

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

**DEPARTEMENT GESTION**

**PROMOTION :**

***Option : Finances et comptabilité***

***MEMOIRE DE FIN D'ETUDES EN GESTION***

***« Lancement d'un projet de campement dans les  
aires protégées de Bemanevika (district de  
Bealanana) »***

Présenté par : RANDRIANARIMBOLA Jocelyn

***Sous l'Encadrement de :***

*Encadreur Pédagogique*

***Madame RANOROVOLOLONA Aimée Lucie***

**Enseignant chercheur**

*Encadreur professionnel*

***Madame ANDREAS Irène***

**Enseignant formateur**

**Consultant en tourisme**

**ANNEE UNIVERSITAIRE : 2007/2008**

**Date de soutenance : 12 Août 2008**

# REMERCIEMENTS

Nous ne saurions commencer cette étude sans exprimer notre reconnaissance à tous ceux qui, de près ou de loin, nous ont aidé et encouragé pour la réalisation de notre travail, et spécialement :

En premier lieu, nous adressons nos plus vifs remerciement à Monsieur **RAJERISON Wilson**, Professeur Titulaire, Président de l'Université d'Antananarivo ;

Et à Monsieur **ANDRIAMARO Ranovona**, Maître de Conférences, Doyen de la Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie, de l'Université d'Antananarivo ;

*Nous remercions aussi :*

Madame **ANDRIANALY Saholiarimanana**, Professeur auprès du Département gestion, Responsable de l'option Organisation et administration d'entreprise et du troisième cycle en Gestion.

Monsieur **ANDRIAMASIMANANA Origène Olivier**, Maître de Conférences, Chef de Département Gestion, qui a bien voulu accepter de faire l'honneur, de présenter ce mémoire de fin d'études en gestion.

Madame **RAVALITERA Farasoa**, Enseignant au Département gestion, Directeur des Etudes et des Recherches en Gestion.

Ensuite Madame **RANOROVOLOLONA Aimée Lucie**, Enseignant auprès du département gestion, Encadreur pédagogique qui nous a donné son importante aide et sa précieuse contribution pour que notre travail finisse à mieux.

Nous exprimons également notre profonde gratitude à Madame **ANDREAS Irène**, encadreur professionnel qui nous a apporté aussi sa précieuse contribution dès le début de nos recherches, malgré ses hautes et lourdes responsabilités. Elle nous a permis d'acquérir une connaissance sur la gestion des impacts des feux de brousse,

à tout le personnel administratif dans le Département Gestion,

et à tous nos amis pour leurs aides et leur soutien de toute sorte.

Enfin, nous ne saurions terminer sans adresser notre profonde reconnaissance à nos parents et à toute notre famille, grâce à leur persévérance et à leurs efforts considérables, nous avons pu arriver à ce stade final de nos études.

Pour ce dévouement, nous les admirons et nous les remercions très vivement.

# *SOMMAIRE*

## **REMERCIEMENTS**

## **LISTE DES TABLEAUX**

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

### *Section 1 : Environnement du projet*

1.1- Généralité sur la situation géographique :

1.2-Environnement socio-économique :

1.2.1-Environnement physique :

1.2.2-Environnement économique :

1.2.3-Environnement social :

### *Section 2 : Caractéristique du projet :*

2.2 :- Nature du projet :

Pour cela, nous offrons au visiteur :

2.2.1 Hébergement

2.2.3-Snack Bar :

2.3 :- But et objectif :

2.4- Intérêt du projet :

### *Section 3 : Identification de promoteur du projet*

### *Section 1 :-La description du marché*

1.1-Définition du marché :

1.2-Domaine de création. du projet :

1.3-Clientèle cible :

### *A: Etude de marché dans la région d'exploitation*

2- Analyse de l'offre :

3- Analyse de la concurrence :

### *Section 2: Aspect marketing du projet*

2.1Théories sur les stratégies

2.1.1Stratégie « push » et « pull » :

2.1.2Stratégie marketing Mix:

2.2-Stratégie à appliquer pour le projet :

2.2.1-Stratégie push à dominante pull :

## **DEUXIEME PARTIE**

## **ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATIONNELLE DU PROJET**

### *Section 1-La structure de l'entreprise :*

### *1.3-Description des tâches et responsabilités :*

### *Section2 :-Ressources nécessaires à mettre en place :*

2.1-Ressources financières :

2.2-Ressources humaines :

2.3- Ressources matérielles :

3.2.1 Achat de matériaux et matières premières :

Evaluation de stock à choisir :

## **CHAPITRE II : CAPACITE D'ACCUEIL ENVISAGE**

### *Section 1 : Capacité d'accueil de l'établissement :*

-Autres :

