

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

DEPARTEMENT GESTION

MEMOIRE DE MAITRISE EN GESTION

OPTION : FINANCES ET COMPTABILITE

PROJET DE CREATION D'UNE MICRO EDITION
DENOMMEE PARAF CYBER SIS A FARAFANGANA VILLE

PRESENTE PAR : HELDA COLOMBE NABE

SOUS L'ENCADREMENT DE :

Encadreur pédagogique :

RANOROVOLOLONA Lucie Aimée

Enseignant chercheur au département de Gestion

ANNEE UNIVERSITAIRE : 2008-2009

SESSION : NOVEMBRE 2009

Date de soutenance : 17 Novembre 2010

Encadreur professionnel :

RAKOTOARISOA Ghyslin Noël

Gérant propriétaire de l'entreprise Microprod

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

DEPARTEMENT GESTION

MEMOIRE DE MAITRISE EN GESTION

OPTION : FINANCES ET COMPTABILITE

PROJET DE CREATION D'UNE MICRO EDITION
DENOMME PARAF CYBER SIS A FARAFANGANA VILLE

PRESENTE PAR : HELDA COLOMBE NABE

SOUS L'ENCADREMENT DE :

Encadreur pédagogique :

RANOROVOLOLONA Lucie Aimée
Enseignant chercheur au département de Gestion

Encadreur professionnel :

RAKOTOARISOA Ghyslin Noël
Gérant propriétaire de l'entreprise Microprod

ANNEE UNIVERSITAIRE : 2008-2009

SESSION : NOVEMBRE 2009

REMERCIEMENTS

A l'occasion de cette finalisation de nos études en second cycle de Gestion, en vue de l'obtention du diplôme de Maîtrise en Gestion, nous prenons comme devoir d'exprimer nos vifs remerciements à tous ceux qui, de près ou de loin, nous ont aidés dans la confection de ce livre, notamment :

- ☞ Monsieur **RAJAONARIVELO Paul**, Professeur titulaire et Président du Comité Intérimaire de Direction de l'Université d'Antananarivo ;
- ☞ Monsieur **RANOVONA Andriamaro**, Maître de conférences, Doyen de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie ;
- ☞ Monsieur **ANDRIAMASIMANANA Origène Olivier**, Maître de conférences, Chef de Département de Gestion ;
- ☞ Madame **RAVALITERA Faraso**, Enseignant chercheur, Directeur du Centre d'Etudes et de Recherche en Gestion ;
- ☞ Madame **RANOROVOLOLONA Lucie Aimée**, Enseignant Chercheur, mon encadreur Pédagogique ;
- ☞ Monsieur **RAKOTOARISOA Ghyslin Noël**, mon encadreur professionnel, Directeur de MICROPROD. A tout le corps enseignants du Département de Gestion depuis le Premier cycle ;
- ☞ Aux membres de famille (surtouts mes parents, sans oublier mes frères, et sœur) ayant soutenu longuement mes cursus tant sur le plan moral et surtout sur le plan financier ;
- ☞ A tous mes amis et collègues.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	1
PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DU PROJET	
Chapitre I : Choix et intérêt du thème	4
Section 1 : Analyse de l'environnement	4
Section 2 : Caractéristique du projet.....	6
Sections 3 : Indentification de l'entreprise	8
Chapitre II : Etude du marché	10
Section 1 : Description du marché.....	10
DEUXIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATION- NELLE	
Chapitre I : Technique de production.....	25
Section 1 : Le processus de production	25
Section 2 : Les moyens de production	27
Section 3 : Les infrastructures nécessaires	31
Chapitre II : Capacité de production envisage	32
Section 1 : Consommation prévisionnelle en première année.....	32
Section 2 : Capacité prévisionnelle de production	35
Section 3 : Chiffres d'affaires prévisionnelles.....	38
Chapitre III : L'étude organisationnelle	43
Section 1 : L'organisation envisagée	43
Section 2 : Gestion du personnel.....	45
Section 3 : Organisation quotidienne.....	47
Section 4 : Chronogramme des activités	48
TROISIEME PARTIE : ETUDE DE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET	
Chapitre I : Etudes financières du projet.....	55
Section 1 : L'évaluation des investissements du projet	55
Section 2 : Compte de gestion.....	62
Section 3 : Les états financiers prévisionnels	66
Chapitre II : Evaluation financière du projet.....	77
Section 1 : Les outils d'évaluation financière.....	77
Section 2 : Evaluation financière suivant les critères d'évaluations.....	81
Section 3 : Evaluation économique et sociale	83
Section 4 : Le cadre logique du projet	84
CONCLUSION.....	86

LISTE DES ABREVIATIONS

BOA	: Bank Of Africa
CF	: Cash Flow
CNaPS	: Caisse Nationale de Prévoyance Sociale
DAP	: Dotations aux Amortissements et aux Provisions
DRCI	: Délai de Récupération des Capitaux Investis
FRI	: Fonds de Roulement Initial
IOV	: Indicateurs Objectivement Vérifiables
IP	: Indice de Profitabilité
MBA	: Marge brute d'exploitation
NIF	: Numéro d'Identification Fiscale
OSIE	: Organisation Sanitaire Inter Entreprises
PCG	: Plan Comptable Général
PRD	: Plan Régional De Développement
PU	: Prix Unitaire
RaN	: Report A Nouveau
RL	: Réserve Légale
RN	: Résultat Net
SARL	: Société à responsabilité limitée
TRI	: Taux de Rentabilité Interne
TVA	: Taxe sur la Valeur Ajoutée
VAN	: Valeur Actuelle Nette
VCN	: Valeur COMPTABLE Net
VO	: Valeur D'origine

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Objectifs du FARAF CYBER.....	7
Figure 2 : Résultat des enquêtes.	13
Figure 3 : Diagramme circulaire de la part de marché.	15
Figure 4 : Formulation des stratégies en marketing.	19
Figure 5 : Stratégies courantes de marketing.	19
Figure 6 : Processus de production.....	26
Figure 7 : Organigramme de structure administrative.....	44
Figure 8 : Schéma de déroulement des tâches par la méthode MPM.....	52

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Dépouillement des questionnaires.	12
Tableau 2 : Résultats du Questionnaire.	13
Tableau 3 : Répartition de chiffre d'affaires des concurrents.	14
Tableau 4 : Analyse d'évaluation de la concurrence.	17
Tableau 5 : Listes de Services rendus.	22
Tableau 6 : Détails de tarif promotionnel.	23
Tableau 7 : Liste des matériels et équipements.	28
Tableau 8 : Liste de matériels et mobiliers de bureau.	28
Tableau 9 : Détails de matériels électriques pour l'installation à la maison.	29
Tableau 10 : Besoin en matière première et autres approvisionnement.	29
Tableau 11 : Consommation prévisionnelle mensuelle de rame de papier.	32
Tableau 12 : Consommation prévisionnelle mensuelle d'encre noire et blanc.	33
Tableau 13 : Consommation prévisionnelle mensuelle d'encre couleur.	33
Tableau 14 : Consommation prévisionnelle mensuelle de toner d'encre photocopieuse.	34
Tableau 15 : Consommation prévisionnelle mensuelle de connexion sur Internet.	34
Tableau 16 : Consommation prévisionnelle mensuelle de couverture.	34
Tableau 17 : Consommation prévisionnelle mensuelle des fournitures consommables.	35
Tableau 18 : Production prévisionnelle mensuelle en phase de lancement.	36
Tableau 19 : Production prévisionnelle mensuelle en phase de croissance en 2 ^{ème} Année et en 3 ^{ème} Année.	36
Tableau 20 : Production prévisionnelle en phase de maturité en 4 ^{ème} année et 5 ^{ème} Année.	37
Tableau 21 : Production provisionnelle annuelle.	38
Tableau 22 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisés pour saisie.	38
Tableau 23 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé pour impression noir et blanc.	39
Tableau 24 : Chiffre d'affaires prévisionnel mensuel réalisé pour impression couleur.	39
Tableau 25 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé pour scanner.	39
Tableau 26 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé pour photocopie... ..	40
Tableau 27 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé pour connexion sur Internet.	40

Tableau 28 : chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles en milliers d'Ariary.	40
Tableau 29 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles (en milliers d'Ar).	41
Tableau 30 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles reçu par une activité intermédiaire gravure CD.	41
Tableau 31 : Total chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles (en milliers d'Ariary).	42
Tableau 32 : Total chiffre d'affaires annuelles.	42
Tableau 33 : Répartition de salaire.	45
Tableau 34 : Répartition de cotisation social.	46
Tableau 35 : Calcul des charges sur salaires.	46
Tableau 36 : Chronogramme de réalisation.	49
Tableau 37 : Tableau récapitulatif.	51
Tableau 38 : Les récapitulations de biens.	56
Tableau 39 : Tableau récapitulatif des amortissements sur cinq ans.	57
Tableau 40 : Tableau de budget de trésorerie en 1 ^{ère} année.	59
Tableau 41 : Plan de financement.	60
Tableau 42 : Tableau de remboursement de dette.	62
Tableau 43 : Remboursement à court terme.	62
Tableau 44 : Achats consommés annuels.	63
Tableau 45 : Les charges.	65
Tableau 46 : Chiffre d'affaires prévisionnelles annuelles.	65
Tableau 47 : Chiffre d'affaires reçu par une production intermédiaire.	66
Tableau 48 : Le chiffre d'affaires global.	66
Tableau 49 : Bilan d'ouverture du projet.	67
Tableau 50 : Bilan de fin de l'exercice en première année.	68
Tableau 51 : Bilan de fin de l'exercice en deuxième année.	69
Tableau 52 : Bilan fin de troisième année d'exercice.	70
Tableau 53 : Bilan de fin de quatrième année d'exercice.	71
Tableau 54 : Bilan de fin d'exercice en cinquième année.	72
Tableau 55 : Compte de résultat prévisionnel par nature.	74
Tableau 56 : Tableau de flux de trésorerie par la méthode.	75
Tableau 57 : Calcul de valeur de le MBA.	78
Tableau 58 : Valeur du cash flow actualisé.	78
Tableau 59 : Tableau de calcul de VAN.	79
Tableau 60 : Calcul de TRI.	80
Tableau 61 : Calcul DRCI.	81
Tableau 62 : Le cadre logique.	85

INTRODUCTION

Il y a peu de temps à Madagascar, l'offre en matière commerciale était très inférieure aux demandes exprimées par le marché.

Il suffisait souvent de faire connaître l'existence d'un produit ou d'un service pour leur trouver un client.

Aujourd'hui cette réalité a changé la libéralisation de l'économie, l'accès à l'information, la multiplication de offres et des points de vente, permet aux consommateurs de choisir ce qui convient le mieux à leurs attentes et de découvrir de nouveaux besoins suivant la nouvelle technologie.

Face à cette situation, le gouvernement Malagasy doit mettre une grande place au secteur privé pour le développement de la nation.

Cette politique incite les investisseurs privés dans plusieurs domaines d'activités pour reproduire les biens ou les services.

En effet à l'époque actuelle, le monde s'intéresse aux nouvelles de jour en jour, suivant la nouvelle technologie de l'information et de la communication (NTIC). Cela s'explique par les facteurs suivants.

L'évolution technologique de l'information et de la communication joue un rôle dans la vie de la population.

Plusieurs personnes de la population Malagasy vivent dans la pauvreté au niveau social, économique et financier.

L'ajustement structurel à Madagascar favorise la privatisation, au fur et à mesure que les interventions de l'Etat se réduisent et que le secteur privé commence de faire une adaptation de la politique et des structures économique pour réduire la pauvreté.

Pour notre part, nous avons choisi et étudié un projet s'intitulé « *Projet de création d'un micro édition dénommé FARAF CYBERsis à FARAFANGANA ville* ».

L'objet du projet est la prestation de service en matière informatique et Internet.

La raison du choix a été dictée par : l'influence de plus en plus importante des outils informatiques dans le monde professionnel, l'insuffisance de la capacité d'accueil de cyber café implanté dans la région nous pousse à créer ce projet. En effet comme actuellement la population est assoiffée d'information et de communication. Donc la réalisation de ce projet arrive à point nommé.

Nous pensons que ce projet présente de multiples intérêts , d' une part, il contribue à la lutte contre l'analphabétisme et au développement de la connaissance ; d'autre part, il favorise l'amélioration de la condition de travail des gens le monde.

Les limites de notre étude sont également dues à la discrétion des interviewés et les sources des informations insatisfaisantes, donc l'insuffisance des acteurs en matière d'informatique dans cette région.

Le principal problème se retrace par le faible taux d'utilisateur des matériels informatiques (Ordinateurs), en effet, l'internaute dans la ville de Farafangana a de nombre insignifiant par rapport au nombre de la population active, voir même de la population capable de manipuler l'ordinateur, due à la peur de se naviguer dans l'Internet ou encore la méconnaissance de son fonctionnement. Or, les gens y sont riches grâce au revenu de produit d'exportation comme le girofle, le café ; cependant, ils n'ont pas l'habitude d'envoyer leurs enfants à l'école.

La problématique consiste alors de montrer qu'il est nécessaire d'avoir une nouvelle technique d'information et de la communication, telle que notre projet.

La méthodologie adoptée dans la réalisation du projet est l'envoi de questionnaire auprès des clientèles cibles. Pour avoir un aperçu théorique et technique, nous avons fait une étude documentaire et des entretiens avec le responsable des entreprises œuvrant déjà dans le domaine informatique.

Afin de constituer ce projet, il a fallu faire une étude de faisabilité. Cette étude consiste à déterminer les stratégies adoptées pour faire face au marché, le procédé ou méthode de production a utilisé, les ressources humaines et financières pour monter le projet.

Le plan de notre devoir se divise en trois parties composées de quelques chapitres chacune.

La première partie aura un intitulé, identification du projet qui retracera le choix et l'intérêt du thème aussi l'étude du marché et les stratégies de marketing adoptées.

La deuxième partie : l'étude de faisabilité technique et organisationnelle clarifiera les techniques de production, la capacité de production envisagées et l'étude organisationnelle.

La troisième partie s'intitulera : l'étude de faisabilité financière et l'évaluation du projet.

PREMIERE PARTIE

IDENTIFICATION DU PROJET

Pour répondre au problème qui se pose sur la population de la région Sud-est concernant l'insuffisance de centre microédition, il faut identifier notre projet. En fait, ce problème s'illustre comme ceci :

- Comment développer les connaissances des gens ?
- Avec quel moyen pouvons-nous faciliter notre tâche professionnelle ?

La vraie réalité c'est qu'il y a déjà trois centres informatiques mis en place mais ils ne parviennent pas à satisfaire le besoin de la population de la ville de Farafangana. Alors cette première partie de notre travail comprend deux chapitres (2) qui découvriront en grande partie des approches théoriques, à savoir :

- Choix et intérêt du thème ;
- L'étude du marché.

CHAPITRE I

CHOIX ET INTERET DU THEME

Ce chapitre explique en général l'intérêt qui nous a incités à monter un projet de création d'une entreprise de microédition dans la ville de Farafangana. Cette présentation reposera sur l'analyse de l'environnement, les caractéristiques du projet et l'identification de l'entreprise.

Section 1 : ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

L'entreprise est placée dans un environnement multiforme dans lequel cette source de vie (client, financement, technologie) mais qui exerce sur elle des pressions parfois déstabilisées (concurrent, pouvoir public...) généralement, on distingue deux types d'environnement : l'environnement PESTEL et l'environnement de proximité. Le détail ci après illustre l'environnement PESTEL :

- Politique, Légal ;
- Economique ;
- Social ;
- Technologie ;
- Ecologie.

Concernant l'environnement politique c'est l'Etat qui influence et intervienne sur l'entreprise, car au début des années 2000 le gouvernement Malgache s'engage à réaliser un développement rapide et durable. Pour se faire, il priorise l'instauration d'un Etat de droit, la bonne gouvernance, la lutte contre la corruption, le respect de la démocratie, le développement des infrastructures , éducation, routes, santé, l'appui du secteur privé pour atteindre un taux de croissance économique plus élevé. Cependant actuellement on est tombé dans une crise politique qui a une influence directe sur l'entreprise ; tandis que l'environnement légal est l'ensemble du texte et des lois en vigueur qui enregistre les activités au sein d'une société bien déterminée.

Tant sur le plan économique l'effort par extension du champ d'investissement se stagne, en raison de l'instabilité politique et économique. La relance de l'économie reste sur les collections des impôts et taxes aux entreprises pour enrichir la porte feuille de l'Etat.

L'environnement social retrace la répartition de revenu et les relations entre les individus qui en boitent l'entreprise en nos jours : les revenus sont très faibles et le pouvoir d'achat diminue et il y a une relation conflictuelle entre les individus selon leurs partis politiques.

L'environnement technologique articule l'infrastructure technique d'un pays, c'est-à-dire, l'utilisation des nouvelles technologies dans la nation à savoir l'Internet, l'Intranet, l'industrie de pointe se vulgarise un peu partout à Madagascar.

Sur le plan écologique la ville de Farafangana se situe au bord de l'Océan Indien, elle est parmi le district doté d'une ressource naturelle par exemple : la réserve spéciale à Manombo présente des milliers de faunes et flores, le climat est de type tropical caractérisé par la division de l'année à une période très humide de novembre en avril et une période très sèche de mai en octobre, la pluviométrie moyenne annuelle est de plus de 4000 mm la température moyenne est de 24 °C de plus Farafangana est une région tropicale, Elle bénéficie par des produits exportés comme le girofle, café, poivre.

L'analyse des contextes environnementaux du projet est très importante grâce à la connaissance du milieu environnemental où nous voulons voir instaurer le projet, nous allons déterminer la présentation du lieu d'étude du projet.

1.1. PRESENTATION DU LIEU DE PROJET

Farafangana se situe au bord de l'Océan Indien juste à l'extrémité Sud du Canal de Pangalana. Il est délimité au Nord par le district de Vohipeno, à l'Ouest par le District de Vondrozo et sur le District de Vangaindrano. Farafangana est traversé par la Route nationale RN° 21 ; il se tiendra dans la partie sud est de Madagascar, dans l'ex province autonome de Fianarantsoa ; il est également le chef lieu de la région de L'Atsimo Atsinanana. Nous choisissons la ville de Farafangana comme lieu du projet du fait de ses notoriétés administratives, ses infrastructures en matière de communication (mode de transport maritime, Télécommunication, transport terrestre, l'Internet, banques ...) la population de

Farafangana est une population riche par les cultures des produits exportés, c'est-à-dire, la plupart de population, sont des paysans, ils sont environs de 156943 âmes. (Source : PRD Atsimo Atsinanana juin 2005) ; Elle est subdivisée par une collectivité territoriale décentralisée au nombre de trente et deux (32) Communes.

1.2. ANALYSE DE POTENTIEL DE RESSOURCES

- Ressources financières : elles se repartissent par l'apport apporté par le promoteur du projet et l'emprunt auprès de la banque BOA de Farafangana ;
- Ressources matérielles : Les ressources matériels sont composées par les matérielles d'installation de notre projet, c'est-à-dire, l'ordinateur, Imprimante, photocopieuse, relieur, modem, matériels de bureau.

Notre ressource est catégoriquement de haute gamme en raison de la nouvelle technologie et des ses états neufs.

- Ressources humaines : ces ressources sont les clés de réussite du projet, composées par la gérante qualifiée en matière informatique et l'employé professionnel en matière informatique de FARAF CYBER.

Les ressources informationnelles sont retracées par l'acquis des enquêtes sur terrain et la connaissance de la part de marché disponible. Ces potentielles ressources nous poussent à installer notre projet.

Section 2 : CARACTERISTIQUE DU PROJET

Découvrir les aspects quantitatifs et qualitatifs de notre projet, c'est connaître, d'abord l'objectif et l'intérêt du projet par ce que ces deux concepts déterminent les horizons du projet. En fin une intention sans objectif ni intérêt se présente comme une bouteille vide tombée dans l'océan.

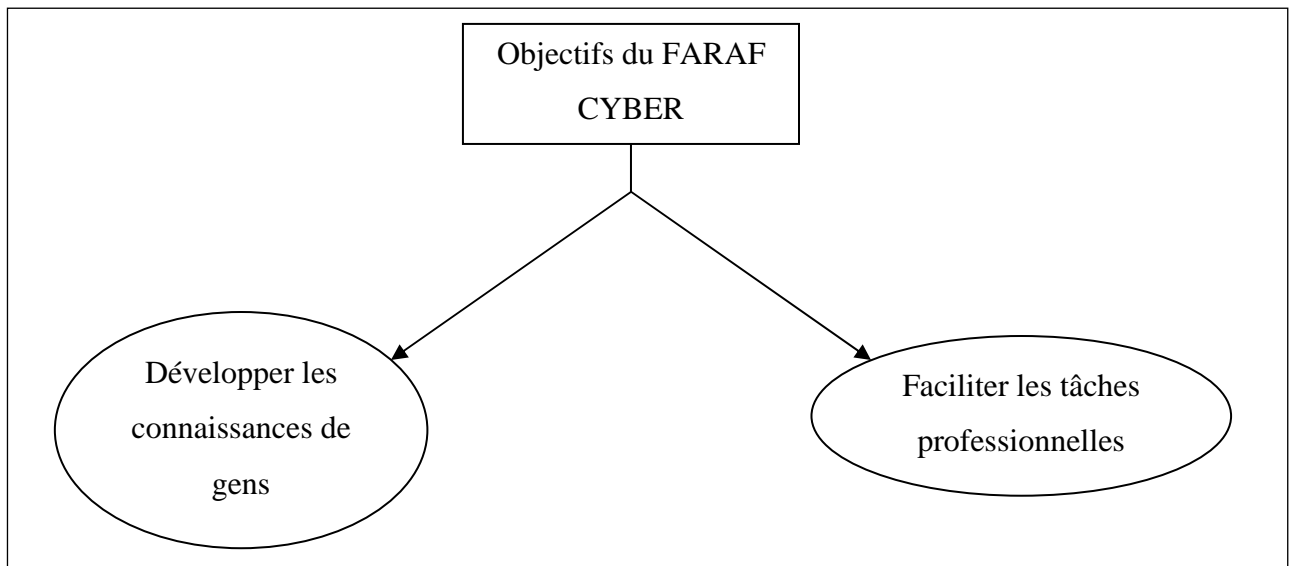
Ensuite, les intérêts mériteront à explorer puisque les autres acteurs du marché soient motivés à y participer. Ceux-ci nous conduisent à fixer les activités à assurer.

