (CNaPS, OSTIE), les avantages en nature ou en numéraire.
- Les statuts du personnel: ce sont les textes qui régissent le statut du personnel (réglementation, le bilan social, les apports salariaux, ...).

#### **3.3. Motivation du personnel**

On appelle motivation, une tension que l'action apaise et qui est ainsi source d'action. Tout homme n'agit que pour satisfaire un petit nombre de besoins fondamentaux dont on peut dresser une liste approximative : conservation, sécurité, solidarité, considération, utilité, croissance, niveau de vie, initiative, expression, justice et confort.

De ce fait, motiver son personnel est indispensable au sein d'une entreprise. Donc, notre centre analyse ces besoins et essaie de les satisfaire afin que le personnel puisse réaliser leurs tâches respectives sans contrainte et avoir des esprits créatifs dans tout ce qu'il entreprend.

Au début, aucun fonds ne sera réservé à cet effet mais il est toujours possible d'accorder des pourcentages ou des primes en fonction du résultat dès la deuxième année de l'exploitation et de donner à son personnel la chance de se perfectionner.

On considère les formations du personnel, les promotions au niveau du travail, des techniques et des rémunérations des salariés qui correspondent convenablement à leurs qualifications à l'ordre de 10% comme motivations.

### 3.4. Organisation administrative

Quant à l'organisation administrative, trois niveaux de décisions sont mis en exergue tels que : la direction, la gestion et l'exécution.

La Direction analyse tout ordre général qui circule au sein du Centre. Elle applique alors la décision stratégique.

La gestion traite les informations ou ordres généraux venant de la direction ou de l'exécution. C'est une décision adoptée à la circonstance tant qu'elle prendra une décision pratique.

L'exécution assure l'explication quotidienne. Elle applique la décision adoptée à chaque opération: c'est ce qu'on appelle décision opérationnelle.

## Section 4 Chronogramme d'activités

Appelée préparation administrative des activités, le chronogramme de ce projet s'articule en deux (2) prestations (hébergement et restauration). D'ailleurs, il suit à chaque fois trois étapes: la préparation du programme, l'exécution et le contrôle du programme.

### 4.1. Chronogramme de l'implantation du Centre

Cette implantation comprend:

- en colonne, étude, lancement et contrôle
- en ligne, les opérations sur l'entretien auprès du Ministère du tourisme, consultation documentaire et textuelle chez le Ministère de l'Environnement, des Eaux et Forêts et du Tourisme, l'implantation du centre à AMPEFY.

**Tableau 29: Chronogramme de l'implantation du Centre**

Désignation	Etude	Lancement	Contrôle
Entretien auprès du Ministère du tourisme	Un mois	Une semaine	Une semaine
Consultation documentaire	Deux mois	Un mois	Deux semaines
Implantation	Trois mois	Cinq mois	Deux mois



#### 4.2. Planning de la campagne de promotion

Cette campagne de promotion contient:

- en colonne: l'étude, le lancement et le contrôle
- en ligne: les éditions des catalogues, participations aux manifestations collectives et publicité

**Tableau 30: Chronogramme de la campagne de promotion**

Désignation	Etude	Lancement	Contrôle
Edition des catalogues	12 mois avant saison haute	Pendant la saison basse	Nombre de revues et brochures vendues
Participation aux manifestations Collectives	Garder la liaison auprès de l'OMT et MEEFT	Suivant manifestation	Nombre des participants
Publicité	12 mois avant saison haute	- Pendant la saison haute - Insertion au site web	-Nombre d'abonnements par mailing list - Nombre de visiteurs - Evolution du taux de remplissage du centre

Bref, la deuxième partie de cette étude explique l'identification des moyens nécessaires pour l'exploitation outre la capacité d'accueil des clients visiteurs et la production envisagée ainsi que l'étude organisationnelle de ce projet. Après ces différentes études sur la conduite du projet, nous allons maintenant établir une étude financière sur le projet et essayer d'évaluer les analyses financières et les analyses socioéconomiques de notre projet.

La deuxième partie de cette étude explique l'identification des moyens nécessaires pour l'exploitation outre la capacité d'accueil des clients visiteurs et la production envisagée ainsi que l'étude organisationnelle de ce projet. Après ces différentes études sur la conduite du projet, nous allons maintenant établir une étude financière sur le projet et essayer d'évaluer les analyses financières et les analyses socioéconomiques de notre projet.

# **PARTIE III : ETUDE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET**

Cette troisième partie reflète la situation financière et met en exergue l'intérêt et l'opportunité que peut apporter la création d'un centre de loisirs et d'attractions à Ampefy. Elle comporte trois grands chapitres, tout d'abord pour le premier chapitre sera porter sur l'étude financière du projet : les investissements, les comptes de gestion et les états financiers prévisionnels. Ensuite, le deuxième chapitre concerne l'évaluation financière du projet. Et enfin, cette partie se termine par un cadre logique qui est un outil utilisé dans la planification, la gestion, le suivi, et l'évaluation d'un projet.

## **PARTIE III : ETUDE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET**

Cette dernière partie constitue la pierre angulaire du projet. Elle sera constituée de l'analyse des investissements et financement du projet, des comptes de gestion et de résultat prévisionnels ainsi que de l'évaluation financière et économique du projet

### **CHAPITRE I : ETUDES FINANCIERES DU PROJET**

Dans ce premier chapitre, nous évaluerons dans un premier temps les investissements relatifs au projet. Ensuite, nous classerons ces estimations en deux classes : comptes de charges et de produits. Enfin, nous établirons les états financiers prévisionnels

#### **Section 1 : Evaluation des investissements du projet**

En respectant le modèle initialement prévu, nous allons recenser les informations à utiliser et les états à construire pour juger de la fiabilité du projet dans cette première grande phase. Dans cette section, on aura parlé l'allocation de ressources matérielles et financières. C'est à dire on attendra par l'acquisition des biens qui définit l'investissement, tel que les immobilisations à la fois corporelle et incorporelle dont ils sont nécessaires pour l'aménagement du domaine.

##### **1.1 Les immobilisations**

Par définition, c'est l'engagement de ressource à long terme entrepris par l'entreprise dans l'espoir d'en retirer une rentabilité future. Elles sont figurées sur l'actif du bilan de la société avec leur valeur d'origine. Ces immobilisations sont divisées en deux, soit immobilisation incorporelle, soit immobilisation corporelle.

##### ***1.1.1 immobilisation incorporelle***

Les immobilisations incorporelles sont des immobilisations regroupant les éléments nécessaires à la mise en fonction de la société. Et ces éléments sont composés de l'enregistrement de l'acte de constitution, divers logiciel pour le traitement des informations de gestion et les autres frais. Tous cela se réuni dans un mot appelé frais de développement, sa valeur est estimé à l'ordre de 1.500.000 Ar. Elle fait parti des apports apportés par les associés.

### ***1.1.2 immobilisation corporelle***

Il s'agit de biens matériels qui jouent un grand rôle de l'investissement du projet. Ces immobilisations se répartissent comme suivent : Terrain d'exploitation, construction des bâtiments, matériels et outillages d'hôtellerie, matériel roulant et les matériels informatique et mobiliers de bureaux. Il sera nécessaire de rappeler que cet élément subit de l'amortissement en fonction du temps.

- ***Terrains***

C'est le lieu où la société sera construit avec une surface de 4 000 m<sup>2</sup>, elle fait parti des apports des associés et évaluer environs de 28.000.000 Ar ou bien 7000Ar par m<sup>2</sup>. D'après le PCG 2005 le terrain d'exploitation ne subit pas de l'amortissement.

- ***Construction***

Les infrastructures sont composées de bâtiment central et des bungalows. Le bâtiment est fabriqué avec des matériaux importés chez des autres régions à des prix moins chers, à savoir: les briques, les bois, les ciments. Le coût total de la construction s'élève à 46.750.000Ar.

- ***Matériel et Outillages***

Notre projet envisage des matériels et équipements pour les activités principales et supplémentaires. Ce genre d'immobilisation est établi suivant la norme d'envergure de l'hôtellerie. Sa valeur est estimée à 9.650.000Ar.

- ***Matériel de transport***

Il est nécessaire pour faciliter le service de la tour, divers déplacement. La société disposera 4 véhicules d'occasion d'une valeur de 50.500.000Ar. Le 1/5 de ce montant est constitué par de financement propre.

- ***Matériel informatique***

Dans le monde actuel, l'utilisation de Matériel informatique s'avère nécessaire pour les organismes, car elle facilite le traitement des informations disponibles et la relation avec les tiers. Pour cela l'entreprise dispose des équipements informatiques tels que les ordinateurs,

imprimante et etc..... en vue d'assurer l'accomplissement des activités. Ce matériel peut coûter environ de 1.300.000Ar amortissable aux taux de 20%.

- **Mobilier de bureaux**

Les mobiliers de bureaux sont destinés à être utilisé par les employés de l'établissement. Sa valeur est estimée à 1.232.000 Ar. C'était la description et identification des immobilisations nécessaires pendant notre projet. Pour mieux les connaître on va présenter la récapitulation de ces immobilisations sous forme d'un tableau suivant.

*Tableau n°31 : Récapitulation des immobilisations*

Eléments	VO	Durée	Amortissement	Apport	A financer
Frais de développement	1'500'000	5	300'000	1'500'000	
Terrain	28'000'000			28'000'000	
Constructions	46'750'000	20	2'337'500		46'750'000
Matériels et outillages	9'650'000	10	965'000		9'650'000
Matériels de transport	50'500'000	5	10'100'000	16'000'000	34'500'000
Matériels informatiques	1'300'000	5	260'000	1'300'000	
Mobiliers	1'232'000	5	246'400		1'232'000
Total	138'932'000		14'208'900	46'800'000	92'132'000

D'après ce tableau, nous avons vu que les sommes des investissements nécessaires du présent projet s'élèvent à 138.932.000Ar. Les matériels de transports s'affichent la plus grande somme suivie de la construction.