Section 2 :-La mise en place d'un environnement convivial

Section 3 : Chronogramme d'activité

## **TROISIEME PARTIE**

### **ETUDE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET**

#### **CHAPITRE I : ETUDE FINANCIERE DU PROJET :**

Section 1 : Investissements

1.3.-Budget de trésorerie pour l'année 1 :

1-4-Fond de roulement initial

1.4.1. Besoin en fond de roulement initial :

Section 2 : Financement

Section 3 : -Les comptes de gestion et les états financiers prévisionnels

3 1 : Les comptes de gestion

-Prévision d'achat de matières premières :

-Achat prévisionnel pour l'année 1 :

3 2 : Etats financiers prévisionnels :

3.2.1-Bilan prévisionnel

3.2.2-Compte de résultat prévisionnel par nature :

Année 1

Année 2

Année 3

Année 4

Année 5

3.2.3- Flux net de trésorerie par méthode directe :

3.2.4-Marge brute d'autofinancement :

#### **CHAPITRE II : EVALUATION FINANCIERE DU PROJET :**

Section 1 : Evaluation financière suivant les outils d'évaluation :

1.2-Calcul du taux de rentabilité interne :

1.2.1- Définition :

1.2.2- Application pour le projet :

1.2.3-Interprétation :

1.3.1- Définition :

1.3.3-Interprétation :

1.4.1- Définition :

1.4.2- Application pour le projet

1.4.3-Interprétation :

Section 2 : Evaluation financière suivant les critères d'évaluation :

2.1-Pertinence :

2.2-Efficacité du projet :

2.3-Efficience du projet :

2.4-Durée de vie du projet :

Section 3:-Etudes des impacts

3.1 : Impact du projet :

Chapitre III : CADRE LOGIQUE

Section.1 : Cadre logique

Section.2 : Tableau de la cadre logique

CONCLUSION

ANNEXES

LISTES DES ANNEXES

BIBLIOGRAPHIE

**TABLE DES MATIERES**

## *LISTE DES TABLEAUX*

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tableau 1</b> Evolution du nombre des touristes dans la région Sofia : (2005-20006).....      | 16 |
| <b>Tableau 2</b> Liste des concurrents dans la région d'exploitation.....                        | 18 |
| <b>Tableau 3</b> Concurrents en dehors de la région Sofia.....                                   | 18 |
| <b>Tableau 4</b> Durée de séjour des touristes.....                                              | 22 |
| <b>Tableau 5</b> Raison du choix d'un lieu.....                                                  | 23 |
| <b>Tableau 6</b> La part de marché.....                                                          | 24 |
| <b>Tableau 7</b> Profil exigé pour le recrutement du personnel.....                              | 38 |
| <b>Tableau 8</b> Travaux de réhabilitation de la route d'accès à Bemanevika.....                 | 41 |
| <b>Tableau 9</b> Terrassement du terrain à aménager (unité : ariary).....                        | 41 |
| <b>Tableau 10</b> Travaux des constructions et d'installation de campement (unité : ariary)..... | 42 |
| <b>Tableau 11</b> Estimation de vente.....                                                       | 48 |
| <b>Tableau 12</b> Mise en place du projet.....                                                   | 50 |
| <b>Tableau 13</b> Calendrier d'activité.....                                                     | 51 |
| <b>Tableau 14</b> Infrastructure envisagé (en ariary).....                                       | 53 |
| <b>Tableau 15</b> Mobilier de bureau.....                                                        | 54 |
| <b>Tableau 16</b> Matériels professionnels1 : ustensiles (en ariary).....                        | 54 |
| <b>Tableau 17</b> Matériels professionnels2 (en ariary).....                                     | 55 |
| <b>Tableau 18</b> Coûts des matériels informatiques et consommables : (en ariary).....           | 55 |
| <b>Tableau 19</b> Récapitulation des immobilisations.....                                        | 56 |
| <b>Tableau 20</b> Tableau de trésorerie.....                                                     | 57 |
| <b>Tableau 21</b> Fonds de roulement initial.....                                                | 58 |
| <b>Tableau 22</b> Tableaux des amortissements : année 1 (en ariary).....                         | 59 |
| <b>Tableau 23</b> Tableaux des amortissements: année 2 (en ariary).....                          | 59 |
| <b>Tableau 24</b> Tableaux des amortissements : année 3 (en ariary).....                         | 59 |
| <b>Tableau 25</b> Tableaux des amortissements : année 4 (en ariary).....                         | 60 |
| <b>Tableau 26</b> Tableaux des amortissements : année 5 (en ariary).....                         | 60 |
| <b>Tableau 27</b> Tableau de financement (en ariary).....                                        | 61 |
| <b>Tableau 28</b> Tableau de remboursement des dettes (en ariary).....                           | 62 |
| <b>Tableau 29</b> Les dépenses sur la carte, le menu et le boisson : (en ariary).....            | 63 |
| <b>Tableau 30</b> Menu.....                                                                      | 64 |
| <b>Tableau 31</b> Boisson (en bouteille).....                                                    | 64 |
| <b>Tableau 32</b> Achat prévisionnel pour l'année 1 : (en millier ariary).....                   | 65 |
| <b>Tableau 33</b> Achat prévisionnel sur 5ans (en ariary).....                                   | 66 |