2.1. OBJECTIF DE NOTRE PROJET

La plupart du temps, chaque entreprise aura comme objectif d'accroître ses chiffres d'affaires et sa part de marché, mais notre projet fixera les siens afin d'attirer les cibles pour que les formulations de ces objectifs se présentent de la façon ci après :

- Développer les connaissances des gens lors des informations sur Internet ;
- Faciliter les tâches professionnelles par l'utilisation de l'informatique bureautique.

Figure 1 : Objectifs du FARAF CYBER



Source : Personnelle.

Lorsque ces deux objectifs seront atteints, les exploitations de notre cabinet seront performantes et avantageuses.

2.1.1. INTERET DU PROJET

Ce sont les points forts, que donnera notre projet pour son environnement. Plus précisément, ce sont ces intérêts qui garantiront la durabilité de notre projet. Alors, les intérêts de notre projet reposent sur le monde de l'informatique et l'Internet. Nous ne pensons que ce projet présente de multiples intérêts : d'une part, il contribue à la lutte contre l'analphabète et d'autre part au développement de connaissance de gens.

2.2. LOCALISATION DU LIEU D'IMPLANTATION

Le pareil projet FARAF CYBER s'implante dans la Commune Urbaine de Farafangana, dans le quartier dénommé Ambalakininy qui est un endroit favorable pour notre projet. Ce point est plus proche des écoles : collège Saint Vincent de Paul, collège Luthérien et la caserne de la gendarmerie et le camp militaire ; Ce quartier est traversé par la route national RN 21 qui relie Farafangana et Vangaindrano et Farafangana vers Antananarivo ; Donc, ce quartier est fréquenté par les cibles.

Sections 3 : IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE

Depuis long temps, le mot informatique s'est lancé dans le monde et l'on avait dit que celui qui ne sait pas pratiquer l'informatique en l'an 2000 serait considéré comme un analphabète.

3.1. PRESENTATION DE L'ENTREPRISE

A nos jours à Madagascar, un centre informatique n'est pas encore très répandu mais on peut dire qu'il n'est pas en retard par rapport aux autres pays en voie de développement.

Nous avons envisagé de créer une société à responsabilité limitée ou SARL au capital de 10 000 000 Ariary, soit 500 parts de 20 000 mille Ariary. Les associés sont au nombre de deux. Les parts apportées par les associés sont égales.

Le nom de la société est FARAF CYBER. La société sera constituée après libération intégrale des apports des associés.

La gérance est assurée par l'un des associés, nommé et désigné par les associés suivant le statut.

Pour notre projet, on choisit Blueline, car le coût des autres fournisseurs de service est très élevé à cause de la liaison par satellite. La connexion par Blueline n'a besoin que de la ligne téléphonique, c'est-à-dire, il suffit de s'abonner auprès du fournisseur.

En plus, Blueline peut fournir une connexion de haut débit de 250 ko/seconde son prix d'abonnement est de 330 000 Ariary par mois.

3.1.1. CADRE JURIDIQUE

Sur le plan juridique « les statuts sont établis par acte notarié ou par acte sous seigne privé ; lorsque les statuts sont dirigés par acte sous seigne privé, ils sont déposés en tant d'originaux, nécessaire pour le dépôt d'exemplaire au siège social et l'exécution de diverses formalités requises. Un exemplaire de statut établi sur un papier libre doit être remise à chaque associé, toutefois, si la société est au nom collectif ou en commandité simple, il doit être remis un exemplaire original à chaque actionnaire ; le statut constitue soit le contrat de société en cas de pluralité de l'associé, soit l'acte de volonté d'une seul personne en cas d'associé unique¹.

3.1.2. FICHE SIGNALETIQUE DU PROJET

- Raison sociale : FARAF CYBER ;
- Forme juridique : SARL ;
- Capital 10 000 000 Ar ;
- Siege social : Lot 93AMKF/Ambalakininy Farafangana.

Le chapitre premier : choix et intérêt du thème comprend l'analyse de l'environnement, et le caractéristique du projet consiste à analyser l'intérêt et l'objectif du projet ; tant sur l'identification du projet qui retrace le chiffre d'affaires et les coûts des investissements envisagés et les aspects juridiques. Pour mieux harmoniser le procédé de notre projet, il nous pousse à faire une étude de marché du présent projet.

¹ Droit Commercial, Ar. 7-8-9.

CHAPITRE II

ETUDE DU MARCHE

La génération des bonnes idées de produits nouveaux résulte d'une interaction harmonieuse entre la recherche technologique et l'analyse systémique de besoin du marché, ce qui nous mène à développer les sections ci-dessous.

Section 1 : DESCRIPTION DU MARCHE

Tout d'abord le marché se définit comme « la confrontation de l'offre et de la demande, en d'autres termes, il est constitué de l'ensemble des individus et des organisations de toute sorte qui ont et qui peuvent avoir de l'influence sur la consommation d'un produit ou d'un service dans un environnement donné. Ainsi, nous pouvons définir notre marché à partir des trois éléments suivants :

- Type de service qu'on offre (service bureautique et Internet) et son volume échange sur le marché ;
- Les agents consommateurs existants sur le marché : Agent de l'Etat, étudiants, agent de bureau ;
- L'environnement économique, social, culturel et politique.

1.1. SITUATION ACTUELLE

En général, le marché en matière de service informatique bureautique et Internet à Farafangana est encore inexploité, car nous n'en trouvons pas à Farafangana et la région Atsimo Atsinanana.

Au cours de notre descente, nous avons pu constater qu'il y avait trois petites entreprises qui fournissent un service informatique. Des enquêtes, nous avons permis de savoir que l'offre locale ne satisfait pas la demande. Le marché est donc peu exploité dans la région.

En effet, un marché n'existe que par la présence simultanée de clients solvables et motivés et d'un fournisseur présentant son produit ou service au moment et lieu voulu, en

qualité et en quantité voulues pour ce client, plus les conditions environnementales favorables, c'est-à-dire, tenir compte de l'équilibre du marché : Offre = Demande.

La connaissance de la situation actuelle du marché par rapport à cette position d'équilibre permet à l'entreprise de déterminer la politique à suivre.

En conclusion, pour que le marché puisse exister, il faut la présence de quatre éléments au minimum :

- Un besoin clairement défini venant du consommateur, susceptible de l'exprimer par une demande solvable ;
- Une demande qui soit prête à payer un produit ou un service pour satisfaire ce besoin ;
- Une offre qui propose un produit ou un service répondant plus ou moins à ce besoin présenté ;
- Un prix correspondant à la valeur de change observé du produit exprimé en unité monétaire.

Il est donc de notre intérêt de fournir un service impeccable et meilleur par rapport à ceux des concurrents, satisfaisant la qualité et quantité de leur besoin de notre clientèle.

1.2. ANALYSE DE LA DEMANDE

La demande est un besoin ressenti par un individu, susceptible de se traduire par une décision d'achat. La consommation d'un produit ou d'un service est en fonction de 4 éléments

- Prix de produit ou de service ;
- Prix des autres produits ou service ;
- Le revenu des consommateurs ;
- La demande des produits disponibles sur le marché.

1.2.1. LA DEMANDE POTENTIELLE

Pour identifier le besoin du consommateur, il nous faut étudier et analyser leur comportement passe à l'achat d'un produit, toutes les actions visant à l'obtention et à l'utilisation des produits ainsi que le processus qui précède et suit ces actions. Donc la

clientèle est l'élément d'actif le plus important d'une entreprise. D'où la nécessité de bien connaître son comportement, en voici les cibles de notre projet : les jeunes lycéens, étudiant, demandeur d'emploi, les enseignants, les militaires.

1.2.2. ETUDE DE MARCHE

L'étude de marché est le recueil fiable sur le marché ou institution en vue de prendre une décision.

Plusieurs techniques peuvent être étudiées pour cette étude, notre projet utilise une méthode d'enquête par sondage lors d'une entrevue par les consommateurs.

1.2.2.1. Dépouillement des questionnaires

Tableau 1 : Dépouillement des questionnaires.

Cible Caractère	Elèves		Etudiants		Demandeurs D'emploi		Fonctionnaires		Employés des entreprises		Commerçants	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
Intéressée	50	10	18	2	12	8	30	10	20	10	8	2
Atout	55	5	15	5	15	5	25	15	18	12	7	3
Pratiquant	45	15	20	0	18	2	30	0	20	10	9	1
Prix abordable	45	15	20	0	18	2	38	2	25	5	10	0
Fréquence	40	20	15	5	15	5	35	5	20	10	6	4

Source : Personnelle.

Nous avons réalisé une enquête avec 180 personnes parmi les cibles, soient :

- 60 élèves (Lycéens) ;
- 20 étudiants ;
- 20 demandeurs d'emploi ;
- 40 fonctionnaires ;
- 30 Employés des entreprises ;
- 10 commerçants.

1.2.2.2. Résultats

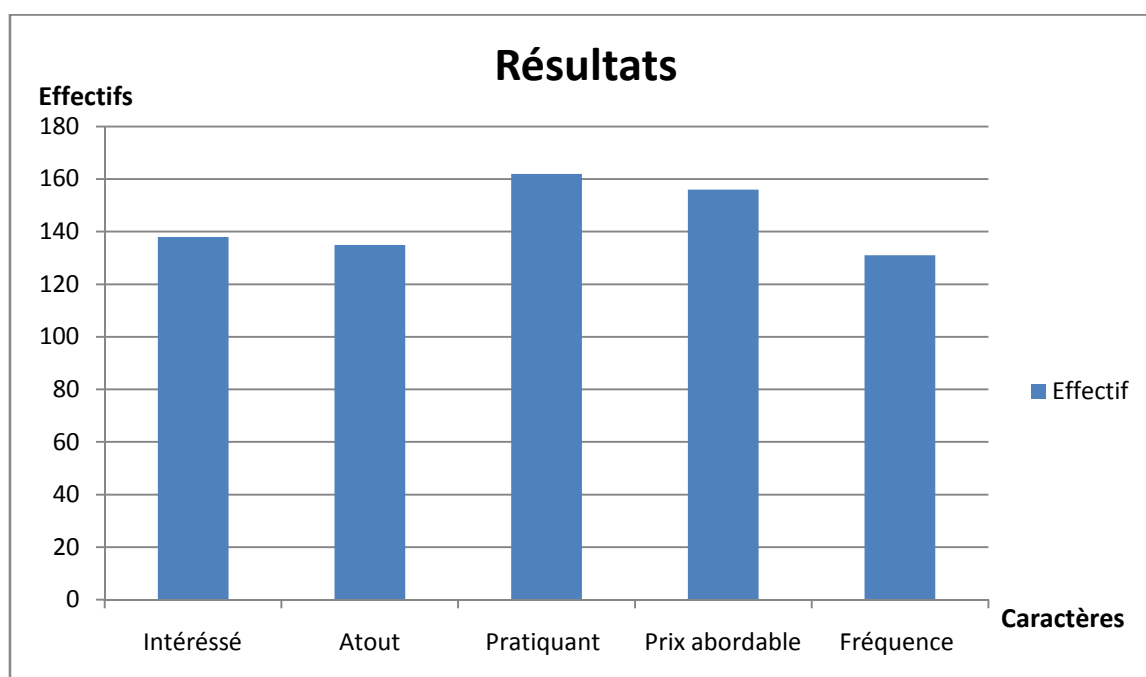
Tableau 2 : Résultats du Questionnaire.

Caractère	Effectif	Effectif en %	Caractère	Effectif	Effectif en %
Intéressé	138	76,67	Non intéressé	52	23,33
Atout	135	75	Aucun atout	55	25
Pratiquant	162	84,45	Ignorant	28	15,55
Prix abordable	156	86,67	Trop chère	34	13,33
Fréquence	131	72,77	Non fréquenté	59	27,23

Source : Personnelle.

Le tableau ci dessus nous explique les résultats du questionnaire auprès de la population cible sur le lieu d'implantation de notre projet.

Figure 2 : Résultat des enquêtes.



Source : Personnelle

D'après le tableau et le diagramme en rectangle ci mentionné, on a constaté une demande solvable et latente venant de cette population, les proportions ci dessous nous montrent ses détails :

- 86,67 % disent que son prix est abordable ;
- 84,45 % sont pratiquants de l'informatique ;
- 76,67 % sont intéressés par ce projet ;
- 75 % trouvent que ce projet leur procurera un atout ;
- 72,77 % disent que cet endroit est fréquentable.

Lors de ces résultats, notre projet intéresse de plus en plus une part de marché largement accaparante.

1.2.3. DETERMINATION DE LA PART DE MARCHE

Il ne suffit plus de comprendre le client pour vendre, l'entreprise ne progresse qu'au détriment des autres d'où la notion de « Marketing guerrier » notamment pour l'augmentation de sa part du marché.

Globalement, il y a trois entreprises de prestataires de service informatique et Internet œuvrant déjà dans la ville de Farafangana : Micro Edition, Far Info, Soanala Multiservices. D'après nos enquêtes auprès de ces entreprises on a le résultat suivant : les ventes peuvent être réalisées par l'assemble de la profession (entreprises et ses concurrents) auprès de la clientèle acquise augmentée de la clientèle encore non acquise, mais susceptible d'être intéressée par nos services proposés dans la ville de Farafangana soit à peu près de 1 000 000 Ar par jours (marché potentiel de service) et leur chiffre d'affaires journalier se résume par le tableau ci après :

Tableau 3 : Répartition de chiffre d'affaires des concurrents.

Entreprise	Chiffre d'affaires journalier
Micro Edition	200 000Ar
Soanala Multiservices	180 000Ar
Far Info	160 000Ar
Total	540 000Ar

Source : Personnelle

Le part de marché de l'entreprise constitue au pourcentage de ses ventes (en quantité ou en valeur) par rapport au total de ventes de tous les concurrents. Donc, on peut considérer la part de marché comme le pourcentage qui exprimant la part de ventes part rapport à un secteur d'activité.

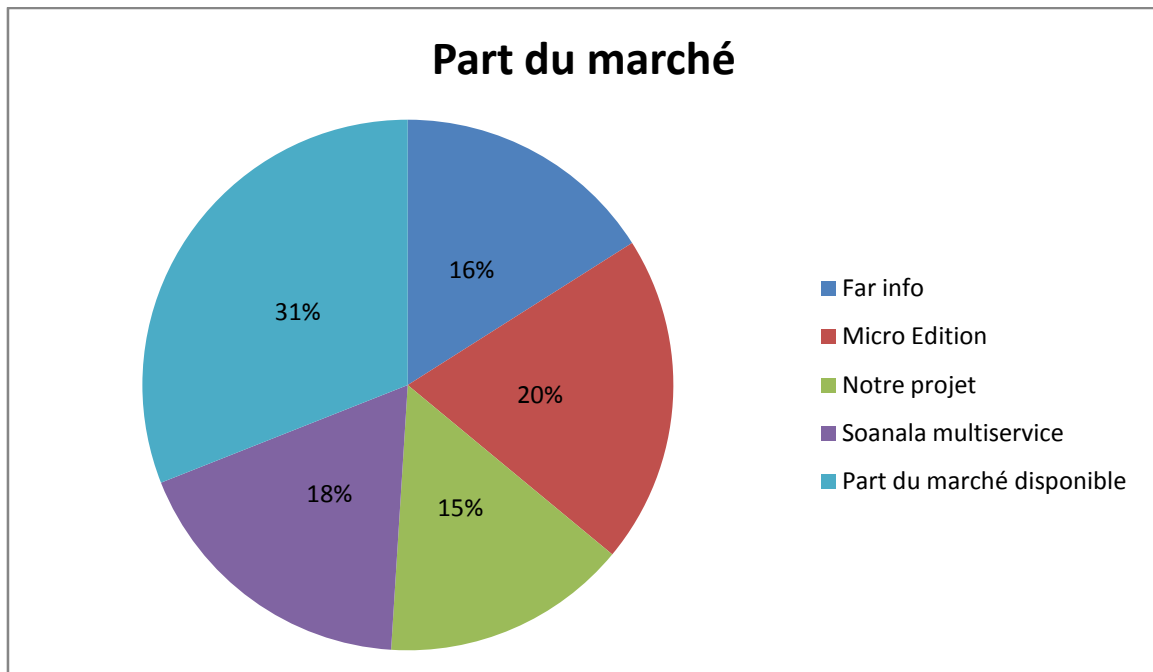
Formule :

$$\text{Part du marché} = \frac{\text{Valeur de l'entreprise}}{\text{Valeur de tous les concurrents sur le marché}}$$

D'où la part du marché : Micro Edition : 20 %, Soanala Multiservices 18 %, Far Info 16 %, bref le total de part du marché occupé par les concurrents est de 54 % donc, il y a 46 % de part de marché disponible que nous pouvons exploiter.

Lors de ces résultats, notre projet intéresse de plus en plus une part de marché largement accaparante.

Figure 3 : Diagramme circulaire de la part de marché.



Source : Personnelle.

Notre projet a essayé de couvrir 15 % de la part de marché sur les prestations de service informatique et Internet soit 150 000 Ar de chiffre d'affaires par jour.

1.2.4. FREIN ET MOTIVATION

« La motivation c'est le mobile qui sera déclenché chez l'individu par la non satisfaction de besoin en effet, c'est un état de tension qui va faire agir l'individu jusqu'à ce

que cet état de tension soit régulier par la satisfaction de besoin qui le motive ; tandis que les freins ce sont les motivations négatives qui empêchent l'individu à agir² ».

Lors des enquêtes sur terrain, on détermine certains freins qui défavorisent l'offre en prestation informatique : la peur de manipulation de l'ordinateur, l'incertitude et ignorance de l'internet ; ainsi que leur motivation : le désir de savoir l'information mondiale, l'élargissement de connaissance, la facilitation des tâches et le prix de service abordable.

1.3. ANALYSE DE L'OFFRE

L'offre se définit comme un « ensemble de service fourni pour satisfaire le besoin et la demande des consommateurs³ ».

L'offre doit correspondre à la demande. Selon les enquêtes réalisées dans la ville de Farafangana, nous avons pu constater que beaucoup de personnes désirent la réalisation du projet. Les principaux intéressés sont les intellectuels (Fonctionnaires, étudiants, élèves etc.)

1.3.1. MARCHE LOCAL

Etant donné l'insuffisance d'un tel centre dans la région, on a pu dégager une grande masse des facteurs consommateurs de notre service soit 46 % du client cible .Le marché dans la ville, de Farafangana est loin d'être saturé.

1.3.2. ANALYSE DE SECTEUR D'ACTIVITES

Un secteur d'activité regroupe l'entreprise qui a la même activité principale, c'est-à-dire, les entreprises qui offrent des produits se substituent les uns aux autres.

Nous avons cité trois petites entreprises qui exploitent le service dont le coût s'avère très élevé par rapport au pouvoir d'achat des consommateurs, par exemple : le prix de saisie et impression par page est de 1 000 Ar.

² Cours Marketing en 2^{ème} Année.

³ Cours Marketing en 1^{ère} Année.

Tableau 4 : Analyse d'évaluation de la concurrence.

Critère	Far Info	Soanala Multiservices	Micro Edition	Notre Projet
Prix	XX	XX	XX	XXX
Horaire	XX	X	XXX	XX
Accueil	XX	XX	XXX	XXX
Rapidité de travail	XX	XXX	XXX	XXX
Qualité de service	X	XX	XXX	XXX

Source : Personnelle

Notre projet doit attaquer l'ensemble des concurrents sur son prix et sa qualité de service offert, en faveur de la hausse de prix de ses concurrents : Soanala Multiservice sur ses horaires et Far Info sur sa qualité de service.

1.3.3. ESTIMATION DE L'OFFRE

On envisage d'offrir les différents types de service suivants :

- Service bureautique ;
- Service photocopie ;
- Saisie sur ordinateur ;
- Scanner ;
- Reliure ;
- Envoi d'E-mail ;
- Navigation sur Internet.

Pour fidéliser notre clientèle, on envisage d'offrir une bonne qualité de service avec un prix abordable et un respect du délai de travail.

Les tarifs pratiqués varient selon la gamme de service offert et dépendant plus du prix d'acceptabilité des consommateurs que du coût de services offerts.

1.4. ETUDE DE LA CONCURRENCE

Par définition la concurrence englobe toute l'offre concurrente, y compris le produit de substitution.

1.4.1. LES CONCURRENCES FORMELLES

Les concurrents de la future entreprise dans la zone de Farafangana en matière de service Informatique et Internet sont au nombre de trois : Soanala Multiservice, Far Info, Micro Edition qui détiennent le 54 % de part de marché, et on pense à acquérir les 46 % du marché disponible.

Le marketing est la recherche de l'obtention d'un marché optimum en fonction des besoins reconnus et pressentis par l'intérêt réciproque, c'est la fonction qui tient le plus compte des éléments de l'environnement.

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

2.1. LES THEORIES SUR LES STRATEGIES

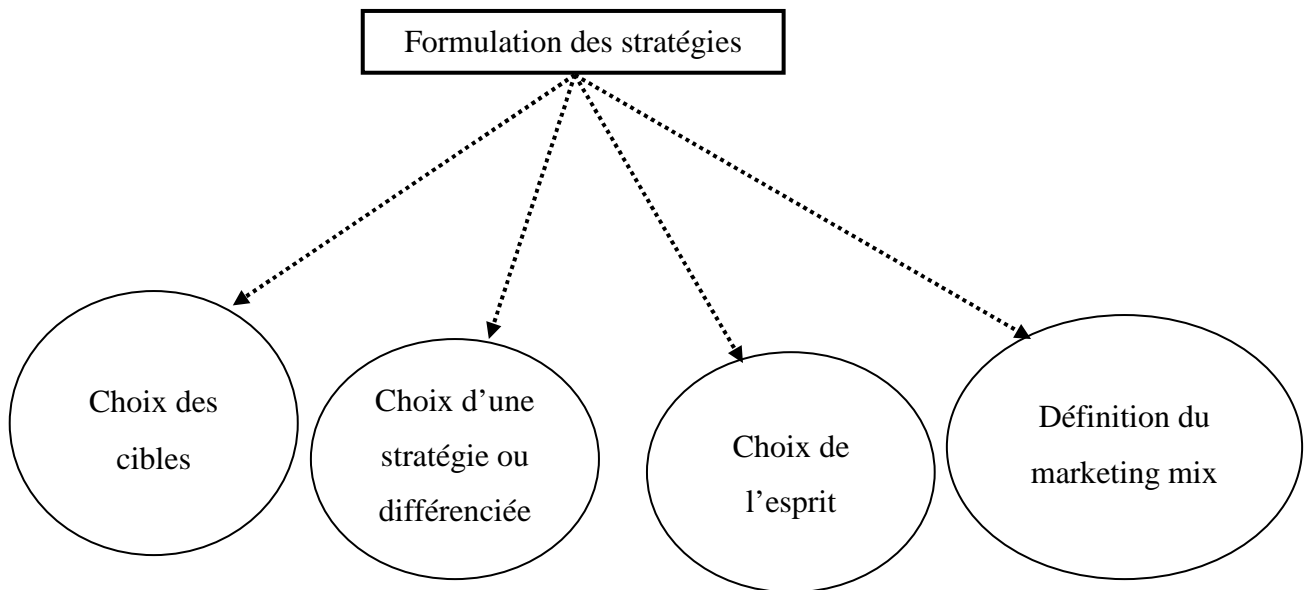
Il devient possible d'imaginer et de formuler une ou plusieurs stratégies possibles à la lumière des objectifs visés, des moyens disponibles et des contraintes recensées.