## **1.2 Système d'amortissement**

Cette sous-section, nous permet de savoir l'amortissement de biens utilisés pendant le projet. Certaines immobilisations subissent un amoindrissement de leur valeur respective, et de manière continue, irréversible et avec le temps : usure, obsolescence, vétusté... l'amortissement constate ainsi cette perte de valeur, et à part ailleurs pour l'objectif d'assurer le renouvellement de ces immobilisations. Diverses méthodes sont possibles pour le calcul des amortissements mais pour simplifier, nous allons retenir la méthode de l'amortissement d'annuités constant. Cette méthode est aussi appelée amortissement linéaire dans le sens où le montant de l'annuité reste stable tout au long de la durée d'utilité du bien amorti. Voici donc le principe de calcul de cette annuité :

Annuité d'amortissement = Valeur amortissable du bien/ Nombre d'année d'utilité

Ou Annuité d'amortissement = Valeur amortissable du bien \* Taux d'amortissement

Avec Taux d'amortissement = 100%/ Nombre d'année

$A_n$  = Annuité de l'année n (les annuités étant constantes)

-V.N.C = V.A- A.C

-V.N.C = Valeur nette comptable

-A.C = Amortissement cumulé

*Tableau n°32 : Tableau des amortissements*

Eléments	VO	Durée	Amortissement	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	V.N
Frais de develop	1'500'000	5	300'000	300'000	600'000	900'000	1'200'000	1'500'000	-
Terrain	28'000'000								28'000'000
Construction	46'750'000	20	2'337'500	2'337'500	4'675'000	7'012'500	9'350'000	11'687'500	35'062'500
Materiel et Outi	9'650'000	10	965'000	965'000	1'930'000	2'895'000	3'860'000	4'825'000	4'825'000
Materiel de tran	50'500'000	5	10'100'000	10'100'000	20'200'000	30'300'000	40'400'000	50'500'000	-
Materiel informa	1'300'000	5	260'000	260'000	520'000	780'000	1'040'000	1'300'000	-
Mobilier	1'232'000	5	246'400	246'400	492'800	739'200	985'600	1'232'000	-
Total	138'932'000		14'208'900	14'208'900	28'417'800	42'626'700	56'835'600	71'044'500	67'887'500

### 1.3 Besoin en fonds de roulement

Le fonds de roulement initial est la liquidité monétaire nécessaire pour couvrir les charges pendant la période de démarrage du projet. Cette rubrique nous présente l'ensemble des recettes prévisionnel et des dépenses engagées par la société pendant une année 'exercice pour qu'on puisse de déterminer le fonds de roulement.



Tableau 33 : tableau de fonds de roulement

Eléments	1er mois	2e mois	3e mois	4e mois	5e mois	6e mois	7e mois	8e mois	9e mois	10e mois	11e mois	12e mois
Hebergements	2'000'000	2'400'000	4'400'000	5'800'000	8'000'000	10'000'000	10'000'000	11'000'000	11'000'000	12'000'000	8'200'000	2'800'000
Restauration	1'440'000	1'440'000	1'440'000	1'440'000	4'800'000	8'160'000	8'160'000	8'160'000	8'160'000	4'800'000	4'800'000	4'800'000
Autres activités	460'000	460'000	460'000	460'000	1'073'333	2'606'667	2'606'667	2'606'667	2'606'667	1'533'333	1'533'333	1'993'333
ENCAISSEMENTS	3'900'000	4'300'000	6'300'000	7'700'000	13'873'333	20'766'667	20'766'667	21'766'667	21'766'667	18'333'333	14'533'333	9'593'333
Achats consommées	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500	5'404'500
Charges externes	545'000	545'000	545'000	545'000	545'000	545'000	545'000	545'000	545'000	545'000	545'000	545'000
Impôts et taxes	80'000		80'000	-	80'000	-	80'000	-	80'000	-	80'000	-
Charges de personnel	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000	3'134'000
DECAISSEMENTS	9'163'500	9'083'500	9'163'500	9'083'500	9'163'500	9'083'500	9'163'500	9'083'500	9'163'500	9'083'500	9'163'500	9'083'500
Ecart	-5'263'500	-4'783'500	-2'863'500	-1'383'500	4'709'833	11'683'167	11'603'167	12'683'167	12'603'167	9'249'833	5'369'833	509'833
Cumule	-5'263'500	-10'047'000	-12'910'500	-14'294'000	-9'584'167	2'099'000	13'702'167	26'385'333	38'988'500	48'238'333	53'608'167	54'118'000

Ce tableau nous montre que le FRI est de 14.294.000 Ar. Cette somme est nécessaire aux besoins de fonctionnement du centre pendant la stabilité de ses recettes. Elle se répartit dans quatre mois de l'année1.

## 1.4 Plans de financement

Le plan de financement est un document de synthèse qui récapitule l'ensemble de ressources que l'entreprise a obtenu au cours de l'exercice et l'ensemble des emplois auxquels ces ressources ont été affectées. C'est non seulement un plan de trésorerie mais surtout un outil par lequel le banquier et les investisseurs accordent leur confiance.

Dans ce cas, il y a le financement propre c'est-à-dire les apports apportés par le centre et le financement étranger qui se soit subvention ou emprunt auprès d'une banque ou autre bailleur avec un taux d'intérêt négociable.

### 1.4.1 Financement propre

C'est le capital de la société constitué par l'apport des associés soit en nature ou en numéraire. Ces apports sont constituées par les frais de développement ou en numéraire et le reste assure par des apports en nature qui regroupe comme suit : terrain, voiture et matériel informatique. Elle s'élève à 46.800.000Ar.

### 1.4.2 Financement étranger

Car notre ressource propre n'arrive pas à financer le coût d'investissement nécessaire, on aura donc de chercher un financement externe pour financer le reste du capital qui s'élève à 92.132.000Ar. Elles sont empruntées à la banque primaire au taux de 20% l'année. On va donc présenter le plan de financement sous forme d'un tableau .

*Tableau n°34 : Tableau de plan de financement*

Emplois	Montant	Ressources	Montant
Immobilisations	138'932'000	Capital	46'800'000
FRI	14'294'000	Emprunt	106'426'000
Total	153'226'000	Total	153'226'000

Ce tableau représente l'ensemble des emplois et de ressources créé par l'entreprise pour qu'il puisse réaliser son projet. On peut tirer donc la situation de cet organisme à partir de ce document à savoir : le capital est de 46800000Ar ou 33,68% de l'investissement et le reste sont financé par des capitaux étrangers qui sont de 106.426.000Ar.

## 1.5 Remboursement des dettes

Dans ce paragraphe, nous allons voir le mode de remboursement d'emprunt, il s'agit de principe adopté et la détermination de capital chaque fin de la période. Car c'est un contrat avec la banque, il est nécessaire de définir les conditions favorables à un emprunt : taux d'intérêt, remboursement et échéance de remboursement.

Lorsqu'on emprunte de l'argent à la banque, il faut lui verser, à chaque échéance, un certain montant appelé annuité. Et se dernière se compose de deux éléments :

Remboursement de l'emprunt par amortissement constant et Remboursement de l'emprunt par annuité constant.

### 1.5.1 Principe adopté

On utilise donc le remboursement de l'emprunt par amortissement constant. Dans cette méthode, chaque année la même part de capital remboursé.

Amortissement = Capital emprunté/Durée de remboursement

Annuité = Amortissement + Intérêt, avec l'intérêt est le Capital emprunté \* taux d'emprunt de la banque qui est de 20%.

### 1.5.2 Tableau de remboursement

Tableau n°35 : Tableau de remboursement

Année	Capital	Intérêt	Amortissement	Annuité	Capital fin de la période
Année1	106'426'000	21'285'200	21'285'200	42'570'400	85'140'800
Année2	85'140'800	17'028'160	21'285'200	38'313'360	63'855'600
Année3	63'855'600	12'771'120	21'285'200	34'056'320	42'570'400
Année4	42'570'400	8'514'080	21'285'200	29'799'280	21'285'200
Année5	21'285'200	4'257'040	21'285'200	25'542'240	-

L'emprunt à moyen et long terme contracter par le projet d'un montant de 106.426.000 Ar est remboursable par annuité variable pendant cinq ans. Dans ce cas nous avons pu trouver la valeur de l'échéance de 42.570.400Ar pour la première

## Section 2 : Comptes de gestion

Les comptes de gestion regroupent les produits et charges du projet et qui sont observés dans le PCG 2005 aux comptes de la classe 6 et classe 7. La différence des deux comptes décrit les résultats de la classe 1.

Pour bien expliquer l'origine de résultat : profit ou perte, la comptabilité a créé les comptes de charges et les comptes de produits dont les définitions respectives sont les suivantes :

### 2.1 Comptes des charges

Les charges représentent des opérations courantes commerciales dont la tendance générale est la formation de déficit c'est-à-dire que les charges ne sont pas déficitaires mais participent beaucoup à la formation de ce déficit.

Le compte de charge remplace le système qui fait intervenir directement le compte de résultat en respectant la règle suivante : le compte des charges comme le compte de l'actif, enregistre les augmentations au débit et les diminutions au crédit.

#### 2.1.1 Les achats consommés

Ce sont des charges des activités ordinaires qui sont en relation directe avec l'activité de l'entreprise. On peut distinguer ce genre de charge en deux parties : Achat des marchandises, Achat non stocké de matière et fourniture.