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tableau 34</b> L'évolution du salaire du personnel sur 5 ans.....                     | 67 |
| <b>Tableau 35</b> Calcul de charge patronale : en année 1 :.....                         | 67 |
| <b>Tableau 36</b> Les autres charges (en millier ariary).....                            | 68 |
| <b>Tableau 37</b> Les autres charges sur 5ans (en millier ariary).....                   | 69 |
| <b>Tableau 38</b> Prévision de vente en quantité pour l'année 1 en nombre.....           | 70 |
| <b>Tableau 39</b> Prévision de vente en quantité sur 5ans.....                           | 71 |
| <b>Tableau 40</b> Chiffre d'affaires prévisionnelles pour la première année.....         | 72 |
| <b>Tableau 41</b> Chiffre d'affaires prévisionnelles sur 5ans : (en millier ariary)..... | 73 |
| <b>Tableau 42</b> Chiffre d'affaires prévisionnelles pour les tentes (en ariary).....    | 74 |
| <b>Tableau 43</b> Trésorerie pour la première année.....                                 | 75 |
| <b>Tableau 44</b> Bilan d'ouverture (en ariary).....                                     | 76 |
| <b>Tableau 45</b> Bilan prévisionnel pour l'année 1 en ariary 31-12-N.....               | 77 |
| <b>Tableau 46</b> Bilan prévisionnel pour l'année 2 en ariary 31-12-N+1.....             | 78 |
| <b>Tableau 47</b> Bilan prévisionnel pour l'année 3 en ariary 31-12-N+2.....             | 79 |
| <b>Tableau 48</b> Bilan prévisionnel pour l'année 4 en ariary 31-12-N+3.....             | 80 |
| <b>Tableau 49</b> Bilan prévisionnel pour l'année 5 en ariary 31-12-N+4.....             | 81 |
| <b>Tableau 50</b> Compte de résultat par nature: (en millier ariary).....                | 82 |
| <b>Tableau 51</b> Tableau des affectations ou de répartition.....                        | 83 |
| <b>Tableau 52</b> Flux de trésorerie : (en ariary).....                                  | 84 |
| <b>Tableau 53</b> Calcul de marge brute d'autofinancement : (en ariary).....             | 85 |
| <b>Tableau 54</b> Présentation de calcul de la VAN.....                                  | 87 |
| <b>Tableau 55</b> Présentation de taux de rentabilité interne TRI:.....                  | 88 |
| <b>Tableau 56</b> (Suite du calcul du TRI.....                                           | 88 |
| <b>Tableau 57</b> Présentation de calcul de la DRCI.....                                 | 90 |
| <b>Tableau 58</b> Cadre logique du projet.....                                           | 96 |