Bien attendu, il est tout de même souhaitable de formuler plusieurs stratégies alternatives que l'on évaluera et que l'on comparera ensuite en vue de choisir la meilleure.

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

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

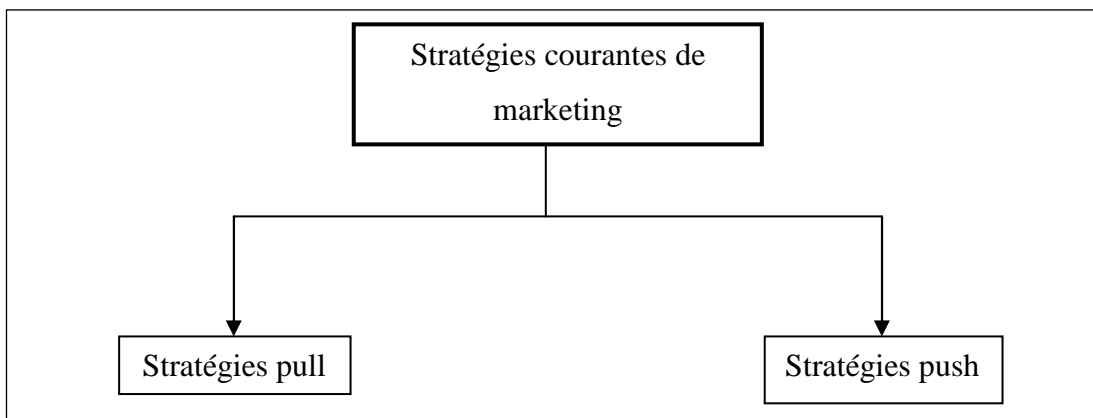
Figure 4 : Formulation des stratégies en marketing.



Source : Personnelle

Lorsque nous allons nous intéresser au choix de l'esprit général de la stratégie, nous distinguons souvent deux grandes familles des stratégies marketing en fonction de la nature de leurs éléments : les stratégies pull et stratégies push.

Figure 5 : Stratégies courantes de marketing.



Source : Personnelle.

2.1.1. LES STRATEGIES PUSH ET PULL

Les stratégies de type pull : consiste à faire demander le produit par les consommateurs utilisateurs, leurs éléments moteurs principaux sont : la politique de communication et promotion notamment la publicité ainsi que les supériorités intrinsèques du produit ou son produits avantageux. Ce sont l'accomplissement des publicités par medias.

Les stratégies push : au contraire consistent à faire pousser les produits par les distributeurs ou les vendeurs. Elles s'appuient essentiellement sur les avantages et initiation offerte. Ce sont les actions de promotion qui dominent ces stratégies push.

2.1.2. LA STRATEGIE NICHE

La stratégie niche ou stratégie de créneau interstice peut être conduite à chaque fois un marché ou un segment de marché n'est pas servi par les grandes entreprises.

Les interstices correspondent souvent à l'espace laisser vaquant entre deux segments de marché de plus grande taille ou a un marché de trop faible taille pour intéresser les grandes entreprises. Ces interstices sont alors servent généralement de façon trop rentable pour le structure de petite taille.

L'entreprise qui choisit cette orientation concentre ses défauts dans une activité, un métier s'en cherche à étendre pour obtenir l'expérience, savoir faire, maîtrise de technologie afin de préparer une offre adaptée que le client apprécie et valorise.

2.1.3. LA STRATEGIE BENCHMARKING

C'est un système d'étalonnage pour savoir les techniques et le système appliqué le meilleur dans le secteur pour savoir pourquoi il réussisse.

2.2. STRATEGIE ADOPTEE PAR LE PROJET

Notre projet applique la stratégie de pénétration du marché dans le but de lancer notre produit à un prix relativement bas. Ceci tend à décourager les concurrents et à stabiliser les ventes à une période plus longue, même si le profit initialement faible, il se stable à long terme.

2.3. LE POLITIQUE MARKETING-MIX

Le marketing mix est un ensemble des variables dont l'entreprise dispose pour influencer le marché cible. Ces variables sont les 4 P, c'est-à-dire : Produit, Prix, Publicité, et Promotion. C'est aussi une stratégie adoptée lors d'une action commerciale : c'est l'étude de la combinaison optimale du PPDC : Produit, Prix, Distribution, et Communication.

Les cibles pour ce projet sont :

- Les jeunes Lycéens, étudiants ;
- Les enseignants, les cadres, les militaires, personnel administratif, les touristes, les demandeurs d'emplois.

2.3.1. POLITIQUE DE PRODUIT

Le produit ou service fournit doit correspondre aux attentes des cibles.

Le produit veut dire service qu'on a offert sur le marché pour être consommé afin de satisfaire un besoin.

Pour la production du service, l'entreprise recourt à des matériels et équipements, ainsi le service sera déterminé et caractérisé par :

- La compétence professionnelle du personnel ;
- La fiabilité de capacité du personnel ;
- L'accessibilité physique et psychologique du service ;
- Compréhension du besoin spécifique du client ;
- Bonne capacité relationnelle du personnel avec les clients.

2.3.2. POLITIQUE DE PRIX

Le prix est la valeur chiffrée d'un bien. Elle mesure la rentabilité de l'entreprise car l'action commerciale menée au sein d'un marketing mix. Le prix joue un rôle important dans le comportement d'achat des consommateurs.

Il est donc dans notre intérêt d'imposer un prix adéquat et à la portée de tous. Cette politique de prix dépendra donc des objectifs prévus par l'entreprise (la satisfaction du consommateur, rentabilité du projet ...)

Ces objectifs seront atteints grâce à une politique de prix déterminée à savoir.

- Satisfaire au mieux la clientèle ;
- Offrir une meilleure qualité de service par rapport aux concurrents ;
- Maintenir une image de marque de l'entreprise ;
- Performance du personnel.

Le prix sera donc fixé en fonction du prix de revient, du consommateur et de la demande venant du consommateur.

Tableau 5 : Listes de Services rendus.

Services offerts	Prix unitaire en Ariary
Photocopie/page	100
Saisie texte/page	500
Scan/page	400
Impression/page :	
• Noir & blanc	200
• En couleur	450
Connexion/minute	80

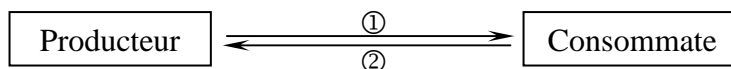
Source : Personnelle.

Ce tableau nous démontre les types des services rendus par le projet FARAF CYBER et le prix unitaire de service offert selon leur nature.

2.3.3. POLITIQUE DE DISTRIBUTION

Les variables de déplacement sont le mode de distribution utilisé (circuits de distribution).

La distribution est l'ensemble des courants de produits ou de service et de courants financiers qui s'établissent entre le producteur et le consommateur.



La distribution se fait par l'offre des producteurs vers les consommateurs et ensuite par la demande des consommateurs aux producteurs.

① : Toutes les actions telles que : publicité, promotion

② : C'est le feed-back des informations qui se matérialisent par les résultats des études du marché (par exemple la réclamation des clients au niveau du service rendu).

La distribution a donc pour rôle d'ajuster l'offre et la demande.

FARAF CYBER offre directement sans intermédiaires ses services à ses clients. Elle adopte une politique de marketing direct, c'est –à dire, que le produit passe directement aux consommateurs finaux.

2.3.4. POLITIQUE DE COMMUNICATION ET DE PROMOTION

La communication sert à la transmission des informations de la part du destinataire, l'objectif de la communication c'est de faire connaître notre service à toutes types de catégories socioprofessionnelles de la ville de FARAFANGANA .Le meilleur moyen de communication c'est la publicité.

La publicité favorise et accélère l'expansion de l'entreprise, elle sert à informer les gens de l'existence d'une entreprise et des les convaincre sur les services rendus.

Quant à la promotion, c'est l'ensemble des efforts déployés pour augmenter les achats des consommateurs et d'efficacité du prestataire de service.

Pour ce faire, nous avons fait un appel à la masse media existant : la Radio Soanala (2 000 Ar/j, soient 3 spots), dont le budget alloué pour la publicité est de 720 000 Ariary par an. Notre promotion consiste en la réduction tarifaire, c'est-à-dire, un tarif temporairement inférieur au tarif habituel d'où le tableau ci après illustre ses détails :

Tableau 6 : Détails de tarif promotionnel.

Désignation	Montant
Photocopie plus des 30 pages	80 Ar /page
Saisie plus des 100 pages	450 Ar/page
Scan plus des 10 pages	350 Ar/page

Source : Personnelle.

On donne une carte de fidélité indiquant la totalité de consommation effectuer et on donne des primes pour ce qui consomme de 100 000 Ariary au 5^{ème} mois d'achat : Comme par exemple, il a offert un CD DVD Rewritable de capacité 4,7 GO.

La première partie a fait ressortir une méthode d'approche concernant l'identification du projet. Ce qui signifie que l'étude effectuée déterminera la part du marché. Cette étude permet aussi de savoir la planification marketing, laquelle nous a donné des résultats pertinents de l'avenir de ce projet.

Durant la première partie de notre étude, il nous convient d'élaborer le choix et l'intérêt du thème, en suite l'étude de marché et les stratégies marketing adoptées.

Cette partie a décrit le choix et l'intérêt du thème, à savoir le contexte environnementaux du projet, ses objectifs, son indentification, l'étude du marché qui clarifiera l'existence d'une large part de marché. Nous pouvons exploiter la stratégie marketing adaptée pour avoir la meilleure place sur le marché.

DEUXIEME PARTIE

ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATIONNELLE

Nous savons que les faisabilités sont les stades obligatoires d'un projet car le non passage à ce stade aboutirait à l'échec des intentions à réaliser. En fait, ce sont les faisabilités techniques et celles organisationnelles qui vont illustrer la capacité de rassembler tous les moyens en vue d'atteindre les objectifs que nous sommes fixés.

Les trois chapitres ci-dessous retracent les contenus de cette deuxième partie : d'une part la technique de production et d'autre part la capacité de production envisagée en fin d'étude organisationnelle.

CHAPITRE I

TECHNIQUE DE PRODUCTION

Les techniques de productions ont pour objectif d'organiser la production, c'est-à-dire, toutes les actions engagées par notre projet dans le but d'amener à la disposition d'un produit. Pour ce faire nous allons voir ci après le processus de production possible.

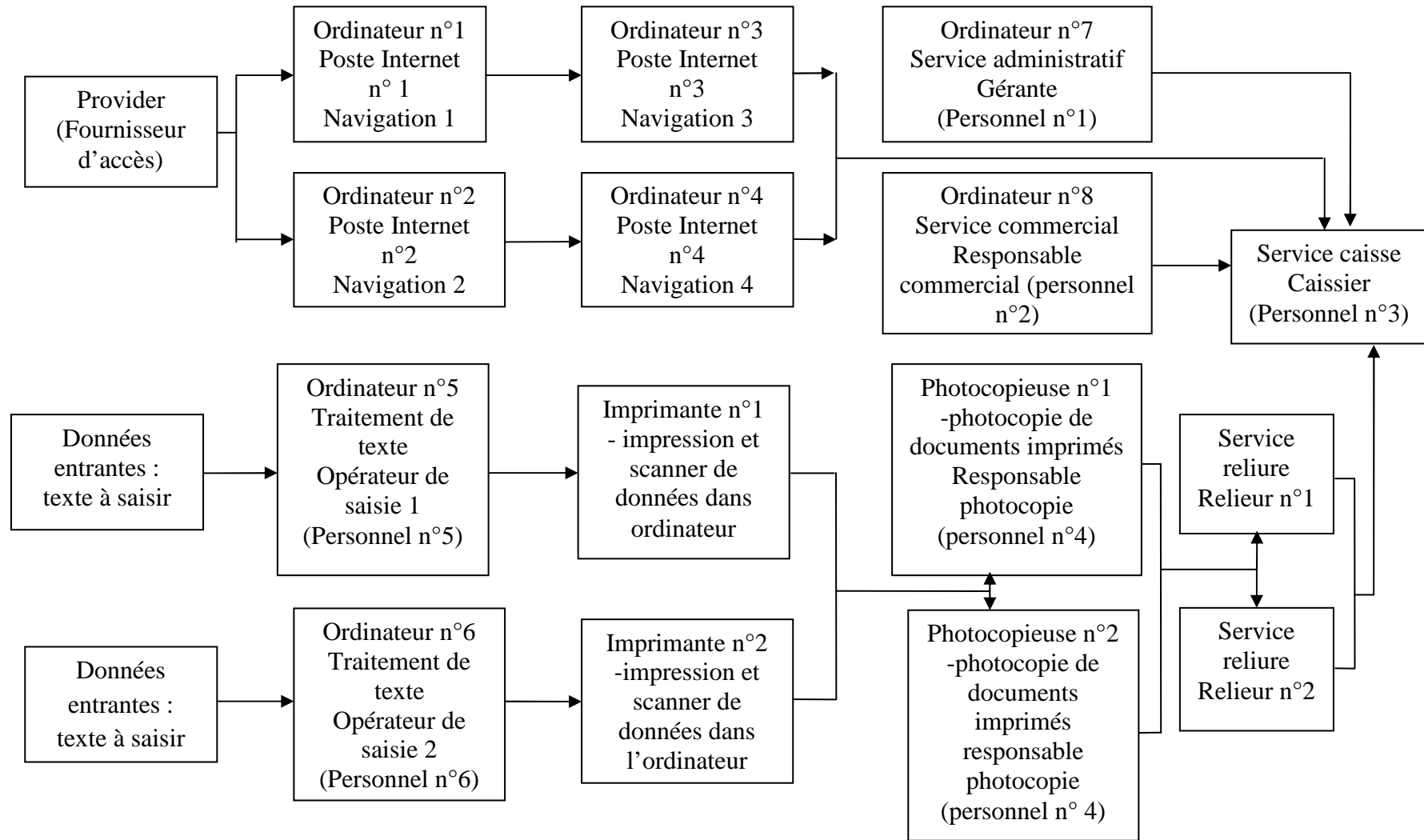
Section 1 : LE PROCESSUS DE PRODUCTION

FARAF CYBER regroupe les services de traitement de texte ou saisie sur ordinateur, l'impression, la reproduction de document ou photocopie, le scan et la reliure de ces documents. Ces tâches sont réparties à chacune des employés suivants :

- Le Gérant assure les services administratifs du projet ;
- Le responsable commercial assure le service commercial ;
- L'opérateur de saisie assure la production sur l'ordinateur ;
- Le photocopieur assure le service photocopie et le service impression.

La figure de la page suivante nous donne les circuits de processus de production.

Figure 6 : Processus de production.



Source : Personnelle.

- La saisie est un traitement de texte manuscrit sur un ordinateur. Le texte saisi fera l'objet d'un produit fini, donc il sera considéré comme produit en cours.
- L'impression est l'ensemble de techniques à la fabrication d'ouvrage imprimé ou bien une action d'éditer sur papier le résultat du traitement du texte à travers l'imprimante, en fin le texte imprimé sera considéré comme un produit fini.
- La photocopie est la reproduction d'un document par le développement d'une photographie à l'aide d'une photocopieuse ; le document photocopie est considéré comme produit fini.
- La scanne est un traitement de texte et d'image sur un appareil appelé scanner, le scanner est une photocopie numérique comprend de source lumineuse qui illumine le document.
- La reliure est la façon d'assembler les documents imprimés ou photocopiés à partir d'une machine appelée relieur.
- L'Internet est un moyen d'accès à l'information et un réseau de communication qui offre de multitude de services :
- Envoi d'E-mail ; chat sur Internet (discussion directe) ; réception de message électronique ; téléchargement de données sur Internet).

Actuellement, les deux services sont les plus rependus et utilisés par les clients tel que le chat, le courrier d'E-mail.

Section 2 : LES MOYENS DE PRODUCTION

Le projet ne peut pas être réalisé que sans les moyens de production .On va voir ; ensuite ; les trois principaux moyens de production utilisés : les moyens matériels, les moyens humains et les moyens financiers.

2.1. LES MOYENS MATERIELS

Les matériels et équipements nécessaires pour l'exploitation de l'entreprise sont donnés par le tableau de la page suivante :

Tableau 7 : Liste des matériels et équipements.

Nature	Etat	Caractéristique	P.U en Ar	Quantité	Montant
Ordinateur	Neuf	Intel D430 Ram 1024 NO/HDD 320 GO/DVD RW/19 TFT	900 000	8	7 200 000
Onduleur	Neuf	SQUTE 650 VA	77 000	8	616 000
Imprimante multi fonction (scanner ; photocopieuse)	Neuf	BROTHER	195 000	2	390 000
Photocopieuse	Neuf	CANON Capacité : 21 copies / minute	4 200 000	2	8 400 000
Relieur	Neuf	GBC DOCUBIND P400	160 000	2	320 000
Total (en Ariary)					16 606 000

Source : Personnelle

Le tableau ci-dessus nous donnerons les détails de matériels utilisés au cours de production de notre projet à savoir l'ordinateur, l'imprimante et la photocopieuse occupe le service annexe.

Tableau 8 : Liste de matériels et mobiliers de bureau.

Désignation	Nature	Etat	P.U en Ar	Quantité	Montant
Table ordinateur	En bois	Neuf	80 000	8	640 000
Armoire	En bois	Neuf	350 000	2	700 000
Tabouret	En bois	Neuf	20 000	10	200 000
Banc	En bois	Neuf	15 000	2	30 000
Table	En bois	Neuf	20 000	3	60 000
Téléphone		Neuf	25 000	1	25 000
Agrafeuse		Neuf	2 000	2	4 000
Table de bureau	En bois	Neuf	2	350 000	700 000
Machine à calculer		Neuf	2	5 000	10 000
Total					2 369 000

Source : Personnelle.

Les matériels de bureau sont récapitulés par le tableau en dessous, qui sont les éléments complémentaires du matériel pour l'installation de projet.

Tableau 9 : Détails de matériels électriques pour l'installation à la maison.

Eléments	P.U en Ar	Quantité	Montant
Fil GVG	1 000/mètre	20	20 000
Prise multiple	4 000	10	40 000
Prise femelle	1 000	10	10 000
Interrupteur	800	2	16 000
Lampe en néon	8 000	2	16 000
Total			87 000

Source : Personnelle.

Ce tableau nous donne les éléments pour l'alimentation électrique des machines utilisées par notre projet, donc il est essentiel pour le fonctionnement du projet.

Tableau 10 : Besoin en matière première et autres approvisionnement.

Désignation	Unité	Quantité	P.U en Ar
Rame de papier	Rame	1	7 000
Encre noir et blanc	Boîte	1	15 000
Encre couleur	Boîte	1	35 000
Toner d'encre pour la photocopieuse	Cartouche	1	215 000
Spirale n° 6	Boîte	1	7 000
Spirale n° 8	Boîte	1	8 000
Spirale n° 10	Boîte	1	9 000
Carton	Paquet	1	9 000
Transparent	Paquet	1	15 000

Source : Personnelle.

- Une rame de papier : contient 500 feuilles ;
- Une boîte d'encre peut imprimer 400 pages ;
- Une cartouche de toner d'encre peut copier 16 000 copies ;
- Une boîte de spirale contient 100 pièces ;
- Un paquet de carton contient 100 pièces ;
- Un paquet de transparent contient 100 pièces.

2.2. LES MOYENS HUMAINS

L'organisation de l'entreprise correspond à la combinaison et à l'agencement des éléments qui la compose .Cette combinaison aboutie à la création de structure qui assure les différentes fonctions existantes dans l'entreprise. L'un de ces éléments est le personnel.

Ce dernier doit être compétent et expérimenté pour assurer la compétitivité de l'entreprise.

On prévoit à utiliser six employés : un gérant, un responsable commerciale, trois ouvriers (deux opérateurs de saisie et un responsable de photocopie et reliure) et un gardien.

2.2.1. PROFILS

- Le gérant :
 - Titulaire de maîtrise en Gestion au minimum ;
 - Ayant trois années d'expériences dans un poste similaire ;
 - Forte connaissance en informatique ;
 - Bonne maîtrise de langue Française et Anglaise.
- Le responsable commerciale :
 - BTS en commerce et marketing ou équivalent ;
 - Deux années d'expériences dans un poste similaire ;
 - Bonne connaissance de la langue Française et Anglaise.
- Les ouvriers :
 - BAC au minimum ;
 - Deux années d'expérience dans un poste de secrétariat ;
 - Certificat de travail exigé ;
 - Savoir lire et écrire correctement les Français et l'Anglais.
- Le gardien :
 - BEPC au minimum ;
 - Maîtrise des arts martiaux ;
 - Bonne présentation.

2.3. LES MOYENS FINANCIERS

Le projet nécessite un investissement de 22 800 000 Ar. Mais actuellement on ne dispose pas assez de moyens pour financer ce projet, pour cela on doit recourir à un emprunt à moyen terme remboursable dans cinq ans qui s'élève à 12 800 000 Ar à la banque BOA à Farafangana.