##### 2.1.1.1 les achats de marchandise

Elle représente les marchandises générales pour l'exploitation de l'hôtel tel que les produits restauration, boisson,...

Tableau n°36 : les achats de marchandises

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Restauration	18'000'000	33'000'000	36'300'000	39'930'000	43'923'000
Boissons	8'640'000	15'840'000	17'424'000	19'166'400	21'083'040
Produits des arts	7'200'000	7'920'000	8'712'000	9'583'200	10'541'520
Total	33'840'000	56'760'000	62'436'000	68'679'600	75'547'560

Ces achats sont atteints jusqu'à 33.840.000Ar pendant la première année d'exploitation.

### **2.1.1.2 Achat non stocké de matière et fourniture**

*Tableau n°37 : Achat non stockée*

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Eaux et électricités	3'840'000	4'224'000	4'646'400	5'111'040	5'622'144
Combustibles	22'680'000	24'948'000	27'442'800	30'187'080	33'205'788
Fourniture d 'entretien	1'200'000	1'320'000	1'452'000	1'597'200	1'756'920
Fourniture de bureau	2'160'000	2'376'000	2'613'600	2'874'960	3'162'456
Autres	1'134'000	1'247'400	1'372'140	1'509'354	1'660'289
Total	31'014'000	34'115'400	37'526'940	41'279'634	45'407'597

*Tableau n°38 : Récapitulation des achats consommés*

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Achat de marchandise	33'840'000	56'760'000	62'436'000	68'679'600	75'547'560
Fournitures non stock	31'014'000	34'115'400	37'526'940	41'279'634	45'407'597
Total	64'854'000	90'875'400	99'962'940	109'959'234	120'955'157

Nos charges consommées s'élève 64.854.000 à 120.955.157Ar durant les cinq années d'exercice.

### **2.1.2 Les charges externes**

Ce sont les charges qui ne sont pas liées à la production telle que l'entretien et réparation, assurance, formation des personnels, Postes et télécommunication, publicité, déplacement et les autres charges externes. Les entretiens, réparations et maintenance ont été évaluées en prorata avec l'amortissement annuel des biens. En effet, un bien en cours d'amortissement a besoin d'entretien ou de maintenance pour rester en état ; et a besoin d'être réparé s'il y a usure.

Néanmoins, affecter le montant total des amortissements serait une sur évaluation. Nous avons donc décidé de ne prendre que la moitié ; dont 70% seraient destinées à l'entretien et réparation, et 30% à la maintenance. De plus, l'affectation du budget sera progressive par année, vu que la première année ne nécessite pas de grandes réparations, ce qui n'est pas le cas de la cinquième année.

Le principal risque pour lequel l'hôtel aura à s'assurer sera l'incendie. Nous avons choisi pour cela, de souscrire une « assurance incendie » auprès de l'assurance ARO. Les assurances afférentes aux voitures seront aussi comprises dans cette rubrique. D'après le tableau ci-dessous, on voit que notre charge externe s'élève 6.540.000 Ar pendant la première année d'exercice.

*Tableau n°39 : Les charges externes*

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Entretien et réparation	1'120'000	1'232'000	1'355'200	1'490'720	1'639'792
Prime d'assurance	850'000	935'000	1'028'500	1'131'350	1'244'485
Publicité	1'920'000	2'112'000	2'323'200	2'555'520	2'811'072
Poste et télécom	1'800'000	1'980'000	2'178'000	2'395'800	2'635'380
Autres	850'000	935'000	1'028'500	1'131'350	1'244'485
Total	6'540'000	7'194'000	7'913'400	8'704'740	9'575'214

### **2.1.3 : Les impôts et Taxes**

Les impôts et taxes susceptibles pour le projet sont : les droits d'enregistrement, les droits et taxes divers imposés par les communes comme l'IFPB (Impôt Foncier sur la Propriété Bâti, vignette) et l'IFT (Impôt Foncier sur les Terrains). Les prévisions sont toutes représentées dans les tableaux des prévisions suivantes.

*Tableau n°40 : Les impôts et Taxes*

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
IFPB	150'000	165'000	181'500	199'650	219'615
Vignette touristique	250'000	275'000	302'500	332'750	366'025
Autres	80'000	88'000	96'800	106'480	117'128
Total	480'000	528'000	580'800	638'880	702'768

On constate que la vignette touristique prend une grande valeur de notre impôts et taxes pendant l'année d'exécution. La valeur total est estimée 480.000Ar.

### **2.1.4 Charges de personnels**

Elles reposent sur le choix de niveau et de modalité de rémunération : évaluation et classification hiérarchique de rémunération et avantage sociaux. La politique de rémunération établie de procédure et des règles de calcul dans la détermination de rémunérations et d'autres

avantages accordés aux salariés. Exemple : indemnité de travail en nuit. Sa masse salariale annuelle s'élève à 2.550.000 Ar.

*Tableau n°41 : Charges de personnels*

Eléments	Nb	Salaires	Mois	Année1
Gérant	1	450'000	450'000	5'400'000
RAF	1	350'000	350'000	4'200'000
Chef cuisinier	1	200'000	200'000	2'400'000
Cuisiniers	2	150'000	300'000	3'600'000
Serveurs	2	150'000	300'000	3'600'000
Receptioniste	1	200'000	200'000	2'400'000
Factotum	1	150'000	150'000	1'800'000
Femmes des chambre	2	150'000	300'000	3'600'000
Gardiens	2	150'000	300'000	3'600'000
Total	13	1'950'000	2'550'000	30'600'000

Cela nous indique les charges des personnels mensuelles et le nombre des salariés accordés par les organismes.

*Tableau n°42 : Récapitulation des charges de personnels*

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Formations	1'500'000	1'575'000	1'653'750	1'736'438	1'823'259
Salaires brut	30'600'000	33'660'000	37'026'000	40'728'600	44'801'460
CNaPS	3'978'000	4'375'800	4'813'380	5'294'718	5'824'190
OSTIE	1'530'000	1'683'000	1'851'300	2'036'430	2'240'073
Total	37'608'000	41'293'800	45'344'430	49'796'186	54'688'982

Chaque année, l'organisme a dépensé de 1.500.000Ar pour la formation des personnels et cela augmente de 5% de chiffre suivants les autres.

### **2.1.5 Les charges financières**

Comme nous le savons, ce projet sera financé à 76% par un emprunt. Et qui dit emprunt dit paiement des intérêts.

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Intérêt	21'285'200	17'028'160	12'771'120	8'514'080	4'257'040
Total	21'285'200	17'028'160	12'771'120	8'514'080	4'257'040

On constate qu'après ce tableau, le niveau des intérêts payés sont diminués d'une année à l'autre, qui est de 21285200 à 4257040 Ar jusqu'à la cinquième année.

### 2.1.6 : Les amortissements

L'amortissement est la constatation comptable d'un amoindrissement de la valeur d'un élément d'actif résultant de l'usage du temps, du changement de technique et toutes autres causes dont les effets sont irréversibles.

En raison de difficulté de mesurer cet amoindrissement, l'amortissement consiste généralement à l'étalement sur une durée probable de vie de la valeur des biens normalement amortissables. Cet établissement prend la forme d'un plan de financement. Il est établi lors de l'année en service des biens. C'est un tableau prévisionnel des réductions des valeurs des biens et des annuités d'amortissements successifs.

*Tableau n° 43 : Les amortissements*

Eléments	VO	Durée	Amortisseme	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5	V.N
Frais de develop	1'500'000	5	300'000	300'000	600'000	900'000	1'200'000	1'500'000	-
Terrain	28'000'000								28'000'000
Construction	46'750'000	20	2'337'500	2'337'500	4'675'000	7'012'500	9'350'000	11'687'500	35'062'500
Materiel et Outi	9'650'000	10	965'000	965'000	1'930'000	2'895'000	3'860'000	4'825'000	4'825'000
Materiel de tran	50'500'000	5	10'100'000	10'100'000	20'200'000	30'300'000	40'400'000	50'500'000	-
Materiel informa	1'300'000	5	260'000	260'000	520'000	780'000	1'040'000	1'300'000	-
Mobilier	1'232'000	5	246'400	246'400	492'800	739'200	985'600	1'232'000	-
Total	138'932'000		14'208'900	14'208'900	28'417'800	42'626'700	56'835'600	71'044'500	67'887'500

A la fin de cinquième année d'exploitation certains matériels sont amortis, mais la construction et matériels et outillages ne sont pas encore amortis.



### 2.1.7 Récapitulation des charges

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Achats consommées	64'854'000	90'875'400	99'962'940	109'959'234	120'955'157
Charges externe	6'540'000	7'194'000	7'913'400	8'704'740	9'575'214
Impôts et Taxes	480'000	528'000	580'800	638'880	702'768
Charges des personnels	37'608'000	41'293'800	45'344'430	49'796'186	54'688'982
DAP	14'208'900	14'208'900	14'208'900	14'208'900	14'208'900
Charges financières	21'285'200	17'028'160	12'771'120	8'514'080	4'257'040
Total	144'976'100	171'128'260	180'781'590	191'822'020	204'388'062

On dispose une somme des charges nécessaires de 144.976.100 Ar pour assurer l'accomplissement des activités d'hôtellerie.

### 2.2 Comptes de produits

Les produits se composent des recettes commerciales du centre qui concourent à la constitution du résultat bénéficiaire.

Le compte de produit comme le compte de passif, enregistre les augmentations au crédit et les diminutions au débit. D'une manière générale les produits réalisés par l'hôtel sont composés des chiffres d'affaires réalisées au niveau de l'hébergement, de la restauration et des autres activités. Les prix fixés dans l'étude technique seront révisés suivant le taux d'inflation.