# ***LISTE DES ABREVIATIONS***

BOA: Bank Of Africa

CNAPS : Caisse National des Prévoyances Sociales

CH.FI : Charges Financières

CH.E : Charges Exceptionnelles

DAA : Dotation Aux Amortissements

DRCI : Délai de Récupération des Capitaux Investis

FIFO: First In First Out

IP : Indice de Profitabilité

IRSA : Impôt sur le Revenu Salarial Assimilé

LMT : Long et Moyen Terme

MBA : Marge Brute d'Autofinancement

MMB : Matériel et Mobilier de Bureau

MP : Matériels professionnels

OSIE : Organisation Sanitaire Inter Entreprise

PIB : Produit Intérieur Brut

RAV : Responsable Achat et Vente

T.E : Total Encaissement

T.D : Total Décaissement

TAC : Total d'actif courant

TANC : Total d'actif non courant

TCP : Total des capitaux propres

TPNC : Total de passif non courant

TRI : Taux de Rentabilité Interne

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée

VAN : Valeur Actuelle Nette

VB : Valeur Brute

VN : Valeur nette

# INTRODUCTION

Face à la globalisation et à l'intégration régionale actuelle entre les pays voisins, emportées par l'arrivée du troisième millénaire ; le programme économique du Gouvernement avantagait une accélération des réformes structurelles et visait à apporter des améliorations institutionnelles pour consolider les finances publiques, et à établir un cadre réglementaire incitatif pour les investisseurs et encourager une meilleure utilisation des ressources. Les objectifs du Gouvernement en termes de croissance économique et d'inflation avaient été globalement atteints, en revanche la position des réserves de change de la banque centrale s'est détériorée à la suite d'une réduction de l'aide étrangère, en raison des retards dans le programme de privatisation et des faiblesses au niveau de l'impôt. Pendant les derniers mois de l'année 2002, des progrès décisifs dans ces deux domaines avaient permis de rattraper une partie du retard et de créer les conditions pour de meilleurs résultats en 2003. Nous avons remarqué aussi que le taux de croissance du produit intérieur brut réel avait atteint environ 5,09 % en 2003 grâce à une hausse de l'investissement, notamment dans le secteur immobilier et à une forte croissance dans les secteurs du commerce, et du tourisme. Dans ce cas, le Gouvernement malgache envisage d'adopter des politiques qui permettront de réhabiliter en priorité le réseau de transport ayant des impacts directs sur le développement des activités économiques, des activités touristiques et le développement en milieu rural, rééquilibrer la distribution intermodale en favorisant les moyens alternatifs de transport, maintenir la liberté de prix, désengager l'Etat dans les activités de la construction routière en développant les capacités de gestion des ressources humaines des fonctions qui resteront sous contrôle étatique, et introduire des mécanismes d'organisation et de gestion en support aux infrastructures sur le plan de tourisme en développant les activités touristiques favorisant le développement du secteur d'hébergement, de restauration et hôtellerie.

Cette année, pour atteindre un rythme de croissance élevé de l'ordre de 8 à 10% par an, le Gouvernement accentuera ses efforts sur l'extension du champ des investissements par l'instauration et le renforcement de la stabilité macroéconomique et par une plus grande ouverture et diversification de l'économie. La stratégie d'ensemble consiste à mettre en place un cadre favorable à l'émergence des dynamiques, partenariat, sous-traitance et à favoriser les secteurs à fortes potentialités. En effet, Madagascar dispose des secteurs économiques qui lui permettront d'atteindre de tels niveaux de croissance dans le moyen et le long terme.

Ce sont les secteurs porteurs comme les mines, l'industrie manufacturière tournée vers l'exportation, les ressources halieutiques, le secteur agricole notamment le secteur du tourisme, où le potentiel en matière de croissance et d'appui en devises énorme ; comme le gouvernement vise à accueillir jusqu'à 500 000 touristes étrangers. Ce dernier a besoin de la contribution de population résidente pour développer de ce secteur par la relance de cette filière.

C'est la raison pour laquelle que nous avons choisi un thème de mémoire intitulé : **« Lancement d'un projet de campement dans les aires protégées de Bemanevika : District de Bealanana, Région Sofia »**

L'objet de ce thème consiste à réaliser en priorité les objectifs sociaux de la population et de touristes dans la région SOFIA, plus précisément dans le site de Bemanevikaa (Commune rurale d'Antanagnivo-Haut. Donc, la création de ce projet dans le site de Bemanevika aura pour objet de satisfaire le besoin de la population et d'offrir aussi des emplois pour les jeunes de la région.

Comme intérêt, il demeure dans le fait que ce projet de Campement permettra au promoteur d'augmenter ses revenus ; de disposer un établissement de haut standing intéressant aussi bien les nationaux que les étrangers ; d'assurer l'hébergement des touristes ou les visiteurs au cours de leur séjour dans la région SOFIA notamment dans le site de Bemanevika où l'on trouve l'ONJY, une espèce endémique ; de créer aussi des emplois pour les jeunes de la région.

Quant à la méthodologie d'approche, nous avons adopté pour la recherche une méthode de questionnaire vis-à-vis de différentes hôtelleries et restaurations dans le district de Bealanana en vue de maîtriser la capacité d'accueil à envisager, et pour maîtriser la création et la bonne gestion du projet. Ensuite, nous avons bénéficié de consultation des ouvrages bibliographiques disponibles auprès du Ministère de Tourisme pour mieux comprendre les normes internationales en matière d'hébergement, de restauration et d'hôtellerie, et de maîtriser les conditions nécessaires environnementales de la région. Enfin, nous avons consulté les documents auprès de l'INSTAT (Institut National de la Statistique).

Pour terminer, nous allons diviser en trois grandes parties notre travail :

- La première partie intitulée **« l'identification du projet »** va essayer de présenter successivement la présentation du projet en ce qui concerne l'environnement du projet, la caractéristique du projet comme la nature, le but et l'objectif de ce projet, les intérêts envers les agents économiques et l'identification du promoteur.

Ensuite, nous étudierons le marché visé : l'analyse de l'offre de la demande et de la concurrence et en plus l'aspects marketing à adopter : la politique et la stratégie marketing envisagées du projet.