Le fonds de roulement initial de ce projet à une valeur de 800 000 Ar c'est-à-dire les achats des fournitures consommables, le service extérieur et le charge du personnel durant la première année

Section 3 : LES INFRASTRUCTURES NECESSAIRES

Pour les infrastructures nécessaires notre projet a besoin d'un bâtiment à deux pièces : l'une est engagée par le stockage et l'autre par le bureau de travail, le loyer est à la charge de dépense mensuelle de l'entreprise.

Ce premier chapitre nous a illustré le processus de production et les principales ressources utilisées, les moyens financiers et les infrastructures pour le projet. L'obtention de ces ressources nous pousse à étudier la capacité de production envisagée pour notre projet.

Ainsi, nous allons voir dans le second chapitre, les moyens de production utilisés et les infrastructures nécessaires à la réalisation du projet.

CHAPITRE II

CAPACITE DE PRODUCTION ENVISAGE

Ce chapitre nous traitera les services que nous allons fournir au sein du FARAF CYBER. Pour mieux comprendre, il faut s'intéresser aux trois éléments suivant :

- L'évolution de consommation prévisionnelle de notre projet ;
- Les capacités prévisionnelles de production ;
- Le chiffre d'affaires prévisionnelles.

Section 1 : CONSOMMATION PREVISIONNELLE EN PREMIERE ANNEE

La consommation est l'ensemble de matière première et autre approvisionnement nécessaire à la production seront décrits à l'aides des tableaux qui vont suivre.

Tableau 11 : Consommation prévisionnelle mensuelle de rame de papier.

1 rame = 500 feuilles

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (rame)	12,6	12,4	13,52	14,1	14,62	15,24	16,2	8,9	7,12	7,34	9,2	11,84	143,08
P U	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000
Montant	88200	86800	94640	98700	102340	106680	113400	62300	49840	51380	64400	82880	1001560

Source : Personnelle.

Ce tableau nous montrera la quantité de la consommation mensuelle en rame de papier, du mois de janvier au mois de juillet cette consommation augmente jusqu'à seize rames de papier en raison de l'excès du client solvable ; de mois d'août au mois de septembre la consommation baisse, car les élèves et les étudiants font partis en vacances.

Tableau 12 : Consommation prévisionnelle mensuelle d'encre noire et blanc.

1 boîte d'encre = 400 pages pour impression noir et blanc (HP : 21 à 10 ml)

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (Boîte)	4,15	3,75	4	4,25	4,5	4,75	5	3	2	2,5	3	3,5	44,4
PU	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000
Montant	62250	56250	60000	63750	67500	71250	75000	45000	30000	37500	45000	52500	666000

Source : Personnelle.

Le besoin de consommation mensuelle d'encre noir et blanc pendant douze mois est récapitulé par ce tableau : du mois de janvier au mois de juillet, cette consommation augmente jusqu'à cinq cartouche d'encre noir en raison de l'excès du client solvable ; de mois d'août au mois de septembre la consommation baisse, car les élèves ; les professeurs ; les agents au service scolaire et les étudiants sont partis en vacances.

Il y a des virgules dans les quantités de boîte d'encre parce que des fois la boîte n'est pas terminé entièrement en un mois. C'est pour donner les précisions dans la consommation de ces cartouches d'encre..

Tableau 13 : Consommation prévisionnelle mensuelle d'encre couleur.

1 boîte = 400 pages pour impression couleur (HP 22 à 10 ml)

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (Boîte)	2	2	2,2	2,05	2,2	2,25	2,375	1,25	1	1,25	1,5	1,5	21,825
PU	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000	35000
Montant	70000	70000	77000	71750	77000	78750	83125	43750	35000	43750	52500	61250	763875

Source : Personnelle.

Ce tableau nous donne la consommation mensuelle d'encre couleur : nous savons que cette consommation est plus petite par rapport à l'encre noir faute de l'inhabitude de l'utilisation et son coût élevé.

Tableau 14 : Consommation prévisionnelle mensuelle de toner d'encre photocopieuse.

1 cartouche = 16 000 copies pour photocopie noir et blanc (canon : 50 cl)

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (cartouche)	0,22	0,225	0,25	0,2625	0,268	0,28	0,3	0,156	0,125	0,12	0,16	0,22	2,5865
PU	215000	215000	215000	215000	215000	215000	215000	215000	215000	215000	215000	215000	215000
Montant	47300	48375	53750	56438	57620	60200	64500	33540	26275	25800	34400	47300	556098

Source : Personnelle.

Le tableau 15 ci-dessus nous montrera le besoin de consommation mensuelle en cartouche noir et blanc pour la photocopieuse pendant douze mois : de mois de janvier au mois de juillet cette consommation augmente jusqu'à 0,3 cartouche d'encre noir, c'est-à-dire, la cartouche ne pas vide entièrement. Nous pouvons dire que la photocopieuse est plus économique que l'imprimante.

Tableau 15 : Consommation prévisionnelle mensuelle de connexion sur Internet.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (mois)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
PU	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000
Montant	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	3960000

Source : personnelle

Nous savons que, à propos d'une consommation mensuelle sur l'Internet : la quantité reste inchangée par ce qu'il suffit d'abonner mensuellement auprès du fournisseur de service, avec un prix fixe.

Tableau 16 : Consommation prévisionnelle mensuelle de couverture.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité	281	280	260	270	280	290	300	200	190	200	250	280	3081
PU	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
Montant	89920	89600	83200	86400	89600	92800	96000	64000	60000	64000	80000	89600	985920

Source : Personnelle.

Dépense sur la couverture

NB : Spirale : n° 6 : 7 000 Ar/100 = 70 Ar ;

n°8 : 8 000 Ar/100 = 80 Ar ;

n°10 : 9 000 Ar/100 = 90 Ar.

- Spirale : PU moyen : 80 Ar
- Carton : PU : 90 Ar
- Transparent : PU : 150 Ar
- Couverture : PU : 320 Ar

Ce tableau nous donne le total de consommations mensuelles en reliure avec une augmentation progressive de quantité consommée jusqu'au mois de juillet, la baisse de quantité consommée au mois d'août qui marque la période de vacances pour le consommateur potentiel.

Tableau 17 : Consommation prévisionnelle mensuelle des fournitures consommables.

Rubrique	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Rame de papier	88200	86800	94640	98700	102340	106680	113400	62300	49840	51380	64400	82880	1001560
Encre noir	62250	56250	60000	63750	67500	71250	75000	45000	30000	37500	45000	52500	666000
Encre couleur	70000	70000	77000	71750	77000	78750	83125	43750	35000	43750	52500	61250	763875
Toner d'encre photocopieuse	47300	48375	53750	56438	57620	60200	64500	33540	26875	25800	34400	47300	556098
Abonnement Internet	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	330000	3960000
Couverture	89920	89600	83200	86400	89600	92800	96000	64000	60800	64000	80000	89600	985920
Total	687670	681025	698590	707038	724060	739680	762025	578580	532515	552430	606300	663530	7933453

Source : Personnelle.

Ce tableau englobe toutes les consommations mensuelles des activités de notre projet qui s'élève à 762 025 Ar son coût total maximal au mois de juillet, le mois de novembre la consommation est très petite en raison de l'inexistence de client sur le lieu.

Section 2 : CAPACITE PREVISIONNELLE DE PRODUCTION

Le projet envisage une augmentation de 10 % pour chaque cycle de vie de produit c'est-à-dire :

- La phase de lancement en première année ;
- Phase de croissance en deuxième année et troisième année ;
- Phase de maturité en quatrième année et cinquième année.

2.1. LA PHASE DE LANCEMENT

C'est la phase par laquelle le produit sera lancée et vendue au marché avec un prix compétitif par rapport aux concurrents et à moindre quantité.

Tableau 18 : Production prévisionnelle mensuelle en phase de lancement.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Saisie/ (page)	805	800	750	800	900	1000	1100	500	550	600	700	800	9305
Impression noir/(page)	1660	1500	1600	1700	1800	1900	2000	1200	800	1000	1200	1400	17760
Impression couleur/ (page)	767	800	850	820	880	900	950	500	400	500	600	700	8667
Scan/ (page)	272	300	310	320	330	320	350	250	360	270	300	320	3702
Photocopie /(page)	3580	3600	4000	4200	4300	4500	4800	2500	2000	1900	2500	3500	41380
Connexion sur Internet/min	10100	10000	10100	10200	10500	10400	10500	11000	11500	12000	11000	10100	127400
Reliure	281	280	260	270	280	290	300	200	190	200	250	280	3081

Source : Personnelle

On prévoit de diminuer la production en matière de service bureautique le mois d'Août, Septembre, Octobre, car la période sur laquelle les élèves et les agents de bureau scolaire sont partis en vacances, donc ses consommations baissent ; pourtant la consommation en matière Internet augmente en raison de la disponibilité massive des Internaute.

2.2. EN PHASE DE CROISSANCE

On cherche à placer les produits sur le marché, la part de marche commence à augmenter ainsi que le bénéfice, on fait en sorte que le produit soit différent. D'où l'augmentation de 10 % de production.

Tableau 19 : Production prévisionnelle mensuelle en phase de croissance en 2^{ème} Année et en 3^{ème} Année.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Saisie/ (page)	885	880	825	880	990	1100	1210	550	605	660	770	880	10235
Impression noir/ (page)	1826	1650	1760	1870	1980	2090	2200	1320	880	1100	1320	1540	19536
Impression couleur / (page)	843	880	935	902	968	990	1045	550	440	550	660	770	9533
Scan / (page)	299	330	341	352	363	352	385	275	396	297	330	352	4072
Photocopie / (page)	3938	3960	4400	4620	4730	4950	5280	2750	2200	2090	2750	3850	45518
Connexion sur Internet / min	11110	11000	11110	11220	11550	11440	11550	12100	12650	13200	12100	11110	140140
Reliure	309	308	286	297	308	319	330	220	209	220	275	308	3389

Source : Personnelle.

Le tableau ci-dessus nous donne la production mensuelle pendant la phase de croissance de la deuxième année, ceci marque une augmentation de quantité de production jusqu'au mois de juillet.

En troisième année de la phase de croissance de la production de notre projet sera atteinte une quantité de production maximale. Ceci marque la fin de cette phase.

2.3. EN PHASE DE MATURITE

Le marché est ouvert, l'investissement et le bénéfice augmente en suivant de façon exponentielle. La part de marché atteint son niveau supérieur ce pour cela qu'on envisage une augmentation de 10 % que celle de la production en phase de croissance.

Tableau 20 : Production prévisionnelle en phase de maturité en 4^{ème} année et 5^{ème} Année.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Saisie/ (page)	966	960	900	960	1080	1200	1320	600	660	720	840	960	11166
Impression noir/ (page)	1992	1800	1920	2040	2160	2280	2400	1440	960	1200	1440	1680	21312
Impression couleur / (page)	920	960	1020	984	1065	1080	1140	600	480	600	720	840	10400
Scan/(page)	326	360	372	384	396	384	420	300	432	324	360	384	4442
Photocopie / (page)	4296	4320	4800	5040	5160	5400	5760	3000	2400	2280	3000	4200	49656
Connexion sur Internet/ min	12120	12000	12120	12240	12600	12480	12600	13200	13800	14400	13200	12120	152880
Reliure	337	336	312	324	336	348	360	240	228	240	300	336	3697

Source : Personnelle

Ce tableau indique la phase de maturité de produit de notre projet, c'est-à-dire, le produit arrive à sa maturation nous envisageons une augmentation de 10 % que celle de la phase de croissance. En cinquième année c'est le stade final de la phase de croissance, nous avons une diminution de production pendant le trois premier mois ; il augmente dès le mois d'avril jusqu'au mois de juillet.

Tableau 21 : Production provisionnelle annuelle.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	Total
Saisie/ (page)	9305	10235	10235	11166	11166	52107
Impression noir/(page)	17760	19536	19536	21312	21312	99456
Impression couleur /(page)	8667	9533	9533	10400	10400	48533
Scan/(page)	3702	4072	4072	4442	4442	20100
Photocopie /(page)	41380	45518	45518	49656	49656	231728
Connexion sur Internet/min	127400	140140	140140	152880	152880	713440
Reliure	3081	3389	3389	3697	3697	17253

Source : Personnelle.

On a décidé de fixer le prix de notre produit pendant le cinq premières années. Cette stabilité de prix montre la viabilité de notre projet.

Section 3 : CHIFFRES D’AFFAIRES PREVISIONNELLES

Le chiffre d’affaires est la variable absolue de la puissance de notre projet du fait qu’il est issu du total de ses ventes d’après le tableau de la vente prévisionnelle.

Alors pour avoir plus d’illustration, le tableau suivant nous montre le chiffre d’affaires prévisionnelles.

3.1. CHIFFRE D’AFFAIRES PREVISIONNELLES MENSUELLES REALISE PAR SERVICE

Tableau 22 : Chiffre d’affaires prévisionnelles mensuelles réalisés pour saisie.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (page)	805	800	750	800	900	1000	1100	500	550	600	700	800	9305
P U	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Montant	402500	400000	375000	400000	450000	500000	550000	250000	275000	300000	350000	400000	4652500

Source : Personnelle

Le tableau n° 22 explique les quantités et le montant du chiffre d’affaires prévisionnel mensuel pour les saisies.

Tableau 23 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé pour impression noir et blanc.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (page)	1660	1500	1600	1700	1800	1900	2000	1200	800	1000	1200	1400	17760
P U	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Montant	332000	300000	320000	340000	360000	380000	400000	240000	160000	200000	240000	280000	3552000

Source : Personnelles

Le chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles s'obtient par le total de quantité consommée par jour qui se multiplie par son prix unitaire, il arrive jusqu'à 400 000 Ar le mois de juillet.

Tableau 24 : Chiffre d'affaires prévisionnel mensuel réalisé pour impression couleur.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (page)	767	800	850	820	880	900	950	500	400	500	600	700	8667
P U	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Montant	345150	360000	382500	369000	369600	405000	427500	225000	180000	225000	270000	315000	3900150

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles augmente dès le mois de janvier jusqu'au mois de juillet, il atteint un montant maximum à 4 275 000 Ar le mois de juillet, cependant, il baisse dès le mois d'août jusqu'au mois de décembre.

Tableau 25 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé pour scanner.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (page)	272	300	310	320	330	320	350	250	360	270	300	320	3702
P U	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Montant	108800	120000	124000	128000	132000	128000	140000	100000	144000	108000	120000	128000	1480800

Source : Personnelle

Le tableau n° 24 nous donne le montant du chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles du mois de janvier au mois de décembre. Il s'accroît.

Tableau 26 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé pour photocopie.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (page)	3580	3600	4000	4200	4300	4500	4800	2500	2000	1900	2500	3500	41380
P U	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Montant	358000	360000	400000	420000	430000	450000	480000	250000	200000	190000	250000	350000	4138000

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles par la photocopie se réalise pendant douze mois, le montant maximum mensuel est de 480 000 Ar au mois de juillet, ce montant baisse progressivement vers le mois de décembre, car le client solvable parti en vacances.

Tableau 27 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé pour connexion sur Internet.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Quantité (page)	10100	10000	10100	10200	10500	10400	10500	11000	11500	12000	11000	10100	127400
P U	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Montant	808000	800000	808000	816000	840000	832000	840000	880000	920000	960000	880000	808000	10192000

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles est réalisé pendant douze mois, son montant varie selon le total de quantité consommée mensuellement, il est au somme de 96000 Ar au mois d'octobre que celle du mois de janvier est de 808 000 Ar.

Tableau 28 : chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles en milliers d'Ariary.

Rubrique	J			F			M			A			M			J		
Types	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Quantité	100	100	81	100	100	80	100	100	60	100	100	70	120	100	60	150	100	40
P.U	0,8	1,2	1,6	0,8	1,2	1,6	0,8	1,2	1,6	0,8	1,2	1,6	0,8	1,2	1,6	0,8	1,2	1,6
Montant	80	120	129,6	80	120	128	80	120	96	80	120	112	96	120	96	120	120	64

J			A			S			O			N			D			Total
1	P	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
150	100	50	100	50	50	90	50	50	100	80	20	100	80	70	100	150	30	3061
0,8	1,2	1,6	0,8	1,2	1,6	0,8	1,2	1,6	0,8	1,2	1,6	0,8	1	1,6	0,8	1,2	1,6	
120	120	80	80	60	80	72	60	80	80	96	32	80	96	112	80	180	48	3437,6

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnelles est le total de ventes réalisées par l'entreprise selon les types et les quantités de services vendus par l'entreprise. Du mois de janvier au mois de décembre, il s'obtient par le total de quantité vendu, multiplie son prix unitaire.

Types (1) : 10 à 30 pages (spirale n° 6)

Types (2) : 70 pages (spirale n° 8)

Types (1) : + 70 pages (spirale n° 10)

3.2. TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNELLES MENSUELLES

Tableau 29 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles (en milliers d'Ar).

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Saisie	402,5	400	375	400	450	500	550	250	275	300	350	400	4652,5
Impression noir	332	300	320	340	360	380	400	240	160	200	240	280	3552
Impression couleur	345,15	360	383	369	396	405	427,5	225	180	225	270	315	3900,15
Scan	108,8	120	124	128	132	128	140	100	144	108	120	128	1480,8
Photocopie	358	360	400	420	430	450	480	250	200	190	250	350	4138
connexion sur internet	808	800	808	816	840	832	840	880	920	960	880	808	10192
Reliure	329,6	328	296	312	312	304	320	220	212	208	288	308	3437,6
Total	2684,05	2668	2706	2785	2920	2999	3158	2165	2091	2191	2398	2589	31353,05

Source : Personnelle.

Le total du chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles est les sommes de ventes effectuées par l'entreprise pendant un mois son montant est variable dès le mois de janvier au mois de décembre selon les quantités de produits vendus par notre projet.

Tableau 30 : Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles reçu par une activité intermédiaire gravure CD.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	O	S	O	N	D	Total
Quantité	300	320	400	400	300	310	400	250	340	300	400	400	4120
P U	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Total	150000	160000	200000	200000	150000	155000	200000	125000	170000	150000	200000	200000	2060000

Source : Personnelle.

Ce chiffre d'affaires est provenant de service intermédiaire bénéficié par les éléments accessoires de ces matériels, comme les graveurs pré installés dans l'ordinateur, qui nous permettant de proposer aux clients un service de gravure de dossiers

Le coût d'achat d'un cd vierge est entièrement supporté par les consommateurs, donc seul le coût de l'énergie qui est à la charge de l'entreprise.

Tableau 31 : Total chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles (en milliers d'Ariary).

Rubrique	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Activité principale	2684,050	2668	2960	2785	2920	2999	3157,5	2165	2910	2191	2398	2589	31353,050
Activité intermédiaire	150	160	20	20	150	155	200	125	170	1500	200	200	2060
Total	2834,050	2828	3160	2985	3070	3154	3357,500	2290	3080	2341	3598	2789	33413,050

Source : Personnelle.

Le tableau du ci-dessus récapitule l'entrée d'argent dans notre projet c'est-à-dire le chiffre d'affaires mensuel réalisé par les activités principale plus le chiffre d'affaires mensuel réalisé par l'activité intermédiaire.

Tableau 32 : Total chiffre d'affaires annuelles.

Rubrique	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Saisie	4 652 500	5 117 750	5 117 750	5 629 525	5 629 525
Impression noir	3 552 000	3 907 200	3 907 200	4 297 920	4 297 920
Impression couleur	3 900 150	4 290 165	4 290 165	4 719 181	4 719 181
Scan	1 480 800	1 628 880	1 628 880	1 791 768	1 791 768
Photocopie	4 138 000	4 551 800	4 551 800	5 006 980	5 006 980
Connexion internet	10 192 000	11 211 200	11 211 200	12 332 320	12 332 320
Reliure	3 437 600	3 781 360	3 781 360	4 159 496	4 159 496
Gravure CD	2 060 000	2 266 000	2 266 000	2 492 600	2 492 600
Total	33 413 050	36 754 355	36 754 355	40 429 790	40 429 790

Source : Personnelle.

Le tableau si dessus nous montre l'entrée d'argent annuel dans notre projet bref le chapitre IV nous montre les activités réalisées les dépenses pour la réalisation et les produits que nous savons reçu sur le projet. Donc, ce chapitre nous conduise à étudier l'étude organisationnelle de notre projet.

CHAPITRE III

L'ETUDE ORGANISATIONNELLE

Il convient de nous intéresser à l'aspect organisationnel après avoir découvert la faisabilité technique lors du chapitre précédent. En fait ce chapitre va nous illustrer l'esprit du FARAF CYBER par le biais des faisabilités organisationnelles reposant sur :

- L'organigramme envisagé ;
- La gestion du personnel ;
- L'organisation quotidienne ;
- Et le chronogramme des activités.

Section 1 : L'ORGANISATION ENVISAGEE

D'une manière générale l'organisation de structure est un moyen d'obtenir un meilleur rendement de richesse en personnelle et matérielle investit dans l'entreprise, le plein emploi de cette richesse apparaît donc comme fondamental pour cela l'organisation de structure est primordiale mais il faut attacher suffisamment d'importance à la condition économique et de rentabilité que sous entendu les principes à appliquer à la structure d'une entreprise. Pour réaliser l'organisation d'une entreprise : il faut la disposition de moyen (Bâtiment, équipement, Personnel, capitaux, etc.)

Selon la règle préalablement établie : c'est donc l'agencement particulier et définissable d'un ensemble d'élément concourant à un même but, l'organisation de structure concerne l'organisation de relation entre les personnes qui la constitue. C'est donc la conception de moyen nécessaire au fonctionnement d'un organisme social.

1.1. ORGANIGRAMME ADOPTE

Le projet a choisi un organigramme de type administratif.