#### 2.2.1 Prévision des produits hébergement

Les chiffres d'affaires de l'hôtel ont été fixés suivant le taux d'occupation visé par l'hôtel, pour lesquels nous avons appliqué des coefficients saisonniers.

Tableau n°44: Recettes hébergement

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Bungalow	43'200'000	51'840'000	62'208'000	74'649'600	89'579'520
Chambres	50'400'000	60'480'000	72'576'000	87'091'200	104'509'440
Total	93'600'000	112'320'000	134'784'000	161'740'800	194'088'960

Ce projet envisagerons comme de recettes d'hébergement de 93.600.000 à 194.088.960Ar durant la période déterminée, ici c'est 5ans.

### 2.2.2 Prévision des produits restaurations

Tableau n 45 : Recettes restaurant

El�ments	Prix unitair	Nombre	Ann�e1	Ann�e2	Ann�e3	Ann�e4	Ann�e5
Petit d�jeuner	3'500	4'800	16'800'000	20'160'000	24'192'000	29'030'400	34'836'480
Boissons	2'500	4'800	12'000'000	14'400'000	17'280'000	20'736'000	24'883'200
Autres (snack, buffet)	6'000	4'800	28'800'000	34'560'000	41'472'000	49'766'400	59'719'680
Total			57'600'000	69'120'000	82'944'000	99'532'800	119'439'360

Pour le restaurant, les principales ressources financières de l'entreprise viennent des repas (petit déjeuner, buffet, snack, bar) et des boissons. Elles sont évaluées à 57.600.000Ar pour la première année.

### 2.2.3 Prévision des autres activités

Nous envisageons de créer dans notre centre des activités supplémentaires ou connexes comme par exemple: le transport, la culture et loisir, l'artisanat et le terrain de sport, la piscine (tennis, ping-pong, volley, ...).

Tableau n 46 : Recettes des activités complémentaires

El�ments	Ann�e1	Ann�e2	Ann�e3	Ann�e4	Ann�e5
Transport	2'400'000	2'880'000	3'456'000	4'147'200	4'976'640
Culture et loisir	1'600'000	1'920'000	2'304'000	2'764'800	3'317'760
Artisanats	12'000'000	14'400'000	17'280'000	20'736'000	24'883'200
Autres	2'400'000	2'880'000	3'456'000	4'147'200	4'976'640
Total	18'400'000	22'080'000	26'496'000	31'795'200	38'154'240

### 2.2.4 Récapitulation des prévisions des recettes

Tableau n 47 : Récapitulation des produits de service

El�ments	Ann�e1	Ann�e2	Ann�e3	Ann�e4	Ann�e5
Hebergement	93'600'000	112'320'000	134'784'000	161'740'800	194'088'960
Restauration	57'600'000	69'120'000	82'944'000	99'532'800	119'439'360
Autres activit�	18'400'000	22'080'000	26'496'000	31'795'200	38'154'240
Total	169'600'000	203'520'000	244'224'000	293'068'800	351'682'560

Notre chiffre d'affaire s'élève 169.600.000Ar pour la première année, cela ne cesse d'augmenter jusqu'à 20% pour l'année suivante.

### **Section 3 : Les états financiers prévisionnels**

Ces états sont des documents de synthèse regroupant les différents comptes de situation du centre. Ce document nous permette de comprendre la situation financière de ce centre à un moment donné, tel que : Le compte de résultat, Flux de trésorerie et les bilans prévisionnels.

#### **3.1 Compte de résultat**

Les comptes de résultat prévisionnel fournissent une synthèse de l'activité pendant une période donnée. Pour ce faire, il faut regrouper et découper les opérations réalisées par l'entreprise dans le but d'avoir une vue d'ensemble de cette activité. Dans ce cas, nous présentons ce résultat par la méthode de compte de résultat par nature.

Tableau n° 48 : Résultat par nature

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Chiffres d'affaires	169'600'000	203'520'000	244'224'000	293'068'800	351'682'560
Production stockée					
Production immobilisée					
<b>Production de l'exercice</b>	<b>169'600'000</b>	<b>203'520'000</b>	<b>244'224'000</b>	<b>293'068'800</b>	<b>351'682'560</b>
Achat consommée	64'854'000	90'875'400	99'962'940	109'959'234	120'955'157
Services extérieurs	6'540'000	7'194'000	7'913'400	8'704'740	9'575'214
<b>Consommation de l'exercice</b>	<b>71'394'000</b>	<b>98'069'400</b>	<b>107'876'340</b>	<b>118'663'974</b>	<b>130'530'371</b>
<b>VALEUR AJOUTER</b>	<b>98'206'000</b>	<b>105'450'600</b>	<b>136'347'660</b>	<b>174'404'826</b>	<b>221'152'189</b>
Subvention d'exploitation					
Impôts et taxes	480'000	528'000	580'800	638'880	702'768
Charges de personnel	37'608'000	41'293'800	45'344'430	49'796'186	54'688'982
<b>EXEDENT BRUTE D'EXPLOITATION</b>	<b>60'118'000</b>	<b>63'628'800</b>	<b>90'422'430</b>	<b>123'969'761</b>	<b>165'760'438</b>
Autres produits opérationnels					
Autres charges opérationnelles					
DAP	14'208'900	14'208'900	14'208'900	14'208'900	14'208'900
Reprises sur provisions et pertes de valeurs					
<b>RESULTAT OPERATIONNEL</b>	<b>45'909'100</b>	<b>49'419'900</b>	<b>76'213'530</b>	<b>109'760'861</b>	<b>151'551'538</b>
Produits financiers					
Charges financiers	21'285'200	17'028'160	12'771'120	8'514'080	4'257'040
<b>RESULTAT FINANCIER</b>	<b>-21'285'200</b>	<b>-17'028'160</b>	<b>-12'771'120</b>	<b>-8'514'080</b>	<b>-4'257'040</b>
<b>RESULTAT AVANT IMPOT</b>	<b>24'623'900</b>	<b>32'391'740</b>	<b>63'442'410</b>	<b>101'246'781</b>	<b>147'294'498</b>
Impôts exigibles sur les résultats 24% du RAI	5'909'736	7'774'018	15'226'178	24'299'227	35'350'680
Impôts différés					
Total des charges des activités ordinaires	144'976'100	171'128'260	180'781'590	191'822'020	204'388'062
Total des produits des activités ordinaires	169'600'000	203'520'000	244'224'000	293'068'800	351'682'560
<b>RESULTAT NET DES ACTIVITES ORDINAIRES</b>	<b>24'623'900</b>	<b>32'391'740</b>	<b>63'442'410</b>	<b>101'246'781</b>	<b>147'294'498</b>
Eléments extraordinaires (produits)					
Eléments extraordinaires (charges)					
<b>RESULTAT EXTRAORDINAIRES</b>					
<b>RESULTAT NET D'EXERCICE</b>	<b>18'714'164</b>	<b>24'617'722</b>	<b>48'216'232</b>	<b>76'947'553</b>	<b>111'943'819</b>

### 3.2 Flux net de trésorerie

Il s'agit des flux des encaissements et des décaissements pour une période donnée généralement annuelle pour un projet. Les encaissements sont constitués par le capital social, les apports, les emprunts, les chiffres d'affaire réalisés.

Tableau n°49 : Flux de trésorerie

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnels					
Encaissement recus des clients	169'600'000	203'520'000	244'224'000	293'068'800	351'682'560
Somme versé aux frns et personnel	109'482'000	139'891'200	153'801'570	169'099'040	185'922'122
Interet et autre frais financier payé					
Impots sur les rsultats payés	5'909'736	7'774'018	15'226'178	24'299'227	35'350'680
Flux de tresorerie avant elt extra	54'208'264	55'854'782	75'196'252	99'670'533	130'409'759
Flux de tresorerie liés au événem extra	-	-	-	-	-
<b>Flux de tresorerie net provenant aux activités opérationnels</b>	<b>54'208'264</b>	<b>55'854'782</b>	<b>75'196'252</b>	<b>99'670'533</b>	<b>130'409'759</b>
Flux de trésorerie liés aux acté investissement					
Décaissement sur acquisition d'immobilisation	0	0	0		0
Encaissement sur cession d'immobilisation	0	0	0	0	0
Intérêt encaisser sur pacement financier	0	0	0	0	0
Dividandes	0	0	0	0	0
<b>Flux de tresorerie net provenant aux activités investissements</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>0</b>
Flux de trésorerie liés aux activité de financement					
Encaissement suite à l'emission d'actions	0	0	0	0	0
Dividandes et autres distributions effectuée	0	0	0	0	0
Encaissement provenant d'emprunt	0	0	0	0	0
Remboursement d'emprunt	42'570'400	38'313'360	34'056'320	29'799'280	25'542'240
<b>Flux de tresorerie net provenant aux activité de financement</b>	<b>-42'570'400</b>	<b>-38'313'360</b>	<b>-34'056'320</b>	<b>-29'799'280</b>	<b>-25'542'240</b>
Variation de tresorerie de la période					
Trésorerie et equiv de très à l'ouverture de l'exo	14'294'000	25'931'864	43'473'286	84'613'218	154'484'471
Trésorerie et equiv de très à la cloture de l'exo	11'637'864	17'541'422	41'139'932	69'871'253	104'867'519
Variation de tresorerie de la période	25'931'864	43'473'286	84'613'218	154'484'471	259'351'990

### 3.3 Bilan prévisionnel

Par définition, un bilan est un état récapitulatif des actifs, des passifs et des capitaux propres de l'entreprise à la date de clôture des comptes. Dans ce cas, on présente le bilan d'ouverture et les bilans prévisionnels