- La deuxième partie réservée à « *l'étude de faisabilité technique et organisation du projet* » comprend d'abord la technique de réalisation : c'est à dire la structure de l'entreprise nous présenterons la fonction, l'organigramme choisi et la description des tâches et responsabilités au sein de l'entité ; de plus, les différentes ressources nécessaires à mettre en place du projet, que ce soient humaines, financières et matérielle et la faisabilité technique. Puis, nous parlerons de la capacité d'accueil envisagée composée de la capacité d'accueil de l'établissement, la mise en place d'un environnement convivial et aussi le chronogramme de l'activité.
- La troisième partie traitera de « *l'étude financière et évaluation du projet* ». Elle comprend trois chapitres à savoir l'étude financière du projet, c'est à dire l'évaluation des investissement et amortissement; la recherche de financement et aussi. nous présenterons les comptes de gestion et les Etats financiers prévisionnels du projet. Ensuite, nous évaluerons le projet à l'aide d'outils, des critères d'évaluation du projet comme la valeur actuelle nette, le taux de rentabilité interne, l'indice de profitabilité, la durée de récupération des capitaux investis et se termine à l'étude des impacts. Enfin, nous entamerons le cadre logique du projet.

**P R E M I E R E   P A R T I E**  
**I D E N T I F I C A T I O N   D U   P R O J E T**

## **Introduction de la première partie**

. Comme tout le projet, la réalisation d'un projet de campement dans le site de Bemanevika exige de différentes étapes ; mais pour bien connaître ces dernières nous devons entrer beaucoup plus dans le détail ; comme nous allons voir dans la première partie « l'identification du projet » qui se divise en présentation du projet : environnement du projet ; caractéristiques du projet, identification du promoteur et en étude de marché et aspect marketing du projet : description du marché, l'étude de marché et à l'aspect marketing du projet.

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

Dans ce chapitre, nous allons présenter successivement l'historique ; l'environnement concernant la généralité de la situation géographique, l'environnement socio-économique tel que physique, économique et social ; la caractéristique du projet et l'identification du promoteur.

*Voyons tout d'abord l'historique du projet.*

### **Historique du projet**

Madagascar, un pays à vocation touristique attire de plus en plus les touristes aussi bien nationaux qu'étrangers : touristes en quête d'aventures, de découverte, de loisirs et de détente. Ces touristes sont contraints de séjourner dans des hôtels parce que les infrastructures d'accueil à Madagascar sont en majorité des hôtels et que les avantages de ces derniers sont entre autre la sécurité par l'hébergement dans une maison en « dur » ; le confort (les hôtels offrent des chambres, des appartements meublés), l'indépendance.

Dans la majeure partie des cas, les frais occasionnés par les séjours dans les hôtels sont assez élevés et ne peuvent être supportés par les touristes nationaux en particulier. Ce qui constitue un handicap majeur pour les hôtels. Désireux d'être en permanence en contact avec la nature, les touristes ne peuvent jouir du grand air dans le cas où l'hôtel n'est pas bien exposé. A cela, nous voulons instaurer un autre mode d'infrastructure d'accueil qu'est le « campement », considéré comme un moyen pour les touristes de s'imprégner d'un paysage et d'une atmosphère en pleine communication avec la nature.

A Madagascar, il n'existe pratiquement pas de terrain de campement aménagé, alors que certains touristes s'y intéressent ; en conséquence, ces derniers posent leur tente dans des endroits quelconques. Or, c'est loin d'être possible partout et cela aussi bien pour des raisons de configuration des lieux que de sécurité..

## **Section 1 : Environnement du projet**

Dans cette section, nous présenterons ci-après la généralité sur la situation géographique de la région, l'environnement socio-économique.

### *1.1- Généralité sur la situation géographique :*

La région de la SOFIA appartient à l'ex-province autonome de Mahajanga. Elle se trouve sur la côte Nord-Ouest de Madagascar. S'étendant entre 14° et 17° latitude Sud et 47° et 49° longitude Est, elle constitue un vaste territoire couvrant une superficie de 52.504 km<sup>2</sup> soit environ 8,5 % de la grande île et 33,4 % de l'ex- province.

Le chef lieu de la région, Antsohihy se situe à 440 km environ de Mahajanga, sur la route nationale N°06 qui va vers Antsiranana. La région SOFIA est composée de sept districts : Analalava, Antsohihy Bealanana, Befandriana-Avaratra, Mampikony, Mandritsara, Port-Bergé.

### *1.2-Environnement socio-économique :*

Dans cette section, nous allons voir successivement l'environnement physique, économique et social de la région d'exploitation du projet.

#### *1.2.1-Environnement physique :*

##### **❖ Relief et paysages :**

Située au pied des hautes terres et couvre sur le canal de Mozambique, la région de la SOFIA met en évidence trois ensembles bien distincts : les plateaux, la plaine et le littoral.

- *les plateaux* : il s'agit de plateaux gréseux et basaltiques, très disséqués par l'érosion et à vallées digitées portant une forêt sèche sur des sols ferrugineux lessivés ou des dalles basaltiques peu aptes aux cultures.
- *la plaine* : la zone basse, inférieure à 1 000 m d'altitude se trouve au pied du massif de Tsaratanana. A l'Est, s'étend un couloir dépressionnaire, constitué d'une mosaïque de cuvettes, de lacs et de baiboho, fortement alimenté en eau et alluvionnés périodiquement par les deux grands fleuves la loza et la Sofia.
- *la côte* : le littoral est formé par des plaines côtières qui se trouvent parsemées de formes volcaniques boisées. Les apports continentaux des fleuves ainsi que le niveau des marées y ont développé des vases salées, colonisées par la mangrove favorable au développement de la pêche.