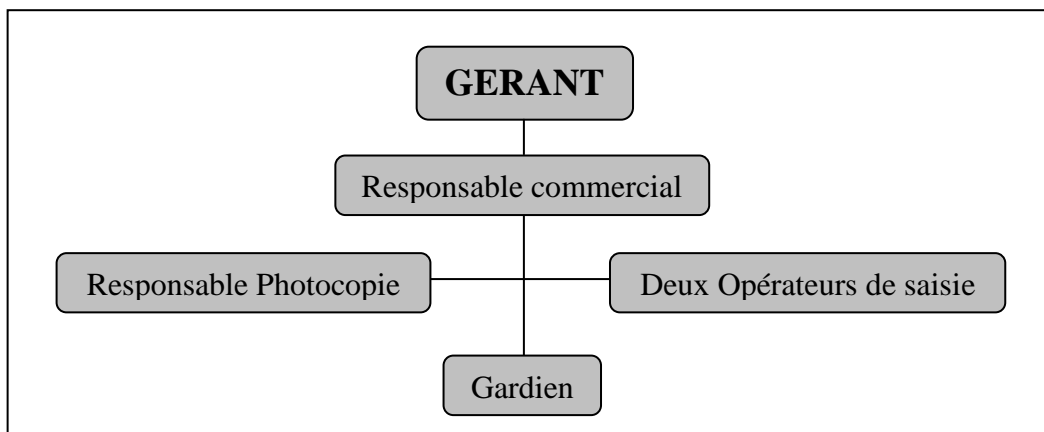
Par définition l'organigramme de type administratif « est un schéma présentant les divers services de l'entreprise et ou la personne ayant la responsabilité d'indiquer les rapports hiérarchiques qui existent entre eux ».

L'organigramme de structure que l'on appelle aussi organigramme administratif, se représente sous forme de graphique sur lequel tout organe de l'entreprise est représenté par figure symbolique : un rectangle qui porte le nom de l'organe.

La disposition relative de figure montre schématiquement la structure et le trait conventionnel qui le relie avec les liaisons existantes entre les organes.

Seules les liaisons hiérarchiques sont normalement retracées. L'organe de niveau supérieur est placé en haut et les autres organes sont placés vers le bas.

Figure 7 : Organigramme de structure administrative.



Source : Cours organisation 1^{ère} année.

1.2. EFFECTIF DU PERSONNEL

FARAF CYBER prévoit d'embaucher six employés : un gérant, un responsable commercial, trois ouvriers (deux opérateurs de saisie et un responsable photocopie et reliure) et un gardien.

1.3. ATTRIBUTION

▪ **Gérant :**

Il assure le bon fonctionnement de ce projet :

- Responsable administratif et financier ;

- La gestion du personnel ;
- Responsable de relation extérieure ;
- Assure le contrôle interne de cette entreprise.
- **Responsable commercial :**
 - Assure la gestion de stock ;
 - Enregistre les opérations comptables de l'entreprise ;
 - Déclenche les approvisionnements et les suivre.
- **Les ouvriers :** Ils Assurent leur travail quotidien.
- **Gardien :**
 - Occupe le gardiennage de l'entreprise ;
 - Fait le nettoyage.

Section 2 : GESTION DU PERSONNEL

Cette expression recouvre la prise en charge dynamique des hommes dans l'entreprise.

Il existe plusieurs composantes de gestion du personnel et que la gestion de rémunération est l'un de ces éléments.

2.1. REMUNERATION DU PERSONNEL

Tableau 33 : Répartition de salaire.

Poste	Nombre	Salaire mensuel (en Ariary)	Salaire annuel (en Ariary)
Gérant	01	300 000	3 600 000
Commercial	01	200 000	2 400 000
Ouvrier	03	160 000	5 760 000
Gardien	01	100 000	1 200 000
Total	06	1 080 000	12 960 000

Source : Personnelle

Ce tableau présente les répartitions du salaire mensuel des employés que celle du gérant.

Tableau 34 : Répartition de cotisation social.

	Cotisation patronal	Cotisation social
CNaPS	13 % du salaire brut plafonné à 560 000 Ar	1 % de salaire brute plafonné à 5 085 Ar
OSIE	5 % du salaire brute	1 % du salaire brute

Source : Cours CDS 3^{ème} année.

Le tableau ci-dessus nous donne les régularisations de charges sociales engagées par notre projet.

Tableau 35 : Calcul des charges sur salaires.

			Charge patronale		Charge patronale annuelle	
Désignation	Nombre	Salaire	CNaPS	OSIE	CNaPS	OSIE
Gérant	01	300 000	39 000	15 000	468 000	180 000
Commercial	01	200 000	26 000	10 000	312 000	120 000
Ouvrier	03	160 000	62 400	24 000	748 000	288 000
Gardien	01	100 000	13 000	5 000	156 000	60 000
Total	06	1 080 000	140 400	54 000	1 684 000	648 000

Source : Personnelle.

Le tableau en dessus nous donne le montant des charges sociales souscrites selon les catégories du personnel, ses montants sont versés par l'entreprise auprès des organismes sociaux pour rassurer les personnels.

2.2. MOTIVATION

La motivation consiste « à un déclenchement psychologique (propre à chacun) qui prédispose les personnels à libérer et investir de l'énergie, de l'élan de l'enthousiasme, de l'effort dans une situation donnée. En d'autre terme, la motivation consiste à encourager et amener les personnes à accomplir une action désirée⁴ ».

⁴ Cours de Gestion de Ressources Humaines 4^{ème} année.

Le responsable du personnel faire face à l'amélioration de la performance du personnel, il dispose la motivation et la capacité du personnel par le biais des techniques de développement telles :

- Elargir les responsabilités des membres du personnel par une délégation et supervision efficaces ;
- Augmenter la participation des employés à la prise de décision dans des domaines touchant leur travail et reconnaître formellement la valeur et l'utilisation de leur contribution ;
- Fournir aux employés des symboles de l'importance et/ou de la nature officielle de leur fonction (ténue uniforme, casquette, sac, logo ou signe symbolisant leur lien avec le travail) ;
- Demander l'avis du personnel sur les questions relatives à son travail (compréhension du problème et solutions proposées) ;
- Offrir une prime en fonction de leurs efforts.

Section 3 : ORGANISATION QUOTIDIENNE

3.1. HORAIRE

Il se représente comme suit :

- Les employés du bureau travaillent quarante huit heures par semaine soit huit heures par jour : de huit heure du matin à midi et de quatorze heure à dix-huit heure du soir sauf le dimanche.
- Le gardien travail quatre vingt quatre heures par semaine soit douze heures par jour : de dix-neuf heure du soir à sept heures du matin, même le dimanche.

Il est à noter que la société est ouverte six jours par semaine : du lundi au samedi.

3.2. ORGANISATION DU TRAVAIL

- Le gardien effectue un ménage de six heures et trente à sept heure du matin,
- Tous les employés commencent leur travail à partir de huit heures du matin,

- L'entreprise fait un approvisionnement tout le trois mois à Antananarivo assuré par le responsable commercial,
- La réunion du personnel se fait tous les samedis fin de mois, de dix-sept à dix-huit heures.

Section 4 : CHRONOGRAMME DES ACTIVITES

L'organisation temporelle de nos activités nous conduit à adopter un planning de déroulement de nos opérations. Ce dernier nous appelons également Planning des activités. Nous avons trouvé également le déroulement temporel de nos activités durant une année. Les détails ci après les regroupent dans une périodicité :

- Démarche administrative ;
- Démarrage du projet.

4.1. DEMARCHE ADMINISTRATIVE

Cette démarche nous montre les processus administratifs de l'élaboration du projet, elle se présente de cette façon Constitution de dossiers (rédaction du statut), présentation du projet à la banque et l'émission de lettre.

4.2. DEMARRAGE DU PROJET

Le démarrage du projet est toutes les activités touchant le fonctionnement du projet c'est-à-dire : l'enquête auprès de la clientèle cible, implantation du projet, achats des matériaux et équipements, recrutement du personnel, formation du personnel.

4.3. ORGANISATION LORS DES PREPARATIONS

Au commencement du projet, le chef de projet et l'équipe qu'il dirige établissent progressivement le calendrier qui montre les détails des démarches à entreprendre jusqu'à la phase d'exploitation.

Tableau 36 : Chronogramme de réalisation.

Operations	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
A. Constitution des dossiers												
B. Présentation du projet à la banque												
C. Emission de lettres												
D. Enquête auprès de la population cible												
E. Implantation												
F. Achats des matériaux et équipements												
G. Recrutement du personnel												
H. Formation du personnel et mise au point												

Source : Personnelle.

4.3.1. TRANSPOSITION DU PROJET SUR UN GRAPHE

Cette section traite de l'agencement des travaux en réseau. L'intérêt de cette organisation méthodique des travaux porte sur la durée et le coût du projet. Pour le cas du présent projet, la méthode MPM (Méthode des Potentielles de Marge) a pour objectif de respecter les délais d'exécution et la définition des tâches nécessaires à une exploitation.

Cette méthode permet une rationalisation logique de la planification des travaux.

4.3.2. LA LISTE DES DIFFERENTES TACHES

Tache A : Constitution des dossiers :

C'est la rédaction du statut, du règlement intérieur et détermination de tous les éléments qui conditionnent la réalisation du projet.

Tache B : Présentation du projet à la banque :

C'est la recherche des emprunteurs prêts à financer le projet. Le démarrage du projet dépend entièrement du résultat de cette recherche.

Tache C : Emission de lettres

Cette phase concerne tous les processus d'acceptation des différents dossiers soumis à l'examen des autorités compétentes. L'émission des lettres est la circulation des dossiers dans le système administratif (Machine Administrative) et le système financier (Banque), après acquisition de l'avis favorable à la réalisation du projet. Parmi les cas considérés, on peut citer le déblocage de crédit.

Tache D : Enquête auprès des populations cibles

C'est l'analyse par les entités intéressées et concernées par le projet, pour obtenir l'éventuelle entente de la population cible.

Tache E : Implantation

C'est la mise en place des dispositifs d'aménagement sur terrain à Farafangana. Cette étape consiste entre autres à prendre possession des éléments accordés pour la réalisation du projet.

Tache F : Commandes des matériaux et équipements

C'est la collaboration avec les divers fournisseurs pour la négociation de conditions intéressantes d'achat et de livraison de matériaux et des équipements.

Tache G : Recrutement du personnel

C'est la phase très importante dans la mise en place du système hiérarchique de l'entreprise. Cette étape concerne l'acquisition des ressources humaines par la sélection, le recrutement, la formation et l'intégration.

Tache H : Formation du personnel et mise au point

C'est la préparation des membres du personnel à l'exécution convenable des taches. Malgré les compétences des personnes embauchées, cette étape qui coordonne le fonctionnement de l'ensemble hiérarchique, permet une meilleure adaptation de l'offre à la demande.

Une fois ces différentes étapes accomplies, l'activité d'exploitation de FARAF CYBER peut alors commencer. Mais il faut voir d'abord les conditions d'accomplissement de ces tâches.

4.3.3. VENTILATION DES TACHES ET LEURS DUREES

C'est la détermination de la succession des tâches et la représentation de cette succession dans un tableau.

Succession des tâches :

- Les tâches A, B, C précèdent la tâche D ;
- Les tâches E, F, G, H ne peuvent commencer qu'après la fin de la tâche D ;
- Les tâches E, F précèdent les tâches G, H.

Tableau 37 : Tableau récapitulatif.

Tâches	Tâches précédentes	Tâches suivantes	Durées (semaines)
A	-	B	4
B	A	C	6
C	B	D	8
D	C	E, F	4
E	D	G	6
F	D	G	5
G	E, F	H	8
H	G	-	12

Source : Cours TQD 3^{ème} année.

Ce tableau nous donne les successions de la réalisation de tâches possible et ses durées d'exécution avant que le projet se redémarrera.

4.3.4. REPRESENTATION GRAPHIQUE

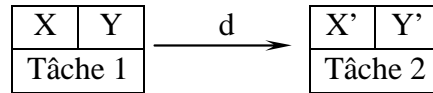
▪ **Quelques définitions :**

- Les tâches sont successives lorsqu'elles se déroulent les unes après les autres sans être séparées par des étapes ;
- Les tâches sont simultanées lorsqu'elles peuvent commencer en même temps en partant d'une même tâche ;
- Les tâches sont convergentes lorsqu'elles aboutissent à une même tâche.

▪ **Représentation graphique :**

- Concept et signification :

Le Graphe est représenté relativement au schéma standard suivant :



X : Date de début au plus tôt de la tâche 1.

Y : Date de début au plus tard de la tâche 1.

X' : Date de fin au plus tôt de la tâche 1.

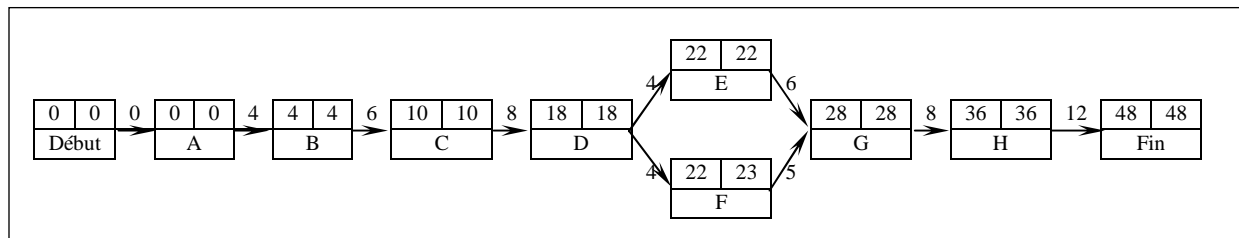
Y' : Date de fin au plus tard de la tâche 1.

d : Durée de la tâche 1.

Lectures possibles :

- La tâche 1 précède la tâche 2 ;
- La tâche 2 suit la tâche 1 ;
- La tâche 2 ne peut commencer qu'après la fin de la tâche 1 ;
- Une fois la tâche 1 achevée, la tâche 2 pourra commencer.

Figure 8 : Schéma de déroulement des tâches par la méthode MPM.



Source : Cours de TQD 3^{ème} année.

D'après le schéma, les tâches critiques sont les tâches A, B, C, D, E, G, H, c'est-à-dire les tâches pour lesquelles ne peuvent supporter de retard alors que la tâche F peut prendre retard une semaine mais n'a aucune changement pour l'exécution du projet. On peut exécuter en 48 semaines l'ensemble des tâches du projet.

Durant la deuxième partie de notre projet nous avons mis en relief l'importance des faisabilités technique et organisationnelle. Ceci pour clarifier le processus de production à suivre et les moyens de production utilisés qui sont cohérents avec l'estimation de dépense pour la réalisation du projet, ainsi que les chiffres d'affaires prévisionnelles. La suite de notre étude va déterminer les différentes tâches et les délais de réalisation de chaque étape pendant l'implantation du projet, les faisabilités d'installation.

En vue de savoir la rentabilité et le coût total du projet, il nous convient de passer à la troisième partie qui sera l'évaluation financière.

TROISIEME PARTIE

ETUDE DE FAISABILITE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET

Dans la troisième et dernière partie, nous avons examiné tous les résultats escomptés par les différentes entités. Les études financières suivies des calculs et analyses des outils et critères d'évaluations seront les approches à appliquer. En fait, la cohérence entre ces deux évaluations aboutirait au montage sincère de notre projet, c'est-à-dire nous allons apprécier les gains probables et les coûts supportés pendant la réalisation.

Il faut noter au préalable que les états financiers présentés suivent les nouvelles normes du Plan Comptable Général (PCG 2005).

CHAPITRE I

ETUDES FINANCIERES DU PROJET

Ce chapitre s'intéresse à l'étude financière du projet, alors, les sections suivantes nous seront indispensables :

- L'évaluation des investissements du projet ;
- Les comptes des gestions ;
- Et les états financiers prévisionnels.

Section 1 : L'EVALUATION DES INVESTISSEMENTS DU PROJET

Nous savons que l'investissement est l'élément le plus important dans notre projet du fait qu'il est le créateur des richesses pour notre projet. En fait nous avons investi au départ en vue de gagner dans les futures, alors, il nous convient de connaître les immobilisations.

1.1. LES IMMOBILISATIONS

« Les immobilisations corporelles et incorporelles sont les actifs détenus par une entité pour la production ou la fourniture de bien ou service, la location, ou l'utilisation à des fins administratives⁵ ».

⁵ Article 331-1-2 du PCG 2005.

1.1.1. COUTS DES IMMOBILISATIONS

Tableau 38 : Les récapitulations de biens.

Elément	Montant
Immobilisations incorporelles	
Frais de développement immobilisables	1 000 000
Logiciels informatiques	800 000
Autres immobilisations incorporelles	100 000
Total immobilisation incorporelle	1 900 000
Immobilisations corporelles	
Installations techniques	87 600
Matériels informatiques	8 206 000
Mobiliers de bureau	2 355 000
Matériels de bureau	8 734 000
Autres immobilisations corporelles	200 000
Total immobilisation corporelle	19 582 600
Total immobilisation	21 482 600

Source : Personnelle.

L'acquisition de ces immobilisations : corporelles et incorporelles nécessitera une contribution de 10 000 000 Ar par le promoteur du projet, le reste est engagé par un emprunt auprès de la BOA de Farafangana.

1.1.2. SYSTEME D'AMORTISSEMENT

« L'amortissement par dépréciation est la constatation comptable d'amoindrissement de la valeur d'un élément d'actif non courant résultant de l'usage du temps, d'un changement technologique et de tous les autres causes dont les effets sont jugés irréversibles.

Il remplit une triple fonction :

- Corriger l'évaluation d'élément d'actif ;
- Réparer le coût d'un investissement sur les différents exercices qui correspondent à la période d'utilisation de l'immobilisation ;
- Et dégager la ressource nécessaire au renouvellement de l'immobilisation, puisque l'amortissement est une charge calculée qui minore le bénéfice déclaré ».

La valeur de l'amortissement s'obtient à partir de la formule suivante :

$$\text{Annuité d'amortissement} = \text{Valeur d'origine} \times \text{taux} \times \text{durée d'utilisation}$$

En général, on distingue quatre modes de calcul d'amortissement à savoir :

- Mode linéaire ou mode constante, qui conduit à une charge constante sur la durée d'utilité d'actif ;
- Le mode dégressif, qui conduit à une charge décroissante sur la durée d'utilité d'actif ;
- Le mode par unité de production qui donne lieu à une charge basée sur l'utilisation ou la production prévue de l'actif ;
- Les modes fiscaux qui se réfèrent au taux unique défini par les agents fiscaux.

Le mode de calcul retenu pour l'évaluation de l'amortissement de biens est le mode de calcul constant. Le tableau suivant nous montre la valeur d'amortissement d'actif non courant dans cinq ans, et le détail de tableau d'amortissement voir en annexes.

Tableau 39 : Tableau récapitulatif des amortissements sur cinq ans.

Désignations	VO	Taux (%)	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Frais de développement immobilisables	1000000	20	200000	200000	200000	200000	200000
Logiciels informatiques	800000	25	200000	200000	200000	200000	200000
Autres immobilisations incorporelles	100000	10	10000	10000	10000	10000	10000
Installations techniques	87600	10	8760	8760	8760	8760	8760
Matériels informatiques	8206000	25	2051500	2051500	2051500	2051500	2051500
Mobiliers de bureau	2355000	10	235500	235500	235500	235500	235500
Matériels de bureau	8734000	20	1746800	1746800	1746800	1746800	1746800
Autres immobilisations corporelles	200000	20	40000	40000	40000	40000	40000
Total	21482600		4492560	4492560	4492560	4492560	4492560

Source : Personnelle

Les matériels informatiques sont totalement amortis sur la quatrième année de l'exercice, donc l'entreprise doit renouveler ses immobilisations immédiatement sur les mêmes valeurs.

1.2. BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT INITIAL

Le besoin en fonds de roulement est la différence entre l'actif courant et le passif courant. Pour savoir le besoin en fonds de roulement initial de notre projet, nous allons voir le budget de trésorerie en première année, et la détermination de fonds de roulement initial.

1.3. BUDGET DE TRESORERIE EN PREMIERE ANNEE

En fin d'anticiper et de faire face au problème de trésorerie, il convient de dresser le budget de trésorerie qui recense les prévisions d'encaissement ou de décaissement mois par mois sur une période d'une année.

Le budget de trésorerie est donc une prévision de dépense et de recette établie mensuellement pour une durée d'un an.

En général le budget de trésorerie permet de⁶ :

- Evaluer le besoin de financement et négocier les lignes de crédit à court terme nécessaire au bon fonctionnement de l'entreprise ;
- Vérifier la capacité de la trésorerie à absorber les actions prévues (augmentation du besoin en fonds de roulement, investissement, remboursement d'emprunt à long et moyen terme ;
- Permet de calculer le frais et le produit financier à court terme.

Le tableau ci après illustre la trésorerie en première année de notre projet.

⁶ Source : Gestion de trésorerie 3^{ème} année.

Tableau 40 : Tableau de budget de trésorerie en 1^{ère} année.

Rubriques	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Trésorerie Initiale	0	-739635	667965	2357565	1600387	4049987	5798587	5711557	6616157	8231357	7218697	8366297
Encaissement	2804050	2778000	3060000	2890000	3820000	3119000	3262500	2275000	2985600	2286000	2518000	2709000
Décaissements												
Achat	2067285			2170778			1873130			1822260		
Personnels	1274400	1274400	1274400	1274400	1274400	1274400	1274400	1274400	1274400	1274400	1274400	1274400
Service extérieur	202000	96000	96000	202000	96000	96000	202000	96000	96000	202000	96000	96000
Solde	-739635	1407600	1689600	-757178	2449600	1748600	-78030	904600	1615200	-1012660	1147600	1138600
Trésorerie finale	-739635	667965	2357565	1600387	4049987	5798587	5711557	6616157	8231357	721897	8366297	9704894

Source : Personnelle.

Le fonds de roulement initial (FRI) représente la somme engagée pour assurer le bon fonctionnement de l'entreprise, et pour éviter les déficits de trésorerie lié à l'activité de notre l'entreprise. Ce fonds de roulement est évalué à 800 000 Ar. Il est constitué fondamentalement par les charges de l'entreprise au début de l'exploitation ou l'entée effective des recettes n'arrivent pas à couvrir les dépenses.

1.4. PLAN DE FINANCEMENT

La réalisation effective d'un projet nécessite une source de financement sûr, dont la recherche de financement s'avère nécessaire, en effet, indispensable pour appuyer l'investissement et le fonctionnement du projet.

Dans cette sous section, nous allons déterminer l'apport propre et les dettes à long terme. Pour mieux éclairer, nous allons dresser le tableau de financement.

1.4.1. APPORTS PROPRES

Le total de l'apport comprend 22 800 000 Ar de besoin au commencement du projet, en effet 43,85 % qui est égal à 10 000 000 Ar : Le promoteur du projet consacrera cette somme pour le capital social de notre projet.