Tableau n° 50 : Bilan d'ouverture

<b>ACTIF</b>	Montant	<b>PASSIFS ET CAP. PROPRES</b>	Montant
<b>ANC</b>		<b>CAPITAUX PROPRES</b>	46'800'000
<i>Immobilisation incorporelle</i>		Capital	46'800'000
frais de développement	1'500'000	Réserves	
<i>Immobilisation corporelle</i>		Réport à nouveau	
Terrains	28'000'000	Résultat net	
Constructions	46'750'000		
Matériels et outillages	9'650'000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	106'426'000
Matériels de transport	50'500'000	Subvention	
Matériels informatiques	1'300'000	Emprunts	106'426'000
Mobiliers	1'232'000		
<b>TOTAL DES ACTIFS NON COURANT</b>	138'932'000		
<b>ACTIF COURANT</b>			
Stock et en cours			
Clients			
Trésoreries	14'294'000		
<b>TOTAL DES ACTIFS COURANT</b>	14'294'000		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	153'226'000	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	153'226'000

Tableau n° 51 : Bilan année 31/12/N

<b>ACTIF</b>	VB	Amortissement	Valeur Net	<b>PASSIFS ET CAP. PROPRES</b>	Montant
<b>ANC</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	65'514'164
<i>Immobilisation incorporelle</i>				Capital	46'800'000
frais de développement	1'500'000	300'000	1'200'000	Réserves	
<i>Immobilisation corporelle</i>				Réport à nouveau	
Terrains	28'000'000		28'000'000	Résultat net	18'714'164
Constructions	46'750'000	2'337'500	44'412'500		
Matériels et outillages	9'650'000	965'000	8'685'000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	85'140'800
Matériels de transport	50'500'000	10'100'000	40'400'000	Subvention	
Matériels informatiques	1'300'000	260'000	1'040'000	Emprunts	85'140'800
Mobiliers	1'232'000	246'400	985'600		
<b>TOTAL DES ACTIFS NON COURANT</b>	138'932'000	14'208'900	124'723'100		
<b>ACTIF COURANT</b>					
Stock et en cours					
Clients					
Trésoreries	25'931'864		25'931'864		
<b>TOTAL DES ACTIFS COURANT</b>	25'931'864		25'931'864		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	164'863'864		150'654'964	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	150'654'964

Tableau n°52 : Bilan année 31/12/N+1

<b>ACTIF</b>	<b>VB</b>	<b>Amortisseme</b>	<b>Valeur Net</b>	<b>PASSIFS ET CAP. PROPRIETAIRES</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	90'131'886
<i>Immobilisation incorporelle</i>				Capital	46'800'000
frais de développement	1'500'000	600'000	900'000	Réserves	
<i>Immobilisation corporelle</i>				Réport à nouveau	18'714'164
Terrains	28'000'000		28'000'000	Résultat net	24'617'722
Constructions	46'750'000	4'675'000	42'075'000		
Matériels et outillages	9'650'000	1'930'000	7'720'000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	63'855'600
Matériels de transport	50'500'000	20'200'000	30'300'000	Subvention	
Matériels informatiques	1'300'000	520'000	780'000	Emprunts	63'855'600
Mobiliers	1'232'000	492'800	739'200		
<b>TOTAL DES ACTIFS NON COURANT</b>	138'932'000	28'417'800	110'514'200		
<b>ACTIF COURANT</b>					
Stock et en cours					
Clients					
Trésoreries	43'473'286		43'473'286		
<b>TOTAL DES ACTIFS COURANT</b>	43'473'286		43'473'286		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	182'405'286		153'987'486	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	153'987'486

Tableau n°53 : Bilan année 31/12/N+2

<b>ACTIF</b>	<b>VB</b>	<b>Amortisseme</b>	<b>Valeur Net</b>	<b>PASSIFS ET CAP. PROPRIETAIRES</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	138'348'118
<i>Immobilisation incorporelle</i>				Capital	46'800'000
frais de développement	1'500'000	900'000	600'000	Réserves	
<i>Immobilisation corporelle</i>				Réport à nouveau	43'331'886
Terrains	28'000'000		28'000'000	Résultat net	48'216'232
Constructions	46'750'000	7'012'500	39'737'500		
Matériels et outillages	9'650'000	2'895'000	6'755'000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	42'570'400
Matériels de transport	50'500'000	30'300'000	20'200'000	Subvention	
Matériels informatiques	1'300'000	780'000	520'000	Emprunts	42'570'400
Mobiliers	1'232'000	739'200	492'800		
<b>TOTAL DES ACTIFS NON COURANT</b>	138'932'000	42'626'700	96'305'300		
<b>ACTIF COURANT</b>					
Stock et en cours					
Clients					
Trésoreries	84'613'218		84'613'218		
<b>TOTAL DES ACTIFS COURANT</b>	84'613'218		84'613'218		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	223'545'218		180'918'518	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	180'918'518

Tableau n°54 : Bilan année 31/12/N+3

<b>ACTIF</b>	<b>VB</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Valeur Net</b>	<b>PASSIFS ET CAP. PROPRES</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	215'295'671
<i>Immobilisation incorporelle</i>				Capital	46'800'000
frais de développement	1'500'000	1'200'000	300'000	Réserves	
<i>Immobilisation corporelle</i>				Réport à nouveau	91'548'118
Terrains	28'000'000		28'000'000	Résultat net	76'947'553
Constructions	46'750'000	9'350'000	37'400'000		
Matériels et outillages	9'650'000	3'860'000	5'790'000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	21'285'200
Matériels de transport	50'500'000	40'400'000	10'100'000	Subvention	
Matériels informatiques	1'300'000	1'040'000	260'000	Emprunts	21'285'200
Mobiliers	1'232'000	985'600	246'400		
<b>TOTAL DES ACTIFS NON COURANT</b>	138'932'000	56'835'600	82'096'400		
<b>ACTIF COURANT</b>					
Stock et en cours					
Clients					
Trésoreries	154'484'471		154'484'471		
<b>TOTAL DES ACTIFS COURANT</b>	154'484'471		154'484'471		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	293'416'471		236'580'871	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	236'580'871

Tableau n°55 : Bilan année 31/12/N+4

<b>ACTIF</b>	<b>VB</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Valeur Net</b>	<b>PASSIFS ET CAP. PROPRES</b>	<b>Montant</b>
<b>ANC</b>				<b>CAPITAUX PROPRES</b>	327'239'490
<i>Immobilisation incorporelle</i>				Capital	46'800'000
frais de développement	1'500'000	1'500'000	-	Réserves	
<i>Immobilisation corporelle</i>				Réport à nouveau	168'495'671
Terrains	28'000'000		28'000'000	Résultat net	111'943'819
Constructions	46'750'000	11'687'500	35'062'500		
Matériels et outillages	9'650'000	4'825'000	4'825'000	<b>PASSIF NON COURANT</b>	-
Matériels de transport	50'500'000	50'500'000	-	Subvention	
Matériels informatiques	1'300'000	1'300'000	-	Emprunts	-
Mobiliers	1'232'000	1'232'000	-		
<b>TOTAL DES ACTIFS NON COURANT</b>	138'932'000	71'044'500	67'887'500		
<b>ACTIF COURANT</b>					
Stock et en cours					
Clients					
Trésoreries	259'351'990		259'351'990		
<b>TOTAL DES ACTIFS COURANT</b>	259'351'990		259'351'990		
<b>TOTAL DES ACTIFS</b>	398'283'990		327'239'490	<b>TOTAL DES PASSIFS</b>	327'239'490

D'après ce bilan, le montant total est 327.239.490 Ar. C'est aussi la fin de remboursement des dettes car le montant de l'emprunt est de 0Ar. Les dettes sont amorties et certaines immobilisations sont aussi amorties.



## Chapitre II : EVALUATION FINANCIERE DU PROJET

L'évaluation financière est la phase finale de l'étude d'un projet. Elle consiste à valoriser les flux résultant des études financières pour déterminer la rentabilité et le financement du projet. Dans ce chapitre, nous allons montrer les différentes évaluations financières nécessaires dans un projet. L'évaluation financière, l'évaluation économique et sociale.

### Section1 : L'évaluation financière

Cette section consiste à déterminer les impacts du projet sur le plan financier, c'est à dire le résultat de ce projet.

L'analyse sera donc basée sur le calcul de la valeur actualisée nette, le taux de rentabilité interne, l'indice de profitabilité et le délai de récupération des capitaux investis. On calculera aussi le seuil de rentabilité et les différents ratios.

#### 1.1 Evaluation financière suivant les outils.

##### 1.1.1 La valeur actuelle nette : VAN

*La valeur actuelle nette favorise les projets les plus longs, elle mesure l'écart existant entre les marges brutes d'autofinancement, c'est-à-dire la somme du résultat net et du montant des amortissements actualisés et la valeur des investissements initiale.*

*C'est la différence entre la valeur actuelle des flux qu'il dégage et l'investissement du départ.*

Pour le MBA est déterminé à partir de la formule : Résultat net + Amortissement dans le compte de résultat.

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

Soit

$i$  = le taux d'emprunt

$C$  = L'investissement initiale

$J$  = la durée

$MBA$  = La marge Brute d'autofinancement

Lorsque la VAN est positive, l'utilisation des fonds pour financer le projet d'investissement est meilleure et la rentabilité est supérieure au taux exigé.

En prenant un taux d'actualisation de 18% (taux de l'emprunt considéré comme hypothèse haute) on aura de VAN >0 qui est de 57'007'440 Ar. Pour le déterminer il faut calculer le cash flow cumulé, le tableau ci-après nous montre les marges brutes d'autofinancement actualisées pour les cinq années successives.