##### **❖ écologie :**

La région est formée essentiellement par deux types de terrains : les terrains sédimentaires et les terrains cristallins.

\*Les terrains cristallins: qui constituent l'essentiel des paysages à l'intérieur de la région dont :

- le système du Vohibory, dans les districts de Port-Bergé et de Mampikony,
- le système de graphite, dans les districts de Bealanana, Befandriana Nord, de Mandritsara et une partie d'Antsohihy,
- l'infra-graphite, dans la partie Est de Bealanana, Befandriana-Avaratra, de Mandritsara,
- le granite, qui forme des collines rocheuses et se trouve surtout à Befandriana-Avaratra, Mandritsara et sur une partie de Bealanana.

\*Les terrains sédimentaires: qui couvrent la zone côtière et s'avancent même à l'intérieur pour former des plateaux à faible altitude. Parmi ces terrains sédimentaires, on peut citer :

- le néogène lacustre, qui se trouve sur la partie Est de Bealanana,
- le volcanisme néogène, dans le district de Bealanana qui forme la cuvette de l'Ankaizina,
- le volcanisme, crétacé, qui forme les plateaux : plateau de Manasamody de district d'Analalava prolongé par le plateau de Bongolava à Port-Bergé et à Mampikony,
- le jurassique, qui existe dans le district d'Analalava et d'Antsohihy,
- l'Isalo, qui traverse la région d'Analalava jusqu'à Mampikony.

#### ❖ *Climat et température :*

Climat : est de type sub-humide caractérisé par deux saisons bien distinctes, sèche de mai à octobre, humide de novembre à avril. Il varie suivant l'altitude; comme les plateaux nord étant moins arrosés et plus frais que les zones littorales. Il fait plus chaud sur les côtes que sur les plateaux.

Températures : sont assez favorables à l'agriculture. La température varie suivant le climat et l'altitude.

Elle est nettement élevée sur les zones côtières, où la température annuelle atteint 26°C. En saison sèche, elle descend jusqu'à 13°C à Bealanana qui se trouve à 1 125 m d'altitude. Elle est de 12°C à Mangindrano, au pied du massif Tsaratanana.

#### *1.2.2-Environnement économique :*

##### ❖ *Secteur agricole :*

La grande diversité de ses ressources naturelles confère à la région SOFIA, de grandes potentialités agronomiques. Dans la région, la surface cultivable est environ à 424.483 hectares et la surface cultivée est de 163.269 hectares seulement, soit 38,5% de la surface cultivable.

Sur la culture vivrière, la région a de 140.584 hectares, la rente est de 4.495 /hectares. En ce qui concerne la culture industrielle, elle occupe une surface de 7.089 hectares ; et les fruits, les légumes et autres, sont respectivement de 9.047 ha, 552 ha, 1.506 ha.

Nous allons donc citer ci-après la répartition des superficies des cultures vivrières par spéculation dans la région SOFIA :

- surface vivrière totale : 140.584 ha,
- surface manioc : 8.814 ha,
- surface patate douce : 900 ha,
- surface riz : 115.380 ha,
- surface maïs : 14.070 ha,
- surface haricot : 1.420 ha.

La riziculture constitue de loin la principale spéculation de la région, représente en moyenne 82,1 % des superficies en cultures vivrières. Vient en deuxième position maïs de loin après le riz, le maïs avec 10 % des superficies, en moyenne 14 % à Bealanana et Mandritsara et 11 % à Port-Bergé.

#### ❖ *Couverture forestière de la région :*

La végétation de la région SOFIA est constituée de forêts denses ombrophiles, de savoka, de savanes herbeuses, de forêts denses caducifoliées, des savanes arbustives et de mangroves aux embouchures des fleuves.

La couverture forestière totale de la région est évaluée à 2.046.500 hectares, soit une couverture forestière de 39 % de la superficie totale de la région, elle constitue 47 % environ des formations forestières de l'ensemble de l'ex-province de Mahajanga.

#### ❖ *Domaines forestiers de la région :*

Ces formations forestières de la région se divisent en forêts naturelles représentant 72 % de la couverture forestière totale, 9 domaines forestiers classés (16 %), 5 réserves spéciales (12 %) et 2 réserves forestières (4 %). Cette formation forestière est riche en flore et faune endémiques comme l'ONJY dans le site de Bemanavika qui est la raison d'être de notre projet . Dans ce forêt, il existe plusieurs animaux, à savoir des animaux protégés et des animaux nuisibles comme Lambodia, kary, jaboady, vontsira, papango et fanihy.