1.4.2. DETTE A LONG TERME

Le concepteur de ce projet emprunté 56,25 % de capital chez la BOA de Farafangana et le total de cet emprunt vaudra 12 800 000 Ariary dont 12 000 000 Ar remboursable à long terme et 800 000 Ar à court terme ce dernier engage le fonds de roulement initial de notre projet.

Le financement prévu pour ce projet provient du promoteur et de l'emprunteur, dont les détails sont regroupés par le plan de financement mentionné ci après.

Tableau 41 : Plan de financement.

Eléments	Montant	Apport propre		Apport financier	
		En nature	En numéraire	D à LT	D à CT
Investissement	21 482 600		10 000 000	12 000 000	
FRI	800 000				800 000
Trésorerie	517 400				
Total	22 800 000		10 000 000	12 000 000	800 000

Source : Personnelle.

La dette à long terme et la dette à court terme sont empruntées auprès de la banque BOA pour le financement de notre projet.

1.5. REMBOURSEMENT DE DETTE

La totalité de nos emprunts sera à rembourser dans cinq ans.

Etant donné que l'activité de l'unité permet de réaliser un chiffre d'affaires dès la première année, on peut commencer le remboursement de la dette dès la fin du premier exercice comptable. Pour se faire, nous avons choisi une méthode parmi les trois méthodes de remboursement de dette à savoir la méthode par annuité constante, méthode par amortissement constant et la méthode par Sin King fund ou par une seule fois.

1.5.1. LE PRINCIPE A ADOPTER

Ce projet a choisi un modèle de remboursement par amortissement constant, c'est-à-dire, la somme empruntée est remboursée par annuité variable, comprenant une partie constante du capital emprunté augmenté de l'intérêt. Cette méthode est caractérisée par la formule suivante :

$$I = \text{Capital début d'année} \times \text{Taux}$$

$$\text{Amortissement (m)} = \frac{\text{Capital début d'année}}{n}$$

$$a = I + m$$

a = Annuité

m = Amortissement

I = Intérêt

Taux d'emprunt = 21 %

n = Période de remboursement de dette

1.5.2. REMBOURSEMENT DE DETTE

C'est un tableau de planning de remboursement qui comporte le détail d'emprunt et présente les charges financières supportées pour chaque exercice.

Voici le tableau de leur répartition :

Tableau 42 : Tableau de remboursement de dette.

Période	Cap début P	Intérêt	Amortissement	Annuité	Cap fin du P
1	12 000 000	2 520 000	2 400 000	4 920 000	9 600 000
2	9 600 000	2 016 000	2 400 000	4 416 000	7 200 000
3	7 200 000	1 512 000	2 400 000	3 912 000	4 800 000
4	4 800 000	1 008 000	2 400 000	3 408 000	2 400 000
5	2 400 000	504 000	2 400 000	2 904 000	0

Source : Personnelle.

Le taux d'emprunt appliqué est de : 21 %, qui est le moyen de taux proposé par les grandes institutions financières sur lieu du projet, dans le cadre de financement relative aux activités.

Le montant de remboursement de cette dette s'élève à 4 920 000 Ar pour la première année, mais diminue annuellement, par raison de : 504 000 Ar.

Tableau 43 : Remboursement à court terme.

Période	Cap début P	Intérêt	Amortissement	Annuité	Cap fin du P
J	800 000	13 333	160 000	173 333	420 000
F	640 000	10 667	160 000	170 667	480 000
M	480 000	8 000	160 000	168 000	320 000
A	320 000	5 333	160 000	165 333	160 000
M	160. 000	2 667	160 000	162 667	0

Source : Personnelle

Nous avons utilisé un taux de 20 %, pour le remboursement à court terme, la banque applique le système de remboursement par intérêt simple.

Section 2 : COMPTE DE GESTION

Les comptes de gestion sont constitués par les charges et les produits.

Analyser les comptes de gestion : consiste à évaluer l'ensemble des charges engagées et des produits réalisés par l'entreprise pour pouvoir dégager le résultat prévisionnel du projet.

2.1. COMPTE DE CHARGE

Par définition la charge représente la diminution des avantages économiques au cours d'une période sous forme de consommation, de sortie, de diminution d'actif ou de survenance de passif. Les principaux éléments constitutifs des charges pour le cas présent sont : Les achats consommés, les impôts et taxes, des charges du personnel, des charges financières, les amortissements, et l'impôt sur le bénéfice de la société.

2.1.1. ACHATS CONSOMMES

Ces achats sont essentiellement constitués par les achats des matières consommables : rame de papier, encre noir, encre couleur, tonné d'encre pour la photocopieuse, spirale, transparent, et carton et l'abonnement mensuel auprès du fournisseur d'accès Internet.

Tableau 44 : Achats consommés annuels.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Rame de papier	1 001 560	1 101 716	1 101 716	1.211 888	1 211 888
Encre noir	666 000	732 600	732 600	805 860	805 860
Encre couleur	763 875	840 262	840 262	924 289	924 289
Tonner d'encre	556 098	611 708	611 708	672 878	672 878
Couverture	985 920	1 084 512	1 084 512	1 192 963	1 192 963
Abonnement Int	3 960 000	3 960 000	3 960 000	3 960 000	3 960 000
Total	7 933 453	8 726 798	8 726 798	9 599 478	9 599 478

Source : Personnelle

Les consommations des matières consommables sont augmentées de 10 % pour chaque cycle de vie de produit : 1^{ère} année phase de lancement, 2^{ème} année et 3^{ème} année phase de croissance, 4^{ème} année et 5^{ème} année phase de maturité.

2.1.2. LES IMPOTS ET TAXES

Pour notre projet, les impôts et taxes à payer est seule la taxe professionnelle.

Ce mode de calcul comprend :

- Un droit fixe donné par le table A et B sur l'annexe du code général des impôts : la mise en considération de la nature de l'activité (commerce, métier, profession libérale, prestation de service...), les disciples de la population de la

localité où est exercé l'activité taxable, le nombre des salariés et l'importance des matériels d'exploitation.

Notre projet est un prestataire de service qui utilise six salariés, avec une fréquentation populaire environ : 5 000 à 15 000 personnes. Donc nous sommes au rang de prestataire de service cinquième catégorie ;

- Un droit professionnel qui est à 1/40 de la valeur locative, limité à 1/3 du droit fisc (Valeur locative = Loyer mensuel X 12).

Centime additionnel = (Droit fisc + Droit professionnel) X 30 %

D'après table a le droit fisc de notre projet est égal à 3 600 Ar.

Droit professionnel = 20 000 X 12/40 = 6 000 Ar.

- Centime additionnel = (3 600 + 6 000) X 30 % = 2 880 Ar.

Taxe professionnelle = 3 600 + 6 000 + 2880 = 12 480 Ar par an.

2.1.3. CHARGE DES PERSONNELLES

D'après le PCG 2005, ce sont les charges correspondant à la rémunération de dirigeant, et la rémunération du personnel sur les cotisations aux organismes sociaux à la charge sociale sur la rémunération du dirigeant. Ces charges s'élèvent à 15 292 800 Ar par an, ses détails : voir section 1 du chapitre III de la deuxième partie.

2.1.4. CHARGE FINANCIERE DU PROJET

Il s'agit de l'intérêt de l'emprunt à long et à court terme durant la période de remboursement.

2.1.5. LES AMORTISSEMENTS

Ce sont les dotations des éléments amortissables, c'est-à-dire, les immobilisations corporelles et incorporelles : ses détails voir au tableau récapitulatif des amortissements.

2.1.6. TABLEAU RECAPITULATIF DES CHARGES

Tableau 45 : Les charges.

Désignations	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Achats	7 933 435	8 726 798	8 726 798	9 599 478	9 599 478
Impôts et taxes	12 480	12 480	12 480	12 480	12 480
Charges pers	15 292 800	15 292 800	15 292 800	15 292 800	15 292 800
Charge fi	2 560 000	2 016 000	1 512 000	1 008 000	504 000
Amortissement	4 492 560	4 492 560	4 492 560	4 492 560	4 492 560
Total charges	30 291 275	30 540 638	30 036 668	30 405 318	29 901 318

Source : Personnelle.

Concernant les impôts et taxes, autant que notre activité est à titre d'une entreprise individuelle, cela veut dire que notre firme est exonérée à l'impôt sur le bénéfice, de ce fait elle est assujettie d'une taxe professionnelle, il s'agit d'impôts et taxes dus en raison de l'activité de l'entité et elle est instituée sur toutes les activités exercées.

2.2. COMPTE DES PRODUITS

La rentrée d'argent de notre projet s'obtient à partir de la prestation de service en matière bureautique et Internet : Saisie, impression, scanner, photocopie, reliure, navigation sur Internet. Alors pour chaque année en voici le chiffre d'affaires prévisionnel annuel de notre projet.

2.2.1. LE CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNELLES ANNUELLES

Tableau 46 : Chiffre d'affaires prévisionnelles annuelles.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Saisie	4 652 500	5 117 750	5 117 750	5 629 552	5 629 552
Impression noire	3 552 000	3 907 200	3 907 200	4 297 920	4 297 920
Impression couleur	3 900 150	4 290 165	3 290 165	4 719 181	4 719 181
Scanner	1 480 800	1 628 880	1 628 880	1 791 768	1 791 768
Photocopie	4 138 000	4 551 800	4 551 800	5 006 980	5 006 980
Connexion Internet	10 192 000	11 211 200	11 211 200	12 332 320	12 332 320
Reliure	3 437 600	3 781 360	3 781 360	4 159 496	4 159 496
Total	31.353 050	34 480 355	34 480 355	37 937 190	37 937 190

Source : Personnelle.

Ce chiffre d'affaires représente les ventes de services de bases réalisées par l'entreprise, tandis que, il existe des activités intermédiaires réalisées par l'entreprise : gravure de dossiers.

2.2.2. CHIFFRE D'AFFAIRES PREVISIONNELLES ANNUELLES REÇU PAR LES ACTIVITES INTERMEDIAIRES

Tableau 47 : Chiffre d'affaires reçu par une production intermédiaire.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Gravure de dossiers	2 060 000	2 266 000	2 266 000	2 492600	2 492600
Total	2 060 000	2 266 000	2.266.000	2 492600	2 492600

Source : Personnelle.

Le coût d'achat de cd vierge est entièrement supporté par les consommateurs, donc seul le coût de l'énergie qui est à la charge de l'entreprise.

2.2.3. CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUELLES GLOBALES

Tableau 48 : Le chiffre d'affaires global.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Activités principales	31 353 050	34 488 355	34 488 355	37 937 190	37 937 190
Activités intermédiaire	2 060 000	2 266 000	2 266 000	2 492600	2 492600
Total	33 413 050	36 754 355	36 754 355	40 429790	40 429790

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnelles annuelles globales a augmenté par suite d'une production intermédiaire réalisée par l'entreprise.

Section 3 : LES ETATS FINANCIERS PREVISIONNELS

Afin que les informations produites par la comptabilité soient plus facilement exploitables, elles sont présentées sous forme des états financiers. Ces derniers permettent de faire une synthèse des informations de même nature dont l'interprétation permet de guider la prise de décision de gestion par le dirigeant. Ces états financiers constituent le but, la finalité de toutes comptabilités. Sans eux, une bonne gestion financière n'est pas possible. Les

principaux états financiers qui seront présentés dans ces sections sont : Bilan, compte de résultat, tableau de flux de trésorerie.

3.1. BILAN D'OUVERTURE ET BILAN PREVISIONNEL SUR CINQ ANNEES

3.1.1. BILAN D'OUVERTURE

Le bilan d'ouverture retracera la situation de départ du patrimoine de notre projet.

Tableau 49 : Bilan d'ouverture du projet.

Actifs		Capitaux propres et passifs	
Rubriques	Montant	Rubriques	Montant
<u>Actifs non courants</u>		<u>Capitaux propres</u>	
<u>Immobilisations incorporelles</u>		Capital	10 000 000
Frais de développement immobilisable	1 000 000	Total capitaux propres	10 000 000
Logiciels informatiques	800 000		
Autres immobilisations incorporelles	100 000	<u>Passif non courant</u>	
<u>Immobilisation corporelles</u>		Emprunt à LT	12 000 000
Installations techniques	87 600		
Matériels informatiques	8 206 000		
Mobiliers de bureau	2 355 000		
Matériels de bureau	8 734 000		
Autres Immobilisations corporelles	200 000		
Total actif non courant	21 482 600	Total passif non courant	12 000 000
<u>Actif courant</u>		<u>Passif courant</u>	
Trésorerie	1 317 400	Dette à CT	800 000
Total actif courant	1 317 400	Total passif courant	800 000
Total actifs	22 800 000	Total cap propres et passifs	22 800 000

Source : Personnelle.

La présentation de cette situation permet de constater les avoir et dettes de la société avant le démarrage de son activité.

3.1.2. BILAN PREVISIONNEL PENDANT CINQ ANNEES D'EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE DU PROJET

Tableau 50 : Bilan de fin de l'exercice en première année.

Actifs				Capitaux propres et passifs	
Désignations	Valeurs brutes	Amortissement	Valeurs nettes	Désignations	Montant
Actifs non courants				Capitaux propres	
Frais de développement immobilisables	1 000 000	200 000	800 000	Capital	10 000 000
Logiciels informatiques	800 000	200 000	600 000	Réserve légale	
Autres immobilisations incorporelles	100 000	10 000	90 000	Autres réserves	
Installations techniques	87 600	8 760	78 840	Report à nouveau	
Matériels informatiques	8 206 000	2 051 500	6 154 500	Résultat net de l'exercice	1 545 757
Mobiliers de bureau	2 355 000	235 500	2 119 500	Total capitaux propres	11 545 757
Matériels et outillage de bureau	8 734 000	1 746 800	6 987 200	Passif non courant	
Autres immobilisations corporelles	200 000	40 000	160 000	Emprunt et dette financière	9 600 000
Total actifs non courants	21 482 600	4 492 560	16 990 040	Total passif non courant	9 600 000
Actif courant				Passif courant	
Trésorerie	4 155 717		4 155 717	Dette à court terme	0
Total actif courant	4 155 717		4 155 717	Total passif courant	0
Total actifs	25 638 317	4 492 560	21 145 757	Total cap propres et passifs	21 145 757

Source : Personnelle.

En première année, l'amortissement est égal à la valeur brute multiple pare taux (*cf.* page 57) et la valeur nette est égal à la valeur brute moins amortissement, nous avons de résultat positif que nous pouvons partager en deuxième année de l'exercice.

Tableau 51 : Bilan de fin de l'exercice en deuxième année.

Actifs				Capitaux propres et passifs	
Désignations	Valeurs brutes	Amortissement	Valeurs nettes	Désignations	Montant
Actifs non courants				Capitaux propres	
Frais de développement immobilisables	1 000 000	400 000	600 000	Capital	10 000 000
Logiciels informatiques	8 00 000	400 000	400 000	Réserve légale	77 288
Autres immobilisations incorporelles	100 000	20 000	80 000	Autres réserves	
Installations techniques	87 600	17 520	78 080	Report à nouveau	1 468 469
Matériels informatiques	8 206 000	4 103 000	4 103 000	Résultat net de l'exercice	4 480 117
Mobiliers de bureau	2 355 000	471 000	1 884 000	Total capitaux propres	16 025 874
Matériels et outillage de bureau	8 734 000	3 493 600	5 240 400	Passif non courant	
Autres immobilisations corporelles	2 00 000	80 000	120 000	Emprunt et dette financière	7 200 000
Total actifs non courants	21 482 600	8 985 120	12 497 480	Total passif non courant	7 200 000
Actif courant				Passif courant	
Trésorerie	10 728 394		10 728 394	Dette à court terme	0
Total actif courant	10 728 394		10 728 394	Total passif courant	0
Total actifs	32 210 994	8 985 120	23 225 874	Total cap propres et passifs	23 225 874

Source : Personnelle.

En deuxième année nous avons de cumul d'amortissement dans deux ans, la réserve légale est égal au 5 % de l'exercice précédant et le reste affecter au report à nouveau.

Tableau 52 : Bilan fin de troisième année d'exercice.

Actifs				Capitaux propres et passifs	
Désignations	Valeurs brutes	Amortissement	Valeurs nettes	Rubriques	Montant
Actifs non courants				Capitaux propres	
Frais de développement immobilisables	1 000 000	600 000	400 000	Capital	10 000 000
Logiciels informatiques	800 000	600 000	200 000	Réserve légale	321 294
Autres immobilisations incorporelles	100 000	30 000	70 000	Autres réserves	
Installations techniques	87 600	26 280	61 320	Report à nouveau	5 557 862
Matériels informatiques	8 206 000	6 154 500	2 051 500	Résultat net de l'exercice	4 233 468
Mobiliers de bureau	2 355 000	706 500	1 648 500	Total capitaux propres	20 259 341
Matériels et outillage de bureau	8 734 000	5 240 400	3 493 600	Passif non courant	
Autres immobilisations corporelles	200 000	120 000	80 000	Emprunt et dette financière	4 800 000
Total actifs non courants	21 482 600	13 477 680	8 004 920	Total passif non courant	4 800 000
Actif courant				Passif courant	
Trésorerie	17 054 421		17 054 421	Dette à court terme	0
Total actif courant	17 054 421		17 054 421	Total passif courant	0
Total actifs	38 537 021	13 477 680	25 059 341	Total cap propres et passifs	25 059 341

Source : Personnelle.

Au cours d'exercice de la troisième année, nous avons un cumul de trois année d'amortissement, tandis que le report à nouveau est égal à la somme entre le report à nouveau antérieur plus report à nouveau de l'exercice.

Tableau 53 : Bilan de fin de quatrième année d'exercice.

Actifs				Capitaux propres et passifs	
Désignations	Valeurs brutes	Amortissement	Valeurs nettes	Désignations	Montant
Actifs non courants				Capitaux propres	
Frais de développement immobilisables	1 000 000	800 000	200 000	Capital	10 000 000
Logiciels informatiques	800 000	800 000	0	Réserve légale	532 966
Autres immobilisations incorporelles	100 000	40 000	60 000	Autres réserves	5 814 202
Installations techniques	87 600	35 040	52 560	Report à nouveau	4 021 793
Matériels informatiques	8 206 000	8 206 000	0	Résultat net de l'exercice	6 024 380
Mobiliers de bureau	2 355 000	942 000	1 413 000	Total capitaux propres	26 283 720
Matériels et outillage de bureau	8 734 000	6 987 200	1 746 800	Passif non courant	
Autres immobilisations corporelles	200 000	160 000	40 000	Emprunt et dette financière	2 400 000
Total actifs non courants	21 482 600	17 970 240	3 512 360	Total passif non courant	2 400 000
Actif courant				Passif courant	
Trésorerie	25 171 360		25 171 360	Dette à court terme	0
Total actif courant	25 171 360		25 171 360	Total passif courant	0
Total actifs	46 653 960	17 970 240	28 683 720	Total cap propres et passifs	28 683 720

Source : Personnelle.

En quatrième année d'exercice les logiciels et les matériels informatiques sont amorti, alors le promoteur du projet doit l'acheter à nouveau.

Tableau 54 : Bilan de fin d'exercice en cinquième année.

Actifs				Capitaux propres et passifs	
Désignations	Valeurs brutes	Amortissement	Valeurs nettes	Désignations	Montant
Actifs non courants				Capitaux propres	
Frais de développement immobilisables	1 000 000	100 000	0	Capital	10 000 000
Logiciels informatiques	1 600 000	1 000 000	600 000	Réserve légale	834 185
Autres immobilisations incorporelles	100 000	50 000	50 000	Autres réserves	9 963 121
Installations techniques	87 600	43 800	43 800	Report à nouveau	5 723 161
Matériels informatiques	16 41 000	10 257 500	6 154 500	Résultat net de l'exercice	6 247 999
Mobiliers de bureau	2 355 000	1 177 500	1 177 500	Total capitaux propres	32 536 720
Matériels et outillage de bureau	8 734 000	8 734 000	0	Passif non courant	
Autres immobilisations corporelles	200 000	200 000	0	Emprunt et dette financière	0
Total actifs non courants	30 488 600	21662 800	8 025 800	Total passif non courant	0
Actif courant				Passif courant	
Trésorerie	24 510 920		24 510 920	Dette à court terme	0
Total actif courant	24 510 920		24 510 920	Total passif courant	0
Total actifs	54 199 520	21 562 800	32 536 720	Total cap propres et passifs	32 536 720

Source : Personnelle.

En cinquième de l'exercice la moitié des matériels est presque amortie, alors le promoteur du projet doit s'investir pour mieux fonctionner l'entreprise, tout en assurant un meilleur résultat.

Les matériels informatiques sont totalement amortis en quatrième année, donc, ils sont nécessaires de renouveler immédiatement, et ensuite, en cinquième année, les mobiliers de bureaux et les frais de développement immobilisables sont totalement amortis.

(1) : Réserves légales = 5 % du résultat net de l'exercice précédent.

(2) : Autres réserves = Réserve légale de exercice précédent + Autre réserve de l'exercice précédent + Report à nouveau de l'exercice précédent – Réserve légale de l'exercice en cours.

(3) : Report à nouveau = Résultat net de l'exercice précédent + Réserve légale de exercice précédent – Réserve légale de l'exercice en cours.

3.2. COMPTE DE RESULTAT PAR NATURE

Conformément aux normes établies le plan comptable général 2005, en matière d'organisation de l'information financier, toutes entités

De biens ou des services marchands ou non, doivent établir annuellement ces états financiers. Le compte de résultat qui fera à l'objet de cette section est un des états financiers qui doivent être établis.

Définition :

Le compte de résultat est un état récapitulatif des charges et des produits réalisés par l'entreprise au cours d'une période ou ce dernier appelé exercice comptable. Les différences entre les produits et les charges donnent le résultat de l'exercice comptable. Le tableau ci-après nous illustre les détails de ce compte de résultat.