*Tableau n°56 : cash flow au taux de 18%*

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Résultat Net	18'714'164	24'617'722	48'216'232	76'947'553	111'943'819
Amortissement	14'208'900	14'208'900	14'208'900	14'208'900	14'208'900
Cash flow	32'923'064	38'826'622	62'425'132	91'156'453	126'152'719
(1+i) <sup>-n</sup> taux 18%	0.847	0.718	0.609	0.516	0.437
Cash flow actualisé	27'900'902	27'884'676	37'993'862	47'017'484	55'142'516
Cash flow actualisé cumulé	27'900'902	55'785'577	93'779'440	140'796'924	195'939'440

Nous avons choisies le taux d'actualisation à 18% pour pouvoir calculer le cash flow actualisé jusqu'au cinquième année d'exploitations et cela nous donne une valeur de 195.939.440Ar qui est largement supérieur de l'investissement.

*On dispose alors une forte capacité de financement pour le financement des emplois stables. Elle ne cesse de s'évoluer. A la deuxième année elle devrait plus forte qui est de 195.939.440Ar Ar.*

Tableau n° 57 : Calcul du VAN

Eléments	Montant
Cash flow actualisé cumulé	195'939'440
Investissement	138'932'000
VAN au taux de 18%	57'007'440

Ce montant désigne que la rentabilité est supérieure au taux exigé. Ce qui signifie que le bénéfice actualisé est supérieur au taux exigé. On peut dire que le projet est rentable.

### 1.1.2 Le taux de rentabilité interne

C'est le taux d'actualisation qui donne une valeur nette actualisée nulle (VAN=0) ou un indice de profitabilité égale à 1 (IP=1)

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

Le taux de rentabilité interne doit dépasser le taux d'emprunt pour assurer la rentabilité du projet. Le taux d'emprunt étant de 20%, tout taux supérieur à celui-ci pourra être considéré.

Pour le calcul, il faut ramener la valeur de la VAN à celle du capital investi.

Nous allons procéder au calcul par approximation pour pouvoir déterminer le taux de rentabilité interne.

Nous avons déjà vu la VAN au taux de 18% qui est positive. Trouvons une autre valeur au taux d'actualisation de 35% pour avoir une VAN négative car la VAN est une fonction décroissante du taux, plus le taux augmente, plus la VAN diminue.

Tableau n° 58 : cash flow au taux de 35%

Cash flow	32'923'064	38'826'622	62'425'132	91'156'453	126'152'719
(1+i)-n taux 30%	0.741	0.549	0.406	0.301	0.223
Cash flow actualisé	24'387'455	21'304'045	25'372'202	27'444'312	28'133'760
Cash flow actualisé cumulé	24'387'455	45'691'500	71'063'702	98'508'014	126'641'773

Tableau n° 59 : Calcul du VAN au taux de 35%

Eléments	Montant
Cash flow actualisé cumulé	126'641'773
Investissement	138'932'000
VAN au taux de 35%	-12'290'227

Tableau n°60 : Calcul TRI (Par interpolation linéaire)

Eléments	VAN
Taux à 18%	57'007'440
Taux à i% ?, i = 31.98%	0
Taux à 35%	- 12'290'227

$$18\% < i < 35\%$$

$$57.007.440 > 0 > -12.290.227$$

$$i - 18 / 35 - 18 = -57.007.440 / -12.290.227 - 57.007.440$$

$$i = 31.98\%$$

On a un TRI supérieur au taux d'emprunt ce qui signifie que la rentabilité est supérieure au taux exigé, donc le projet est rentable et on dispose d'une marge de sécurité de 11%, qui nous permettra de nous endetter davantage ou de trouver d'autres sources de financement.

Nous pouvons en conclure que c'est un investissement sans risque sur tous les aspects. Il est maintenant nécessaire de savoir quand les capitaux investis seront récupérés ?, et quel est l'indice de profitabilité du projet ?

### 1.1.3 Délais de récupération des Capitaux investis (DRCI)

C'est le calcul du délai nécessaire pour la reconstitution du capital investi en fonction de la rentrée des fonds nets. Ce qui nous conduisons à trouver le délai nécessaire pour rembourser le coût des investissements. Il s'agit du temps que le cumul des MBA sera égal au montant du capital investi.

C'est le temps au bout duquel le cumul des marges brutes d'autofinancement (MBA ou Cash flow) est égal au montant du capital investi.

La durée de vie ou durabilité ou viabilité vise à évaluer la capacité de l'action ou des résultats à se poursuivre de façon autonome après le retrait de l'assistance extérieure (nationale ou étrangère).

Il s'agira de la viabilité organisationnelle, technique, économique, financière, politique et culturelle (intégration du projet dans la fonction normale de l'institution, capacité de supporter les charges de fonctionnement, capacité d'autofinancement et d'autogestion du projet).

Le DRCI indique le nombre d'année au cours desquelles le projet procure suffisamment des ressources pour que la somme investie soit récupérée.

*Tableau n°61 : détermination de la durée de récupération de capitaux investi*

Eléments	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
Cash flow actualisé cumulé	27'900'902	55'785'577	93'779'440	140'796'924	195'939'440
Investissements			138'932'000		

Ce tableau nous montre que notre investissement se trouve entre l'année 3 et l'année 4 de la marge brute d'autofinancement cumulé.

Pour déterminer la date exacte de la récupération, nous allons procéder par le principe suivant

$$67\,360\,625 < 92\,751\,000 < 115\,366\,399$$

D'après le calcul, l'investissement initial sera récupéré 15 Novembre de l'année 3

#### ***1.1.4 Indice de profitabilité***

L'indice de profitabilité est le quotient de la somme des marges brutes d'autofinancement actualisées par le montant du capital investi. Il peut en effet être considéré comme indice d'intérêt maximal que l'entreprise pourrait supporter pour financier sans perte l'investissement considéré.

*Tableau n°62 : détermination d'indice de profitabilité*

Eléments	Montant
Cash flow actualisé cumulé	195'939'440
Investissements	138'932'000
IP	1.41

On voit que l'indice de profitabilité est supérieur à 1, ce qui signifie que la rentabilité est supérieure au taux exigé.

Autrement dit, 1 Ariary investi rapporte 0,41 Ariary de marge bénéficiaire. Alors, nous avons un taux de profitabilité de 41%.

## **1.2 Evaluation financière suivant les critères d'évaluation**

### ***1.2.1 Evaluation de la pertinence***

Quand on parle de pertinence du projet, nous pensons directement à la détermination des objectifs, cibles,... Est-ce que ces objectifs répondent bien les attentes du bénéficiaires ? Dans notre cas, les cibles (bénéficiaires) sont les visiteurs soit étranger ou local. D'après nos études, on constate que les objectifs répondent bien les besoins des cibles. La présence de la société contribue également au développement de la région.

### ***1.2.2 Conformité des résultats***

Il s'agit de la contribution du résultat à l'objectif en fonction de l'efficacité et de l'efficience. La différence entre elles résident dans les critères de mesure des coûts. Bien que tous deux évoquent une certaine atteinte des objectifs prévus. L'efficience c'est d'atteindre les objectifs avec le minimum de coût, elle mesure la comparaison des coûts et des résultats. L'efficacité est basée surtout à l'utilisation optimale des ressources dont ses disponibilités et ses performances. Ici notre projet sera efficace car on atteint les objectifs le minimum de coût. On a vu que l'indice de profitabilité est de 1,41. Ce qui signifie qu'on aura encore des marges de profit de 0.41 de capitaux investis.

### ***1.2.3 Viabilité du projet***

Un projet est viable si dans un délai bien déterminé, son exploitant arrive à honorer ses obligations financières. En outre au fil de son exploitation, le projet devrait être capable de générer des profits pour pouvoir être pérenne. Ce que nous voulons indiquer ici, c'est que le projet peut durer longtemps car d'après l'étude de résultats et des outils d'évaluations, nous constatons qu'ils sont rassurants et intéressants. Le résultat augmente de façon progressive et en tenant compte l'utilisation de notre produit (service) on peut dire que le projet est pérenne.

## Section2 : Evaluation économique et sociale

L'évaluation économique et sociale suit l'évaluation financière, dans la mesure où elle utilise au départ les mêmes flux. L'évaluation économique aura pour objectif de recenser tous ces coûts et avantages (y compris les coûts du projet lui-même), pour montrer le gain total favorable.

### 2.1 Evaluation économique

Parmi nos objectifs, l'expansion de notre projet nous donne une forte rentabilité mais sa réalisation dépend de nombreux facteurs: humains, matériel et financier.

Le choix de ce projet dans le village d'AMPEFY nous permet de participer au développement de notre pays, améliorer le niveau de vie des paysans, satisfaire les attentes de la population, améliorer la situation économique du pays mais surtout la ville concernée.

Nous connaissons que la valeur ajoutée exprime l'apport spécifique de l'activité économique nationale. Elle est formée par les éléments qui constituent la comptabilité nationale. Les valeurs ajoutées apportées par chaque entité économique constituent le produit intérieur brut et qui permettent de déterminer le taux de croissance économique du pays.

La valeur ajoutée est l'ensemble des énumérations des facteurs de réalisation et de production, c'est à dire elle exprime la valeur ajoutée par l'entreprise et renseigne sur la véritable production économique.

C'est la marge commerciale augmentée de la production de l'exercice et diminuée de la consommation intermédiaire. C'est un bon indicateur de la croissance économique et permet de mesurer les revenus attribués aux différents facteurs de réalisation et la création de valeur apportée par le projet.