### *1.2.3-Environnement social :*

#### *❖ Population et démographie :*

Dans la région SOFIA, le nombre total de la population est de 810.397 habitants, soit 49,6 % de la population de l'ensemble de l'ex-province de Mahajanga. La densité moyenne de la population est de 15,4 habitants au km<sup>2</sup>. Cette population est inégalement répartie dans l'ensemble de la région. La plus forte concentration se trouve à Antsohihy avec 21,2 habitants au km<sup>2</sup>, et la plus faible se trouve à Analalava à 8,4 habitants au km<sup>2</sup>. Pour le district de Port-Bergé, est de 7,4 habitants.

#### *❖ Natalité et mortalité :*

Natalité : Dans l'ensemble de la région, les taux de fécondité des femmes sont presque les mêmes, il en est de même pour les taux de natalité qui sont d'ailleurs inférieurs au taux de natalité national qui est de 4,5 % en 1990 et de 4,33 % en 1992. A moins d'admettre que les taux de natalité de la région sont inférieurs à la moyenne nationale, il faut conclure qu'il y a eu sous déclaration des naissances due à l'absence de la sensibilisation et à la difficulté de rejoindre la mairie. .

Mortalité : De tels taux de mortalité sont tout à fait irréalistes et signifient simplement que les décès n'ont pas été déclarés aux agents de recensement général par habitant. Cependant, l'environnement sanitaire à l'échelle régionale manifeste un taux de morbidité exprimé par la fréquence des cas de maladies graves. La précarité des conditions sanitaires des populations en général et des enfants en particulier, dénonce une faible couverture sanitaire, notamment dans les zones rurales, souvent les plus vulnérables, malgré la présence ponctuelle, plus ou moins soutenue des ONGs.

## **Section 2 : Caractéristique du projet :**

### Exposé des motifs

La région SOFIA attire de plus en plus de touristes locaux mais les touristes étrangers commencent également à se ruer vers cette destination. En effet, cette région a tout le potentiel et tous les atouts pour devenir l'une des plus grandes localités touristiques de l'île en particulier le district de Bealanana notamment le lac rouge dans le village de Bemanevika qui abrite « ONJY », une espèce endémique.

Les raisons qui nous ont amené à implanter notre campement à Bemanevika sont, d'une part le nombre de touristes visitant cette région qui ne cesse de croître d'années en années

compte tenu de l'amélioration de route national N06, et d'autre part, nous voulons offrir aux touristes l'originalité et la potentialité des ressources notamment en flore et faune de notre village d'accueil.

En effet,

Les personnes habituées aux villages de vacances, aux hôtels en plein air ou aux résidences locatives trouveront un réel intérêt à la pratique du camping

L'hôtellerie de plein air offre un contact direct avec la nature grâce à une parfaite intégration des installations dans le paysage environnant.

Les caractéristiques que nous développerons maintenant sont la définition, la nature, le but et l'objectif du projet envers les agents économiques de cette commune et aussi l'intérêt du projet dans la vie de la population locale, de la région d'exploitation.

### **2.1 :- Définition du projet**

C'est l'ensemble des actions ou activités à entreprendre qui visent à répondre et à satisfaire les besoins de la clientèle et au population dans le lieu ou zone d'intervention.

### **2 2 :- Nature du projet :**

En tant qu'entreprise, elle cherche de profit pour ses activités. Donc, de nature commerciale car toutes les activités réalisées sont payantes, donc, à but lucratif et comme notre mission c'est de donner aux clients tous les services touristiques, à savoir de -l'hébergement des visiteurs veulent passer leurs séjour dans notre Campement en implantant des tentes et ses fournitures de qualité et de sécurité ; -restauration en différents menu et gastronomie nationale que étrangère pour pouvoir répondre au besoins des clients -et le snack-bar offrant différent type de boissons locaux que étrangers dans un environnement convivial et en plein contact avec la nature.

Pour cela, nous offrons au visiteur :

#### **2 2 1 Hébergement**

Elle dépend des infrastructures, des besoins des clients et du montant des investissements réalisés dans la région d'exploitation. Dans notre cas, nous avons besoin d'une superficie de 1ha, nous disposons pour le commencement, 5 tentes pour 4 personnes chacune, équipées de deux lit pour deux personnes chacun; 4 douches (2 pour homme et 2 pour femme) avec eau froide et chaude, deux W.C. communs. Son prix est de Ar30.000 par nuit pour les étrangers et Ar15.000 pour les citoyens Malagasy (mais en fonction décroissante d'effectif dans un groupe ou une équipe). Nous pouvons donc accueillir 20 personnes par nuit.

Nous remarquons que le prix de ces tentes est valable pour une durée de 24 heures et qui varie de Ar15.000 à Ar30.000 par personne. Et pour le séjour plus d'une semaine, les clients obtiennent de réduction jusqu'à 10 %.