Tableau 55 : Compte de résultat prévisionnel par nature.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Chiffre d'affaires	33413050	36754355	36754355	40429790	40429790
Production stockée					
Production immobilisée					
(I) Production de l'exercice	33413050	36754355	36754355	40429790	40429790
Achat consommés	7933453	8726798	8726798	9599478	9599478
Services extérieurs	1576000	1733600	1906960	2097656	2307421
(II) Consommations de l'exercice	9509453	10460398	10633758	11697134	11906899
(III) Valeur ajoutée = (I) - (II)	2390359	26293957	26120597	28732656	28522891
Charge du personnel	- 15292800	- 15292800	- 15292800	- 15292800	- 15292800
Impôts et taxes	- 12480	- 12480	-12480	-12480	- 12480
(IV) Excédent brute d'exploitation	8598317	10988677	10815317	13427376	13217611
Autres produits opérationnels					
Autre charges opérationnelles					
Dotations aux amortissements	4492560	4492560	4492560	4492560	4492560
(V) Résultat opérationnel	4105757	6496117	6322757	8934816	8 725 051
Produits financiers					
Charges financières	2560000	2016000	1512000	1008000	504000
(VI) Résultat financier	- 2560000	- 2016000	-1512000	-1008000	- 504000
(VII) Résultat avant impôts	1545757	4480117	4810757	7926816	8221051
Impôt exigibles 24 %			577290	1902436	1973052
(VIII) Résultat net de l'exercice	1545757	4480117	4233467	6024380	6247999

Source : Personnelle.

Notre projet accusera des résultats positifs quant aux impôts exigibles sur le résultat, notre projet aura joui l'exemption d'impôt de deux ans en troisième année nous payerons que la moitié (selon le Code Général des Impôts).

3.3. FLUX DE TRESORERIE PAR LA METHODE DIRECTE

Dans ce sous section nous allons montrer la notion de tableau de trésorerie.

La trésorerie est la valeur de la liquidité de l'entreprise dans un moment donné. Elle peut être des argents en caisse ou de placement dans une institution financière. Le but de la présentation du flux de trésorerie est d'apporter aux utilisateurs des états financiers un fondement d'évaluation de la capacité de l'unité à générer de la trésorerie .Il permet également de recueillir les informations sur l'utilisation de ces trésoreries Selon PCG 2005,

deux méthodes permettent de présenter les flux de trésorerie à savoir la méthode directe et la méthode indirecte

3.3.1. FLUX DE TRESORERIE

Cette présentation vise à identifier la rubrique d'entrée et de sortie de la trésorerie en état brut avant de constater la situation net de la trésorerie. Cette situation se présente ainsi :

Tableau 56 : Tableau de flux de trésorerie par la méthode.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Flux de trésorerie lié aux activités opérationnelles					
Encaissement reçus du client	33413050	36754355	36754355	40429790	40429790
Sommes versées aux fournisseurs	9521933	10472878	10646238	11709614	11914379
Sommes versées aux personnels	15292800	15292800	15292800	15292800	15292800
Impôts payé sur le résultat			577290	1902436	1973052
Intérêt et autre frais financiers	2560000	2016000	1512000	1008000	504000
Flux de trésorerie net lié aux activités opérationnelles : A	6038317	8972677	8726027	10516940	10745559
Flux de trésorerie lié aux activités d'investissement					
Décaissements sur acquisition immobilisation Corp. ou incorp	21482600				9006000
Encaissement sur cession d'immobilisation Corp. ou incorp					
Flux de trésorerie net lié aux activités d'investissement : B	- 21482600				-9006000
Flux de trésorerie net lié aux activités de financements					
Apport propre	10000000				
Encaissement sur emprunt reçus	12800000				
Remboursement d'emprunt	3200000	2400000	2400000	2400000	2400000
Flux de trésorerie net lié aux activités de financements : C	19600000	-2400000	-2400000	-2400000	-2400000
Trésorerie de la période	4155717	6572677	6326027	8116940	-660441
Trésorerie d'ouverture	0	4155717	10728394	17054420	25171361
Trésorerie de clôture de l'exercice	4155717	10728394	17054421	25171361	24510920

Source : Personnelle.

La situation de trésorerie ne cesse d'augmenter durant les quatre premières années. Mais elle diminue en 5^{ème} année à cause des achats des logiciels informatiques et des matériels informatiques qui sont amorties en quatrième année de l'exercice.

Durant le chapitre I, nous avons fait une étude de faisabilité financière qui permet d'évaluer l'investissement de notre projet, par la détermination de coût des immobilisations, le besoin en fonds de roulement initial et le plan de financement, ensuite l'analyse de compte de gestion a pour but de savoir les charges et les produits du projet, finalement nous avons fourni les états financiers qui donnent les informations financières avec des résultats largement positifs et de trésorerie saine. Pour terminer cette troisième partie il sera temps d'observer l'évaluation financière suivant les outils, critère d'évaluation et l'évaluation économique et sociale.

CHAPITRE II

EVALUATION FINANCIERE DU PROJET

L'évaluation constitue une activité intégrée du processus de réalisation du projet, ce chapitre sera donc consacré à l'appréciation des outils et des critères d'évaluation citée plus haut ainsi qu'aux indicateurs de performances économiques du projet.

Section 1 : LES OUTILS D'EVALUATION FINANCIERE

Théoriquement, les outils d'évaluation du projet sont la valeur actuelle nette (VAN), l'indice de profitabilité (IP), le taux de rentabilité interne (TRI), la durée de récupération de capital investi (DRCI), ces outils seront donc calculés et appréciés un à un pour comprendre la rentabilité de ce projet.

1.1. LA MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT (MBA)

« La marge brute d'autofinancement ou capacité d'autofinancement représente l'ensemble des ressources générées par l'entreprise au cours de l'exercice du fait de ces opérations courantes, elle représente aussi un potentiel d'autofinancement, c'est-à-dire, la partie de la CAF investi par l'entreprise. A cet égard l'entreprise arbitre entre une politique généreuse de distribution qui satisfait les actionnaires mais diminue la possibilité d'autofinancement et une politique de redistribution qui risque de mécontenter les actionnaires, mais, accroître les autofinancements⁷ ».

Le MBA est déterminée par la formule ci-après :

$$\text{MBA} = \text{RN} + \text{DAP} + \text{ou} - \text{V} - \text{R} - \text{Q}$$

NB : RN = Résultat net de l'exercice.

DAP : dotation aux amortissements et perte de valeurs

V : Plus ou moins values sur cession des immobilisations

⁷ Cours GFA en 4^{ème} année.

R : reprise sur perte de valeur ou risque et charge

Q : Quote part de subvention versée sur le compte d'entreprise

$$\text{Ou MBA} = \text{Produit encaissables} - \text{Charges décaissables}$$

1.1.1. APPLICATION

Tableau 57 : Calcul de valeur de le MBA.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
RN	1 545 757	4 480 117	4 233 467	6 024 380	6 247 999
DAP	4 492 560	4 492 560	4 492 560	4 492 560	4 492 560
V					
MBA	6 038 317	8 972 677	8 726 027	10 516 940	10 740 559

Source : Personnelle.

1.2. LE CASH FLOW ACTUALISE

Le cash flow actualité est la somme entre la valeur actuelle nette (VAN) et la somme des capitaux investis. D'où la formule suivante :

$$\text{MBA actualisé} = \text{MBA} (1 + i)^{-n}$$

1.2.1. DETERMINATION DE LA VALEUR DU CASH FLOW ACTUALISE

Tableau 58 : Valeur du cash flow actualisé.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
MBA	6 038 317	8 972 677	8 726 027	10 516 940	10 740 559
$(1+0,2)^{-n}$	0,833 333	0,694 444	0,578 704	0,482 704	0,401 878
MBA actualisé	5 031 929	6 231 022	5 049 787	5 071 889	4 316 594

Source : Personnelle.

1.3. LA VALEUR ACTUELLE NETTE (VAN)

Par définition, la VAN est égale à la somme des valeurs actualisée du cash- flow à laquelle on enlève le montant du fonds investi. Pour ce faire, il faut cumuler la valeur de la

MBA obtenue au cours des cinq ans qui est la période retenue comme référence pour l'étude.
Le tableau suivant récapitule le calcul de la VAN :

Tableau 59 : Tableau de calcul de VAN.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
MBA actualisée	5 031 929	6 231 022	5 049 787	5 071 889	4 316 394
MBA actualisé cumulée	5 031 929	11 262 951	16 312 728	21 384 627	25 701 021

Source : Personnelle.

$$VAN = 25\,701\,021 - 22\,800\,000 = 2\,901\,021$$

$VAN = 2\,901\,021$

D'après la théorie :

- Si VAN est positive, la rentabilité est supérieure au taux exigé.
- Si VAN est égal à zéro, la rentabilité est égale au taux exigé.
- Si VAN est négative, la rentabilité est inférieure au taux exigé.

Dans notre cas, la VAN est égale à Ariary 2 901 021 qui est largement positive. Cela signifie que la rentabilité est donc supérieure au taux exigé. Nous pouvons affirmer que le présent projet est rentable selon ces critères. Nous allons continuer l'examen du projet par la mesure de l'indice de profitabilité.

1.4. L'INDICE DE PROFITABILITE IP

L'indice de profitabilité est représenté par le rapport entre la somme de cash- flow actualisés et les sommes des capitaux investis.

$$\text{La valeur de l'IP de notre projet est de : } IP = 25\,701\,021 / 22\,800\,000 = 1,13$$

$IP = 1,13$

- Si IP est supérieur à 1, la rentabilité est supérieure au taux exigé.
- Si IP est égale à 1, la rentabilité est égale au taux exigé.
- Si IP est inférieure au taux exigé.

Dans notre cas, IP est supérieur à 1, notre projet est rentable

Ce projet est rentable par ce que sa rentabilité est supérieure au taux exigé. IP = 1,13 signifie que 1 Ariary investi génère 0,13 Ariary de profit.

1.5. LE TAUX DE RENTABILITE INTERNE TRI

Analyser notre projet en TRI, consiste à définir ce concept, le formuler, et l'interpréter.

1.5.1. DEFINITION

C'est le taux d'actualisation qui annule la VAN (la somme de MBA actualisée).

Pour calculer le TRI, nous allons prendre le taux d'actualisation de 49 % avec ce taux de la VAN est égale à – 4 487 059 Ar.

Tableau 60 : Calcul de TRI.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
MBA	6 038 317	8 972 677	8 726 027	10 516 940	10 741 559
Taux = 50 %	0,667	0,444	0,296	0,197	0,131
MBA actualisée	4 027 557	3 983 868	2 582 904	2071 837	1 407 013
Cumul	4 027 557	8 011 425	10 594 329	12 666 166	14 073 179

Source : Personnelle.

$$\frac{TRI-20}{50-20} = \frac{22\,800\,000-25\,701\,021}{14\,073\,179-25\,701\,021} = 0,25$$

TRI = 25 %

Le TRI est de 25 %, qui sont supérieur au taux d'actualisation 20 % pour le financement du projet, ainsi, notre projet aura une marge d'emprunt de 4 % par rapport au taux d'emprunt 21 %.

1.6. LE DELAI DE RECUPERATION DES CAPITAUX INVESTIS DRCI

Le délai de récupération des capitaux investis est la DRCI à laquelle les investissements sont récupérés. En d'autres termes, c'est le temps où le cumul de cash-flow actualisé est égal au fonds investi.

Tableau 61 : Calcul DRCI.

Rubriques	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
MBA	6 038 317	8 972 677	8 726 027	10 516 940	10 740 559
MBA cumulée	6 068 317	15 010 994	23 737 021	34 253 961	44 994 520

Source : Personnelle

La MBA cumulée est égale à l'investissement entre année 2 et année 3 :

$$\frac{TRI-20}{3-2} = \frac{22\,800\,000 - 15\,010\,994}{23\,737\,021 - 15\,010\,994} = 0,892\,176$$

$$DRC-2 = 0,892\,176$$

$$DRCI = 2 \text{ ans, } 10 \text{ mois et } 21 \text{ jours}$$

Elle est inférieure à cinq ans, donc les investissements de départ seront récupérés avant cinq années d'exercice. Le projet est donc rentable.

En conclure la première section du chapitre VII, elle comprend les performances de notre projet grâce aux outils d'évaluation comme la VAN, le TRI etc. La deuxième section nous parlerons l'évaluation financière suivant les critères d'évaluations.

Section 2 : EVALUATION FINANCIERE SUIVANT LES CRITERES D'EVALUATIONS

2.1. LA PERTINENCE

Au cours de l'évaluation de l'évaluation financière de notre projet nous avons dégagé une marge brute qui est largement positive, en raison du succès de notre production face aux adversaires et nos positionnements devant un produit concurrentiel. Voir aussi la valeur actuelle nette qui est à la somme de : 2 901 028 Ar et le taux de rentabilité interne qui est à

39,37 %, provoquant un court délai de récupération des capitaux investis qui est à deux ans, dix mois et vingt et un jours. Nous pouvons dire que notre projet est pertinent selon les outils d'évaluation déjà faite.

2.2. LA CONFORMITE DE RESULTAT

Le résultat de notre projet est dûment conforme, lors du processus de calcul et les méthodes que nous avons appliqués, ensuite les étapes de répartition de résultat qui dégagent de résultats positifs dès la première année nous démontrent cette conformité, donc notre résultat est conforme.

2.3. VIABILITE DU PROJET

Le projet est viable si le résultat dégagé est conforme, et puis les critères de son évaluation suivent les conditions de pertinence du projet. Nous pouvons parler aussi que notre projet est viable, car il atteint la durée de vie du projet, qui est au bout de cinq ans avec des résultats positifs.

2.4. L'IMPACT DU PROJET

Les emplois fournis feront partis des valeurs économiques dégagées du projet. Alors, ici ce projet donne six (6) emplois directs pour les jeunes et illustre la nouvelle technique de l'information et de la communication en matière de Cyber café. Ce Cyber café va valoriser les connaissances acquises à l'université, au Département de Gestion. En fait ce sera l'alchimie des trois (3) options de ce Département de Gestion à savoir le Marketing, Les Finances et comptabilité et l'Organisation.

Section 3 : EVALUATION ECONOMIQUE ET SOCIALE

3.1. EVALUATION ECONOMIQUE

L'appréciation économique de ce projet peut être mesurée à partir de la valeur ajoutée créée et sa contribution sur la production nationale. Par définition, la valeur ajoutée représente la différence entre la valeur de la production de l'exercice et la valeur de la consommation intermédiaire. Elle exprime la valeur de la richesse supplémentaire créée grâce aux activités réalisées par l'entreprise.

Le bien ou le service acheté et utilisé dans le processus de production sont regroupés pour donner la consommation intermédiaire. Celle-ci comporte entre autre les achats consommés et les services extérieurs.

La valeur ajoutée créée toutes les années va renforcer la valeur de la PIB et de la PNB, il s'agit d'une contribution sur le développement économique de la nation. De plus les impôts et taxes payées concourent au renforcement du budget général de l'Etat.

3.2. EVALUATION SOCIALE

Cette évaluation sera bénéfique pour la Région Atsimo Atsinanana du fait que sa réalisation contribuera à l'amélioration du niveau de vie des gens dans cette région par les biais de richesse à dégager dans le projet et matérialiser par les valeurs ajoutées dans nos états financiers :

- L'amélioration du niveau d'information des personnes dans cette localité, tout en observant les informations à apporter et les services informatique bureautique à offrir ;
- L'amélioration de vie des gens situés dans ladite région tout en jouissant les impacts positifs dans la future réalisation du projet. (Ressource d'information, facilitation du travail, l'amélioration de connaissance. Cette séquence nous conduit à dresser le cadre logique de notre projet.

Section 4 : LE CADRE LOGIQUE DU PROJET

Dans cette section nous qualifions la définition du cadre logique, la description de la cadre logique et la présentation du cadre logique.

4.1. DEFINITION

Le cadre logique est un tableau récapitulatif des interventions du projet avec les résultats attendus et les moyens nécessaires tout en tenant compte des contraintes qui devront être innovés afin de parvenir aux objectifs du projet. C'est un moyen indispensable à l'élaboration du projet permettre d'évaluer les interventions atteintes et de réorienter la décision en cas de nécessité.

4.2. DESCRIPTION DU CADRE LOGIQUE

Nous pouvons s'intéresser sur la logique et horizontale. La logique verticale comprend six rubriques à savoir :

- Des objectifs globaux qui sont la finalité à laquelle contribue le projet ;
- Un objectif spécifique : c'est un motif pour lequel un projet a été conçu ;
- Des résultats traduisant les fruits des actions de l'entreprise ;
- Les activités qui déterminent les actions spécifiques qu'il faut entreprendre avec les moyens disponibles pour atteindre les objectifs ;
- Les moyens ou intrants qui constituent le facteur de production exigé pour exécuter les activités ;
- Les extrants qui sont des produits obtenus à l'issue du processus d'exploitation de l'entreprise.

La logique horizontale : Elle agit comme éléments descriptifs du projet à savoir les indicateurs objectivement vérifiable ou IOV qui décrivent la qualité, le client cible, le temps, les liens des objectifs et le résultat de l'intervention ou MDV : source de vérification, ce sont les supports d'information qui permettent de faire le suivi de la réalisation des objectifs, des résultats, des activités, en fonction de l'IOV.

Les hypothèses : Le facteur externe qui existe et pouvant détruire l'IOV. Ainsi, nous allons présenter le tableau du cadre logique.

Tableau 62 : Le cadre logique.

Description sommaire	I O V	M D V	Hypothèse
Objectifs globaux Faciliter l'accès à l'information sur Internet, Offrir un service informatique bureautique	Un service micro édition de multiples services est implanté sur place	NIF, INSTAT	L'étude de pré faisabilité conclue à une décision favorable à la mise en place d'une telle entreprise à Farafangana
Objectif spécifique Vente de service informatique pour répondre au besoin local	Une entreprise de service informatique mis en place et propose de service internet et micro édition	Statistique du client ou enquête sur terrain	Le service mis en disposition correspond aux attentes
Résultats attendus Réaliser des profits Créer des emplois	Résultats positifs : Année 1 : Ar 1 545 757 Année 2 : Ar 4 480 117 Année 3 : Ar 4 209 420 Année 4 : Ar 6 024 380 Année 5 : Ar 6 247 999 Six employés embauchés de la première année	Compte de résultat de l'entreprise Liste du personnel	Le pouvoir d'achat de la population locale s'améliore
Moyens matériels Acheter : Matériels informatiques Matériels de bureau Autres immobilisation incorporels Autres immobilisation corporels Moyens humains Recruter des personnels	Ar 8 206 000 Ar 8 734 000 Ar 100 000 Ar 200 000 Six employés	Bilan d'ouverture de l'entreprise Contra de travail	Le projet est financé par la banque BOA de Farafangana Profil relatif au poste vacant
Activités Trouver des investisseurs Acquérir et installer les immobilisations nécessaires Placer sur le marché	Ar 12 800.000 Technicien spécialiste à installation Part de marché 15 %	Encaissement auprès de la banque BOA Facture sur frais d'installation Fiche statistique du projet	Absence d'inflation flagrante et la stabilité de produit fini sur le marché Le marché n'est pas saturé
Recrutement Recruter les employés Former le personnel Gérer le personnel	Un gérant, un responsable commercial, trois ouvriers et un gardien Formation avant la prise de poste Rémunération et motivation de personnels	Liste de personnel Rapport sur la formation Fiche de paie	Les personnels sont compétant

Source : Personnelle.

CONCLUSION

En guise de conclusion, la capacité du FARAF CYBER en offre des prestations des services informatiques et Internet est suffisamment opérationnelle et faisable dans la ville de FARAFANGANA et le porteur du projet. Face à notre projet, l'emploi constitue des ressources assez limitées dans ce district, mais il est source des richesses après la promotion de Région comme meilleur endroit des entreprises même si les produits phares générateurs des revenus restent toujours, pour le moment le girofle et le café.

Malgré toutes les typologies des services informatiques à promouvoir l'emploi en matière de nouvelle technologie pour l'information et de la communication, notre projet offre des techniques de savoir faire pendant la réalisation des activités du projet. Ainsi, la particularité des entrepreneurs et les chercheurs en richesse à FARAFANGANA se sont intéressés au régionalisme économique tout en valorisant leurs diverses ressources et au développement par le biais du secteur privé et la promotion des secteurs de croissance (entre autre le développement secteur de l'exportation de cafés et de girofles etc.)

Certes pour FARAFANGANA, ce projet lui donne six (6) emplois directs pour ses jeunes. Il lui montre la capacité de maîtriser les coûts à savoir, pour les cinq (5) premières années, Ar 2 901 029 de valeur actuelle nette (VAN) ; 25 % de taux interne de rentabilité (TIR) ; deux (2) ans dix (10) mois et vingt et un (21) jours de délai de récupération des capitaux investis (DRCI). Ce projet permet au promoteur de dégager des résultats nets de l'exercice largement positifs dès la première année. Il permet aussi à son porteur de présenter et de soutenir ses capacités en Marketing tout en pouvant choisir une niche de marché profitable et rentable. De plus, l'habilité commerciale que possèdent le futur Gérant est aperçu d'une part l'importance des chiffres d'affaires pendant cinq (5) ans.

D'autre part la pertinence et fiabilité de choix des segments, car ce choix de segment matérialise la faisabilité du projet en question. Ainsi, ce choix pertinent de segment relativise la rationalité à la main du concepteur de l'unité tout en bien manipulant et maîtrisant certaines méthodes scientifiques (enquête, mathématiques financières, les statistiques etc.). Grâce à ces capacités en marketing, le Gérant futur s'apprêtera en permanence à faire des études de marché en vue d'observer l'adaptation des offres aux besoins des futurs clients (élèves et étudiants) sans oublier aussi la demande locale.

En tout cas ce sera un essai qui va pouvoir répondre aux appels des responsables des Régions (ATSIMO ATSINANANA) pour la participation au développement participatif. Car la pauvreté récurrente et persistante ne se résoudra plus sans diversification des activités dans ces Régions ; même s'il y a les revenus des paysans issus des girofles. Alors, instaurer un tel projet contribuera amplement à la diversification des secteurs porteurs de croissance de notre économie.