Tableau n° 63 : valeur ajoutée

Elément	Année1	Année2	Année3	Année4	Année5
VA	98'206'000	105'450'600	136'347'660	174'404'826	221'152'189
Evolution		7'244'600	30'897'060	38'057'166	46'747'363
Production	169'600'000	203'520'000	244'224'000	293'068'800	351'682'560
Pourcentage	0.58	0.52	0.56	0.60	0.63

Pour le cas de notre projet, divers agents économiques sont bénéficiaires de la valeur ajoutée:

- les ménages par le paiement des salaires
- Etat et collectivités (à partir des impôts et taxes)
- Institutions financières (intérêts et assurances)

Un autre indicateur économique à valoriser aussi est l'excédent brut d'exploitation (EBE). Celui-ci s'agit du solde des gestions le plus important qui représente à la fois un aspect économique et un aspect financier.

L'EBE constitue un état fondamental du calcul de résultat. Il présente la performance économique réalisée indépendamment de la considération de financement, d'amortissement et de régime fiscal.

Il facilite la comparaison dans le temps et dans l'espace.

## **2.2 Evaluation sociale du projet**

Cette évaluation consiste à déterminer les impacts de ce projet sur le plan social, si bien dans le village d'AMPEFY que les villes voisines

-d'abord, ce projet permettra la création d'emplois pour les jeunes et pour ceux qui ont du mal à trouver du travail

Nous savons tous que les jeunes malagasy se heurtent au problème d'emploi même ceux qui ont décroché leurs diplômes ou ont fait des études supérieures.

Face à ce problème, les jeunes diplômés d'aujourd'hui s'orientent vers la création d'une petite et moyenne entreprise ou d'une petite moyenne industrie à partir d'un projet comme ceci.

Le but du promoteur de ce projet ne se limite pas seulement à son intérêt personnel, mais aussi d'offrir des emplois pour les jeunes de la ville.



### Augmentation de revenu

Pour l'amélioration du niveau de vie des gens de cette région, la mise en place de ce centre des loisirs et d'attractions participera à son développement. Par conséquent, les habitants peuvent améliorer leur niveau de vie.

### CHAPITRE III : CADRE LOGIQUE

	<i>Logique d'intervention</i>	<i>Indicateur Objectivement Vérifiable (IOV)</i>	<i>Moyen de vérification (M.V)</i>	<i>Hypothèse Critique (H.C)</i>
<b>Objectif global</b>	- Contribuer au développement de la région d'Itasy ou contribution a la promotion du tourisme et au développement de la région	Construction et réhabilitation des routes au moins 20km par an Versement des impôts a l'Etat Accroissement des nombres des vacanciers et touristes	Rapports du ministère de Travaux publics et rapport de la région Contrôle et vérification des responsables des impôts dans la région ou facture Rapport du centre de loisir et d'attraction	-Solidarité de chaque citoyen de la région -Obligation et volonté des contribuables -Engagement de promoteur -Les guides et moniteurs formés restants au pays
	- Réduire le nombre de chômages dans la région	Plus de 20% des jeunes chômeurs sont intégrés dans le monde de travail	Rapport du responsable de la région Représentant du ministère de la FOP dans la région	Acceptation du responsable de recruter ses jeunes chômeurs
	Donner une image et finir l'isolement de la région d'Itasy	plus de 100000 visiteurs chaque année Circulation des biens et des personnes	Descendre sur le terrain / rapport du responsable de la région	Mise en place de ce parc de loisir dans la région
<b>Objectif Spécifique</b>	Augmenter les touristes internationaux et nationaux en visitant la qualité de notre pays	- plus de 800000 visiteurs chaque année dans notre pays	Annuaire statistique parles agence publiée Rapport des tours operator et ministère du tourisme	Facilitation du visa vers Madagascar La sécurité des biens et des personnes
<b>Résultat</b>	Création d'un parc d'attraction et de loisir ampefy région Itasy	Terrain réhabilité/maison construit /centre de loisir placé Au moins 30 chômeurs recrutés	Décente sur terrain Rapport annuel d'activité	Existences de matériel Respect du contrat dans le cahier de charge ou délai
	-Acquisition du terrain -Acquisition du matériel fixe -Construction - Acquisition de matériel roulant - Installation technique	- Un terrain de 4 000m2 - Equipement installée Présence des travailleurs dans la région - Un bâtiment - Deux voitures	- Titre foncière - Bon de livraison - Décente sur terrain - Bon de réception	- Acceptation de l'Etat - Mains d'œuvre Respect du contrat entre patron/travailleur

<b>Activité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rémunération du personnel</li> <li>- Gestion du F.R.I</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Installation fonctionnel</li> <li>- 28 salariés</li> <li>- Ecart prévisionnel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bon de livraison</li> <li>- Décence sur terrain</li> <li>- Bulletin de paies</li> <li>- Livre de compte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>s</li> <li>- Existence du matériel sur le marché</li> <li>- Délai de construction</li> <li>- Technicien</li> <li>- Consentements des employeurs</li> <li>- Budget annuel</li> </ul>
<b>Intrant</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation institutionnel</li> <li>- Technicien spécialisé</li> <li>- Ressources financière</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raison sociale</li> <li>- Un technicien disponible</li> <li>- 153 226 000 Ar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Brevet de construction</li> <li>- Contrat</li> <li>- Relever bancaire</li> </ul>	

Condition préalable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autorisation du ministère concerné tourisme et de travaux publique</li> <li>- Personnes compétentes</li> <li>- Sensibilisation publique</li> <li>- Moyen financière</li> </ul>
---------------------	---

Cette dernière partie a été consacrée aux études financières dans lesquelles nous avons défini et détermine les coûts des investissements et le tableau d'amortissement.

Nous avons aussi déterminé le coût des capitaux empruntés lors de la création de ce centre, y compris les amortissements.

Toujours dans la partie financière, nous avons mis l'accent sur les comptes de gestion courante du projet.

Pour cela, les charges du personnel, les charges financières et les autres charges, ont été abordées ; aussi, la recette est en fonction des produits et services vendus.

Etant donné que cette troisième partie de notre devoir a été réservée aux études financières, nous avons évalué notre projet par les outils habituels.

D'après le résultat de ces outils, nous avons pu constater que notre projet est rentable.

Enfin, les impacts du projet intéressent essentiellement la réduction du taux de chômage et la contribution au développement du secteur tertiaire sur la création d'un centre de loisir dans la région d'Itasy.

## CONCLUSION

Le tourisme est un secteur en évolution, c'est la principale activité génératrice de revenus et de devises pour les pays en développement comme Madagascar. Ce secteur est aussi bénéfique autant pour le pays que pour la population locale, il favorise la vie économique de la population en offrant des emplois et il contribue à la mise en valeur de l'environnement.

Les atouts touristiques que possède la grande île tel que le climat, les sites touristiques, les belles plages, la faune et la flore, le patrimoine culturel ; les parcs nationaux doivent être plus exploités pour promouvoir la destination Madagascar.

Les principales contraintes pour le pays comprennent en premier lieu l'insuffisance d'infrastructures d'hébergement, les communications, les transports, la préservation du patrimoine culturel et écologique.

La solution pour l'amélioration du secteur tourisme est la construction et la multiplication des infrastructures hôtelières et des centres de loisirs et d'attraction qui sont très importants pour son avenir car le pays recense une faible capacité d'accueil d'où la conséquence des difficultés rencontrées pendant les périodes de vacances.

Le secteur touristique à Madagascar mérite d'être renforcé à travers l'implication de différents intervenants professionnels du tourisme en vue d'organiser et de structurer ce secteur. Les associations professionnelles du tourisme regroupant les tour-opérateurs, les agences de voyages, les hôtels, restaurant et centres de loisirs et d'attraction du pays devraient encourager l'adhésion des autres entreprises afin de mettre en œuvre une planification de développement touristique.

Madagascar dispose de tous les potentiels touristiques requis pour se faire une place le marché mondial. Les investissements dans le secteur tourisme devraient s'orienter beaucoup plus vers les nouveaux produits touristiques. Cela permettra plus aisément d'atteindre les objectifs visés par le gouvernement. Notre initiative va dans ce sens par la création d'un centre de loisirs et d'attraction dans la région d'Itasy notamment dans le village d' Ampefy.

Le tourisme à Ampefy regorge de nombreux attraits touristiques qui ne sont malheureusement pas encore très exploités. Les infrastructures hôtelières de norme sont peu nombreuses alors que c'est l'un des aspects qui favorise le tourisme dans un village.

C'est pour cela qu'on a décidé d'implanter notre centre à Ampefy suivant les normes de qualité adaptées à l'infrastructure requise.

L'étude menée pour ce projet mûrement réfléchi nous a montré qu'il serait bénéfique et rentable selon notre prévision de vente. Cette dernière est basée sur des chiffres obtenus grâce à des enquêtes sur terrain, le marché est encore pénétrable. Notre certitude est confirmée par le délai de récupération des capitaux investis qui sera atteint dans la troisième année d'exploitation, mais surtout pour la valeur actuelle nette largement supérieur à zéro soit 57 007 440 Ariary.

Pour favoriser la création d'entreprises dans le territoire malgache, l'Etat invite les promoteurs à réaliser leurs projets. Nous aussi, étudiants en Gestion avons ce projet de création de centre de loisirs et d'attraction.

Les cours à l'Université ont été bénéfiques pour nous avoir donné l'idée de l'entreprise, ils nous ont permis de faciliter les travaux à faire. En effet, le montage de projet nécessite bien de compétences et de savoir faire.

La création d'un centre de loisirs et d'attraction contribue au développement du secteur Tourisme, à la satisfaction des besoins en loisirs et hébergement dans le pays, à la création d'emplois et à la sauvegarde de la culture malgache et la protection de l'environnement.

Le projet fait face à des menaces au niveau de l'instabilité économique du pays, l'insécurité sanitaire à cause du tourisme sexuel, la dévaluation monétaire. Cependant, des opportunités se présentent surtout pour la zone d'implantation à Ampefy qui comprend le lac « *Itasy* », les geysers, les cratères, les chutes de la « *Lily* » et l'îlot de la Vierge.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### Ouvrages

1. KOTLER et DUBOIS, Marketing Management, 10<sup>é</sup> édition, juillet 2002, P152
2. ARTHUR D LITTLE, A SYSTEM FOR MANAGING DIVERSITY, décembre 1974, P192
3. CARTHY BASIC, MARKETING 9<sup>é</sup> édition, In 1981, P39
4. NAGLE et REED, The strategy and tactics of pricing, 3<sup>é</sup> édition, Chap 4, 1995
5. JALY, BISSONNAIS, MULLER Maîtrise Des Coûts Du Projet édition AFNOR, , P18
6. VALLET JULES, TECHNIQUE D'ANALYSE DU PROJET, Paris DUNOD 1995, P125
7. AUZON, OLIVIER, PARC DE LOISIR D'ACTIVITE TOURISTIQUES, édition Fleuri 2004, P 271
8. PARC DE LOISIRS : ETAT DU MARCHE ET FACTEURS D'EVOLUTION, juin 2004, P 120

## TABLES DES MATIERES

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
<b>PARTIE 1 : IDENTIFICATION DU PROJET.....</b>	<b>3</b>
<b>CHAPITRE I : PRESENTATION DU PROJET .....</b>	<b>3</b>
<b>Section1 : Caractéristiques du projet .....</b>	<b>3</b>
1.1 Objectif du projet.....	3
1.2 Intérêts du projet.....	3
1.3. Renseignements généraux .....	3
<b>Section 2 : Description des activités : .....</b>	<b>4</b>
2.1. Loisirs .....	4
2.2. Attractions pour les visiteurs .....	4
2.3. Hébergement .....	4
2.4. Restauration .....	5
<b>CHAPITRE II : ETUDE DE MARCHE ET ASPECT MARKETING DU PROJET.....</b>	<b>6</b>
<b>Section 1 : Analyse du marché .....</b>	<b>6</b>
1.1 Identification de la clientèle .....	6
1. 2 Evaluation du marché .....	7
1.3 Analyse de la concurrence sur Ampefy .....	7
1.4.1 La segmentation .....	9
1.4.2 Identification des clients cibles .....	9
1.4.3 La position future de l'entreprise.....	10
1.4.4 L'évaluation du marché .....	10
<b>Section2 : Plans opérationnels.....</b>	<b>14</b>
2 .1 Plan marketing : .....	14
2.1.1. Politique de produit : .....	14
2.1.2 Politique de prix : .....	15
2.1.3. Politique de distribution : .....	16
2.1.4 Politique de communication : .....	16
2.1.5 Services après vente et garantie : .....	18
2.2 Plan de production : .....	18
2.2.1 - Besoins en matières premières et autres intrants : .....	19
2.3. Plan technique : .....	21
2.3.1 - Localisation et site : .....	21
2.3.2 - Description de la technologie utilisée : .....	21
2.3.3 - Bâtiments, constructions, aménagements : .....	22
2.3.4 - Besoins d'équipements : .....	22
2.3.4.1 Matériels de transport : .....	22
2.4. Plan environnemental : .....	23
2.4. 1 - Impact environnemental : .....	23
2.4. 2 -Le plan environnemental : .....	24
2 .5. Plan des ressources humaines : .....	24
2 .5. 1. Besoins en main d'œuvre : .....	24
2.5. 2 - Organisation de l'entreprise : .....	32



<b>Section 3 : Stratégie Marketing adoptée.....</b>	<b>34</b>
3.1 Politique de produit .....	34
3.2 Politique de prix .....	34
3.3 Politique de distribution .....	35
<b>PARTIE II : CONDUITE DU PROJET.....</b>	<b>36</b>
<b>CHAPITRE I : TECHNIQUE DES PRESTATIONS DU CENTRE.....</b>	<b>36</b>
<b>Section 1 - Réglementation en vigueur .....</b>	<b>36</b>
1.1. Procédure à suivre .....	36
1.2. Investissements touristiques à Madagascar .....	37
1.3. Traitement des dossiers de projet touristique .....	37
<b>Section 2 : Infrastructures envisagées .....</b>	<b>37</b>
2.1. Bâtiment principal .....	37
2.1.1. Restaurant, espace culturel et loisir .....	38
2.2. Bungalows.....	38
2.3. Piscine.....	39
<b>Section 3 : Identification des ressources nécessaires .....</b>	<b>39</b>
3.1. Ressources matérielles .....	39
3.2. Ressources humaines .....	43
<b>Section 4 : Techniques d'exploitation.....</b>	<b>43</b>
4.1. Equipements d'exploitation.....	43
4.2. Diverses installations .....	44
4.2.1. Ressources en eau potable.....	44
4.2.2. Sources d'énergie .....	44
4.2.3. Evacuation des eaux usées et des déchets .....	44
4.2.4. Réseaux téléphoniques.....	44
4.2.5. Sécurité et incendie.....	44
<b>Section 5 Capacité d'accueil envisagée .....</b>	<b>45</b>
5.1. Au niveau de l'hébergement.....	45
5.2. Au niveau du restaurant .....	46
5.3. Au niveau de la salle.....	47
5.4. Au niveau de l'artisanat .....	47
5.5. Au niveau du transport.....	47
<b>Section 6 : Aspects qualitatifs et quantitatifs du projet.....</b>	<b>47</b>
6.1. Aspects qualitatifs .....	48
6.1.1. Validité du point technique des articles .....	48
6.1.2. Précision des prestations touristiques .....	48
6.2. Aspects quantitatifs.....	49
<b>CHAPITRE II : ETUDE ORGANISATIONNELLE DU PROJET .....</b>	<b>50</b>
<b>Section 1 Organigramme .....</b>	<b>50</b>
1.1. Description des postes .....	51
1.1.1. Poste du Gérant .....	51
1.1.2. Administration et conception .....	51
1.2. Style de direction adoptée .....	52
<b>Section 2 Organisation de travail .....</b>	<b>53</b>
2.1. Description des tâches possibles.....	53
2.2. Organisation avant prestation .....	53

2.3. Mode de conservation des ingrédients .....	54
2.4. Mode d'approvisionnement.....	54
<b>Section 3 Gestion des ressources humaines .....</b>	<b>55</b>
3.1. Politique de personnel.....	55
3.2. Administration du personnel .....	55
3.3. Motivation du personnel .....	55
3.4. Organisation administrative .....	56
<b>Section 4 Chronogramme d'activités .....</b>	<b>56</b>
4.1. Chronogramme de l'implantation du Centre .....	56
4.2. Planning de la campagne de promotion .....	57
 <b>PARTIE III : ETUDE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET 58</b>	
 <b>CHAPITRE I : ETUDES FINANCIERES DU PROJET .....</b>	<b>58</b>
<b>Section 1 : Evaluation des investissements du projet .....</b>	<b>58</b>
1.1 Les immobilisations .....	58
1.1.1 immobilisation incorporelle .....	58
1.1.2 immobilisation corporelle .....	59
1.2 Système d'amortissement .....	60
1.3 Besoin en fonds de roulement .....	61
1.4 Plans de financement .....	63
1.4.1 Financement propre .....	63
1.4.2 Financement étranger .....	63
1.5 Remboursement des dettes .....	64
1.5.1 Principe adopté .....	64
1.5.2 Tableau de remboursement .....	64
<b>Section 2 : Comptes de gestion.....</b>	<b>65</b>
2.1 Comptes des charges.....	65
2.1.1 Les achats consommés .....	65
2.1.2 Les charges externes .....	66
2.1.3 : Les impôts et Taxes .....	67
2.1.4 Charges de personnels .....	67
2.1.5 Les charges financières .....	68
2.1.6 : Les amortissements .....	69
2.1.7 Récapitulation des charges .....	70
2.2 Comptes de produits .....	70
2.2.1 Prévision des produits hébergement .....	70
2.2.2 Prévision des produits restaurations .....	71
2.2.3 Prévision des autres activités .....	71
2.2.4 Récapitulation des prévisions des recettes .....	71
<b>Section 3 : Les états financiers prévisionnels .....</b>	<b>72</b>
3.1 Compte de résultat.....	72
3.2 Flux net de trésorerie.....	73
3.3 Bilan prévisionnel .....	74
 <b>Chapitre II : EVALUATION FINANCIERE DU PROJET .....</b>	<b>78</b>
<b>Section1 : L'évaluation financière.....</b>	<b>78</b>

1.1.1 La valeur actuelle nette : VAN .....	78
1.1.2 Le taux de rentabilité interne .....	80
1.1.3 Délais de récupération des Capitaux investis (DRCI) .....	81
1.1.4 Indice de profitabilité .....	82
1.2 Evaluation financière suivant les critères d'évaluation.....	83
1.2.1 Evaluation de la pertinence .....	83
1.2.2 Conformité des résultats .....	83
1.2.3 Viabilité du projet .....	83
Section2 : Evaluation économique et sociale.....	<b>84</b>
2.1 Evaluation économique.....	84
2.2 Evaluation sociale du projet .....	85
<b>CHAPITRE III : CADRE LOGIQUE .....</b>	<b>87</b>
<b>CONCLUSION .....</b>	<b>89</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>91</b>