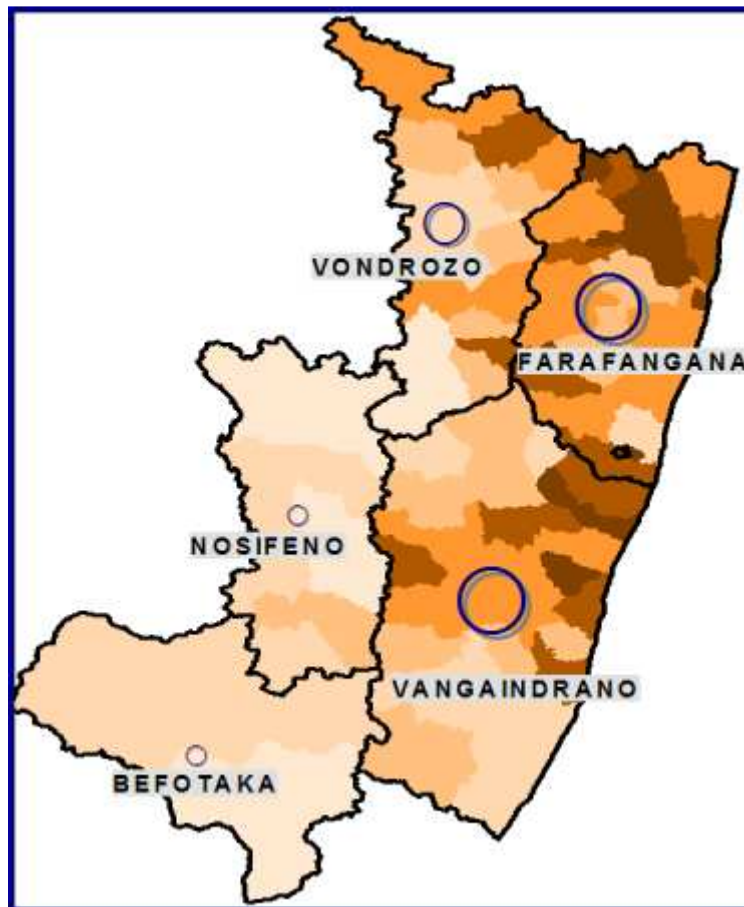
BIBLIOGRAPHIE

1. ABDIRASSOUL, (M) Mourad, « **cours Politique Générale de l'Entreprise** », en 4^{ème} année Dép. Gestion, Fac. DEGS, Université d'ANTANANARIVO, 2007/2008.
2. AMAR (V), Pouvoir et Leadership : « Le sens retrouvé du travail », Village mondial, Paris, 2000, p.57
3. ANDRIAMASIMANANA, (O) Oligène Olivier, Maître de Conférences, « Cours de Gestion de Trésorerie », en 3^{ème} année Dép. Gestion, Fac. DEGS, Université d'ANTANANARIVO, 2006/2007.
4. ANDRIANALY, (S) Saholiarimanana, Professeur, « Cours de Management », en 4^{ème} année Dép. Gestion, Fac. DEGS, Université d'ANTANANARIVO, 2007/2008.
5. Année Dép. Gestion, Fac. DEGS, Université d'ANTANANARIVO, 2007/2008
6. BERGERON (P), La gestion dynamique, Montréal : Gaëtan MORIN, 2006, p. 653
7. COLLERETTE (P), Pouvoir, leadership et autorités, éd Presse Université Quebec, 1991, pp. 157-179
8. COLLINS (J C) & PORTAS (J I), Clock Building, Not Time telling, in Business Leadership : A Josey-Bass Reader (Hoboken, NJ : John Wiley and Sons, 2003), p. 373-403
9. DAFT, Management, 4^{ème} édition, p. 494
10. FAYOL (H), Administration industrielle et générale, col. Stratégie et management, éd. Dunod, 2^{ème} édition, 1999, 160 p.
11. Plan Régional pour le Développement de la Région ATSIMO ATSINANANA, 2004.
12. RAHAJARIZAKA, (R) Richard, « cours de Gestion des Ressources Humaines », en 4^{ème} année Dép. Gestion, Fac. DEGS, Université d'ANTANANARIVO, 2005/2006.
13. RANDRIAMBOLOLONDRAHARY, (C) Corine, cours « Analyse Financière », en 2^{ème} année Dép. Gestion, Fac. DEGS, Université d'ANTANANARIVO, 2005/2006.
14. RANOROVOLOLONA, (L) Lucie Aimée, « cours Comptabilité des Sociétés », Dép. Gestion, Fac. DEGS, Université d'ANTANANARIVO, 2006/2007
15. RAVALITERA, (F) Faraso, « cours Entreprenariat et Gestion de Projet », en 4^{ème}
16. RAZAFIMBELO (F) Florent « cours de gestion Prévisionnelle », en 3^{ème} année 2005/2006 et Gestion Financière Approfondi en 4^{ème} année Dép. Gestion, Fac. DEGS, Université d'ANTANANARIVO, 2006/2007.

ANNEXE

ANNEXE N° 1

Carte de la Région Atsimo Atsinanana



ANNEXE N° 2

Chiffres d'affaires prévisionnelles journalier et hebdomadaire

Tableau n° 1 : Chiffre d'affaires prévisionnel journalier pour saisie.

Rubrique	L	M	M	J	V	S	TOTAL
Quantité (page)	50	45	50	40	30	20	235
P.U	500	500	500	500	500	500	500
Montant	25 000	22 500	25 000	20 000	15 000	10 000	117 000

Source : Personnelle

Le tableau n° 1 nous montre le montant du chiffre d'affaires journalier obtenu par les quantités produites pour les saisies.

Tableau n° 2 : Chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaires pour saisie.

Rubrique	1^{er} Semaine	2^{ème} Semaine	3^{ème} Semaine	4^{ème} Semaine	Total
Quantité (page)	235	230	160	180	805
PU	500	500	500	500	500
Montant	117 500	115 000	80 000	90 000	402 500

Source : Personnelle.

Le tableau n° 2 illustre le montant du chiffre d'affaires hebdomadaire produit par semaine par les saisies.

Tableau n° 3 : Chiffre d'affaires journalier pour impression noir.

Rubrique	L	M	M	J	V	S	Total
Quantité (page)	100	80	70	50	40	40	380
PU	200	200	200	200	200	200	200
Montant	20 000	16 000	14 000	10 000	8 000	8 000	76 000

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnel pour l'impression noir et blanc est résumé par le tableau ci-dessus. Sur les quantités produites il diminue progressivement de mardi au week-end.

Tableau n° 4 : Chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire pour impression noir.

RUBRIQUE	1 ^{er} Semaine	2 ^{ème} Semaine	3 ^{ème} Semaine	4 ^{ème} Semaine	TOTAL
Quantité (page)	380	320	480	480	1 660
PU	200	200	200	200	200
Montant	76 000	64 000	96 000	96 000	332 000

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnel hebdomadaire est expliqué par le tableau n° 3, il augmente selon les quantités consommées par semaine.

Tableau n° 4 : Chiffre d'affaires prévisionnelles journalier pour impression couleur.

Rubrique	L	M	M	J	V	S	Total
Quantité (page)	50	45	40	30	25	10	200
P.U	450	450	450	450	450	450	450
Montant	22500	20 250	18 000	13 500	11 250	4 500	90 000

Source : Personnelle

Le chiffre d'affaires prévisionnelles journalier réalisé par l'impression couleur atteint le montant de 22 500 Ar le jour de lundi, il baisse jusqu'à 4 500 Ar le samedi.

Tableau n° 5 : Chiffre d'affaires prévisionnel hebdomadaire pour impression couleur.

Rubrique	1 ^{er} Semaine	2 ^{ème} Semaine	3 ^{ème} Semaine	4 ^{ème} Semaine	Total
Quantité (page)	200	197	200	170	767
P.U	450	450	450	450	450
Montant	90 000	88 650	90 000	76 500	345 150

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire est maximum pour la première semaine, pourtant, à la quatrième semaine sont montant baisse.

Tableau n° 7 : Chiffre d'affaires prévisionnelles journalier pour scanner.

Rubrique	L	M	M	J	V	S	Total
Quantité (page)	15	14	14	12	13	12	80
P.U	400	400	400	400	400	400	400
MONTANT	6 000	5 600	5 600	4 800	5 200	4 800	32 000

Source : Personnelle

Le chiffre d'affaires prévisionnelles réalisé par le scan diminue peu à peu, son montant est de 6 000 Ar baisse à 4 800 Ar pour le samedi, car la plupart des clients sont au repos pendant le jour fériés.

Tableau n° 8 : Chiffre d'affaires prévisionnel hebdomadaire.

Rubrique	1^{er} Semaine	2^{ème} Semaine	3^{ème} Semaine	4^{ème} Semaine	Total
Quantité (page)	80	67	65	60	272
PU	400	400	400	400	400
Montant	32 000	26 800	26 000	24 000	108 800

Source : Personnelle

Le chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire est la somme du chiffre d'affaire réalise par semaine par l'entreprise selon les quantités produites.

Tableau n° 9 : Chiffre d'affaires prévisionnel journalier pour photocopie.

Rubrique	L	M	M	J	V	S	Total
Quantité (page)	250	200	150	80	50	40	770
PU	100	100	100	100	100	100	100
Montant	25 00	20 000	15 000	8 000	5 000	4 000	77 000

Source : Personnelle.

Le total du chiffre d'affaires prévisionnelles réalisé par la photocopie est d'Ariary 77 000 du lundi au samedi, la quantité consommée par jour baisse progressivement dès lundi au samedi.

Tableau n° 10 : Chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire pour photocopie.

Rubrique	1^{ère} Semaine	2^{ème} Semaine	3^{ème} Semaine	4^{ème} Semaine	Total
Quantité (page)	770	990	880	940	3 580
PU	100	100	100	100	100
Montant	77 000	99 000	88 000	99 000	358 000

Source : Personnelle

Le chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire se réalise par semaine, du fait qu'il s'effectue pendant quatre semaines avec un montant maximum à la deuxième.

~ X ~

Tableau n° 11 : Chiffre d'affaires prévisionnelles journalier pour connexion sur internet.

Rubrique	L	M	M	J	V	S	Total
Quantité (minute)	400	350	600	300	500	900	3 050
PU	80	80	80	80	80	80	80
Montant	32 000	28 000	48 000	24 000	40 000	72 000	244 000

Source personnelle

Le chiffre d'affaires prévisionnelles journalier réalisé par l'Internet est plus élevé le lundi, car nous avons beaucoup des clients, ces effectifs baissent le jeudi et vendredi en raison de fatigue du client par leur travail.

Tableau n° 12 : Chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire.

Rubrique	1 ^{ère} Semaine	2 ^{ème} Semaine	3 ^{ème} Semaine	4 ^{ème} Semaine	Total
Quantité (minute)	3 050	2 400	2 350	2 300	10 100
PU	80	80	80	80	80
Montant	244 000	192 000	188 000	184 000	808 000

Source : Personnelle

Le chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire s'effectue pendant quatre semaines, dont le montant total est de 808 000 Ar.

~ xi ~

Tableau n°13 : Chiffre d'affaires prévisionnelles journalier pour reliure.

Rubrique	L			M			M			J			V			S			Total
Types	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
Quantité	5	8	5	5	6	5	4	5	6	4	5	5	4	4	4	6	3	3	87
PU	800	1200	1600	800	1200	1600	800	1200	1600	800	1200	1600	800	1200	1600	800	1200	1600	
Montant	4000	9600	8000	4000	7200	8000	3200	6000	9600	3200	6000	8000	3200	4800	6400	4800	3600	4800	104400

Source : Personnelle.

Types :

1. 10 à 30 pages
2. 30 à 70 pages
3. + de 70 pages

Le tableau ci-dessus nous donne le montant du chiffre d'affaires réalisé par jour pendant une semaine, dès lundi au samedi, son montant total est de 104 400 Ar.

Tableau n° 14 : Chiffre d'affaires prévisionnel hebdomadaire pour reliure

Rubrique	1^{er} Semaine			2^{ème} Semaine			3^{ème} Semaine			4^{ème} Semaine			Total
Page	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
Quantité	28	31	28	20	20	23	20	27	20	24	20	20	281
PU	800	1200	1600	800	1200	1600	800	1200	1600	800	1200	1600	
Montant	22400	37200	44800	16000	24000	36800	16000	32400	32000	19200	24000	32000	339600

Source : Personnelle.

Le chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire est la somme des ventes réalisées par semaine, il est variable selon les quantités vendues par l'entreprise.

Tableau n° 15 : Total chiffre d'affaires journalier.

Rubrique	L	M	M	J	V	S	Total
Saisie	25 000	22 500	25 000	20 000	15 000	10 000	117 500
Impression noire	20 000	16 000	14 000	10 000	8 000	8 000	76 000
Impression couleur	22 500	20 250	18 000	13 500	11 250	11 500	90 000
Scan	6 000	5 600	5 600	4 800	5 200	4 800	32 000
Photocopie	25 000	20 000	15 000	8 000	5 000	4 000	77 000
Connexion sur Internet	32 000	28 000	48 000	24 000	40 000	72 000	244 000
Reliure	21 600	19 200	18 800	17 200	14 400	13 200	104 400
Total	152 100	131 550	144 400	97 500	98 850	116 500	740 900

Source : Personnelle.

Le total du chiffre d'affaires prévisionnelles journalier est le total de vente journalière effectuée par l'entreprise, il est variable selon les quantités vendues par jour.

Tableau n° 16 : Total chiffre d'affaires prévisionnel hebdomadaire.

Rubrique	1^{ère} Semaine	2^{ème} Semaine	3^{ème} Semaine	4^{ème} Semaine	Total
Saisie	117 500	115 000	80 000	90 000	402 500
Impression noire	76 000	64 000	96 000	96 000	332 000
Impression couleur	90 000	88 650	90 000	76 500	345 150
Scan	32 000	26 800	26 000	24 000	108 800
Photocopie	77 00	99 000	88 000	94 000	358 000
Connexion sur Internet	244 000	192 000	188 000	184 000	808 000
Reliure	104 400	76 800	80 400	75 200	336 800
Total	740 900	662 250	648 400	639 700	2 691 250

Source : Personnelle.

Le total du chiffre d'affaires prévisionnelles hebdomadaire est le total de vente par semaine effectuée par l'entreprise pendant quatre semaines ses montant dépendent de la quantité vendue par l'entreprise par semaine.

ANNEXE N° 3

Questionnaires

Société ; FARAF CYBER

Adresse : Lot 93/AMKF Ambalakiny Farafangana

QUESTIONNAIRE D'ENQUETE SUR LA CREATION
D'UN MICRO EDITION FARAF CYBER

Pour nous aider mieux de vous servir par un service micro édition dans la ville de FARAFANGANA, nous vous demandons de remplir les questionnaires suivants.

Veuillez cocher les cases correspondantes à votre réponse.

Nom :

Prénoms :

Sexe : Masculin ☐ Féminin ☐

Age :

1. Quelle est votre situation professionnelle ?

Elève ☐ Etudiant ☐

Demandeur d'emploi ☐ Fonctionnaire ☐

Employé d'une E/se ☐ Commerçant ☐

2. Aimerez-vous avoir une entreprise prestataire de service informatique ?

Oui ☐ Non ☐

Si oui : Dans quel endroit voulez vous l'installer ?

Dans un quartier résidentiel ☐

Dans le centre ville ☐

Dans le quartier périphérique ☐

3. D'après vous le service micro édition :

Rend votre travail plus rapide ? ☐

Rend votre travail plus optimum ? ☐

Rend votre travail plus confortable ? ☐

4. Avez-vous déjà attendu quelqu'un parler de l'Internet ?

Oui ☐

Non ☐

Si oui ; à votre avis,

Est ce qu'une distraction ? ☐

Est ce qu'un moyen de communication ? ☐

Est ce qu'une amélioration de connaissance ? ☐

Quand faites vous recours au service Internet ?

Fréquence	Pas du tout	Un peu	moyenne
Quotidien			
Tous les weekends			
Occasionnelle			

Quel prix êtes-vous prêts à payer ?

Prix Photocopie/ page	100 Ar	150 Ar	200 Ar
Prix Saisie /page	500 Ar	550 Ar	600 Ar
Prix Impression noire/page	80 Ar	120 Ar	150 Ar
Prix Impression couleur/page	200 Ar	250 Ar	300 Ar
Prix Scan/ page	400 Ar	450 Ar	500 Ar
Prix Connexion sur Internet/ minute	80 Ar	120 Ar	150 Ar
Prix Reliure	800 Ar	1 200 Ar	1 600 Ar

Nous vous remercions de votre aimable participation !

Le Gérant

TABLES DES MATIERES

Remerciements

Sommaire

Liste des abréviations.....i

Liste des figures.....ii

Liste des tableaux.....iii

Introduction.....1

Première partie : Identification du projet

Chapitre I : Choix et intérêt du thème 4

Section 1 : Analyse de l'environnement 4

1.1. Présentation du lieu de projet..... 5

1.2. Analyse de potentiel de ressources 6

Section 2 : Caractéristique du projet..... 6

2.1. Objectif de notre projet 7

2.1.1. Intérêt du projet..... 7

2.2. Localisation du lieu d'implantation 8

Sections 3 : Identification de l'entreprise 8

3.1. Présentation de l'entreprise..... 8

3.1.1. Cadre juridique 9

3.1.2. Fiche signalétique du projet..... 9

Chapitre II : Etude du marché 10

Section 1 : Description du marché10

1.1. Situation actuelle..... 10

1.2. Analyse de la demande 11

1.2.1. La demande potentielle..... 11

1.2.2. Etude de marche 12

1.2.2.1. Dépouillement des questionnaires..... 12

1.2.2.2. Résultats 13

1.2.3. Détermination de la part de marché..... 14

1.2.4. Frein et motivation..... 15

1.3. Analyse de l'offre 16

1.3.1. Marché local 16

1.3.2. Analyse de secteur d'activités 16

1.3.3.	Estimation de l'offre	17
1.4.	Etude de la concurrence	17
1.4.1.	les concurrences formelles.....	18
2.1.	Les théories sur les stratégies.....	18
2.1.1.	Les stratégies push et pull.....	20
2.1.2.	La stratégie niche	20
2.1.3.	La stratégie benchmarking.....	20
2.2.	Stratégie adoptée par le projet.....	20
2.3.	Le politique marketing-mix	21
2.3.1.	Politique de produit.....	21
2.3.2.	Politique de Prix	21
2.3.3.	Politique de distribution.....	22
2.3.4.	Politique de communication et de promotion.....	23

Deuxième partie : Etude de faisabilité technique et organisationnelle

Chapitre I : Technique de production.....	25
Section 1 : Le processus de production	25
Section 2 : Les moyens de production	27
2.1. Les moyens matériels.....	27
2.2. Les moyens humains.....	30
2.2.1. Profils.....	30
2.3. Les moyens financiers	31
Section 3 : Les infrastructures nécessaires	31
Chapitre II : Capacité de production envisage	32
Section 1 : Consommation prévisionnelle en première année.....	32
Section 2 : Capacité prévisionnelle de production	35
2.1. La phase de lancement.....	36
2.2. En phase de croissance	36
2.3. En phase de maturité.....	37
Section 3 : Chiffres d'affaires prévisionnelles.....	38
3.1. Chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles réalisé par service.....	38
3.2. Total chiffre d'affaires prévisionnelles mensuelles	41
Chapitre III : L'étude organisationnelle	43
Section 1 : L'organisation envisagée	43
1.1. Organigramme adopté.....	43
1.2. Effectif du personnel.....	44

1.3. Attribution.....	44
Section 2 : Gestion du personnel	45
2.1. rémunération du personnel.....	45
2.2. Motivation.....	46
Section 3 : Organisation quotidienne.....	47
3.1. horaire.....	47
3.2. Organisation du travail	47
Section 4 : Chronogramme des activités	48
4.1. Démarche administrative	48
4.2. Démarrage du projet	48
4.3. Organisation lors des préparations.....	48
4.3.1. Transposition du projet sur un Graphe	49
4.3.2. La liste des différentes taches	49
4.3.3. Ventilation des taches et leurs durées	51
4.3.4. Représentation graphique	51
Troisième partie : Etude de faisabilité financière et évaluation du projet	
Chapitre I : Etudes financières du projet.....	55
Section 1 : L'évaluation des investissements du projet.....	55
1.1. Les immobilisations.....	55
1.1.1. Coûts des immobilisations.....	56
1.1.2. Système d'amortissement	56
1.2. Besoin en fonds de roulement initial	58
1.3. Budget de trésorerie en première année.....	58
1.4. Plan de financement.....	60
1.4.1. Apports propres	60
1.4.2. Dette à long terme.....	60
1.5. Remboursement de dette.....	61
1.5.1. Le principe à adopter	61
1.5.2. Remboursement de dette.....	61
Section 2 : Compte de gestion	62
2.1. Compte de charge	63
2.1.1. Achats consommés	63
2.1.2. Les impôts et taxes.....	63
2.1.3. Charge des personnelles	64
2.1.4. Charge financière du projet	64

2.1.5.	Les Amortissements.....	64
2.1.6.	Tableau récapitulatif des charges.....	65
2.2.	Compte des produits	65
2.2.1.	Le chiffre d'affaires prévisionnelles annuelles.....	65
2.2.2.	Chiffre d'affaires prévisionnelles annuelles reçu par les activités intermédiaires	66
2.2.3.	Chiffre d'affaires annuelles globales	66
Section 3 : Les états financiers prévisionnels		66
3.1.	Bilan d'ouverture et bilan prévisionnel sur cinq années.....	67
3.1.1.	Bilan d'ouverture	67
3.1.2.	Bilan prévisionnel pendant cinq années d'exercice clos le 31 Decembre du projet.....	68
3.2.	Compte de résultat par nature	73
3.3.	Flux de trésorerie par la méthode directe.....	74
3.3.1.	flux de trésorerie	75
Chapitre II : Evaluation financière du projet.....		77
Section 1 : les outils d'évaluation financière		77
1.1.	La marge brute d'autofinancement (MBA)	77
1.1.1.	Application	78
1.2.	Le cash flow actualisé.....	78
1.2.1.	Détermination de la valeur du cash flow actualisé	78
1.3.	La valeur actuelle nette (VAN).....	78
1.4.	L'indice de profitabilité IP	79
1.5.	Le taux de rentabilité interne TRI.....	80
1.5.1.	Définition.....	80
1.6.	Le délai de récupération des capitaux investis DRCI.....	81
Section 2 : Evaluation financière suivant les critères d'évaluations.....		81
2.1.	La pertinence.....	81
2.2.	La conformité de résultat	82
2.3.	Viabilité du projet	82
2.4.	L'impact du projet	82
Section 3 : Evaluation économique et sociale		83
3.1.	Evaluation économique.....	83
3.2.	Evaluation sociale	83

Section 4 : Le cadre logique du projet	84
4.1. Définition	84
4.2. Description du cadre logique	84
Conclusion.....	86
Bibliographie.....	v
Annexe.....	viii
Tables des matières.....	xv