### 2 2 2 : Restauration:

Pour la restauration ou la consommation sur place sert du repas régulier aux consommateurs tout ce qu'ils veulent. Elle sert du repas et de boisson à consommer sur place, à emporter ou à livrer à leur clientèle quelque soit la formule demandée et la forme du service adopté. Dans ce type d'activité, les consommateurs doivent être informés préalablement à l'acte de consommation et le prix du menu. Les cartes et boissons doivent être disponibles pour chaque client avant la consommation. Les prix et les produits sont affichés dans la carte donc les consommateurs doivent la consulter avant d'être passé leur commande. La restauration propose à leurs clients des spécialités différentes :

-*comme des gastronomies malgaches* : juste un plat du riz avec de la viande ou poisson ou volaille, de Ar4000 à Ar6000.

-*cuisine française et européenne* : du menu complet (ord œuvre, plat de résistance et dessert) qui est beaucoup cher entre Ar8000 à Ar10000.

Tous les jours, l'établissement prépare à la clientèle du petit déjeuner, déjeuner et dîner qui sont bien respectés la règle d'hygiène et répondus aux exigences de consommateur.

### 2 2 .3-Snack Bar :

Le snack bar propose à leurs clients de brochette, boulette, baigné de crevette et de piment, de grillade,.....

Pour l'établissement, ce type d'activité est rattaché au restaurant c'est-à-dire que le bar et le restaurant se présentent dans une même salle, qui est fabriquée en herbe locale séchée (manevika), sans mûr mais juste le toit avec ses piliers(que l'on appelle sallée), permet aux clients de s'imprégner d'un paysage et d'une atmosphère en pleine communication avec la nature .

Le bar est ravitaillé par des boissons hygiéniques et alcooliques locaux et importés. Il existe des jus (Produits Star ou Tiko, naturels), de sirop (Menthe, Fraise, Orange.....), des vins (Lazan'i Betsileo, Grand cru, Soavita....), du rhum, des bières (THB, GOLD), des whisky (J&B et Johnnie walker, Vodka...), du champagne.

A la fin de ce chapitre on peut dire que le choix d'implanter un Campement dans le site de Bemanevika correspond aux contextes économiques, environnementaux locale et régionale. L'identification des principales activités de ce projet a permis de mettre en exergue les facteurs à prendre en compte pour la suite de l'étude de faisabilité de sa réalisation.

### **2 3 :- But et objectif :**

#### **2 3 1 : But du projet**

Le but de notre projet est de devenir une grande entreprise dans le site de Bemanevika, dans le district de Bealanana, dans la région Sofia, de même dans la province de Mahajanga toute entière. Pour atteindre ce but, nous avons besoin des stratégies pour satisfaire et garder les clients, à savoir de :

- la reconnaissance des clients potentiels surtout les étrangers,
- l'amélioration de qualité de service et des produits offerts,
- l'amélioration de relation entre le vendeur et les clients,

#### **2 3 2 : Objectifs**

Les objectifs que nous allons fixer doivent cadrer avec le plan directeur touristique de Madagascar.

##### **a. Objectif généraux**

Les objectifs généraux à atteindre sont de :

- ☐ Promouvoir le développement touristique de Madagascar
- ☐ Protéger et de sauvegarder l'environnement du pays et l'identité socioculturelle du peuple.
- ☐ Créer des produits touristiques de qualité
- ☐ Développer l'économie nationale par les recettes en devises
- ☐ Faire du tourisme un levier de développement durable aux bénéfices directs par des communautés villageoises : création d'emploi

##### **b. Objectifs spécifiques :**

Les objectifs spécifiques à atteindre sont de :

- ☐ Viser la rentabilité c'est-à-dire que les investissements effectués seront récompensés.
- ☐ Satisfaire au maximum les clients en leur assurant la sécurité et le confort.
- ☐ Minimiser le frais de séjour pour qu'ils soient accessibles à toute catégorie de personnes.
- ☐ Maintenir la cellule familiale c'est-à-dire de renforcer le « Fihavanana » par l'organisation d'une sortie en famille

## **2.4- Intérêt du projet :**

Dans notre cas, à part les avantages qu'apporte directement le projet au promoteur, ce projet de campement participe également au développement de la région Sofia, surtout de la commune d'Antananivo-haut y compris le village de Bemanevika, qui abrite l'espèce endémique « ONJY » raison d'être de notre projet et entraîne une évolution non seulement sur le plan social mais aussi pour les agents économiques qui l'entourent.

Pour cela, ce projet permet :

- pour les clients, d'obtenir de la satisfaction vis-à-vis des produits offerts,
- pour les fournisseurs, d'accroître sa vente et son chiffre d'affaires,
- pour l'Etat, d'augmenter sa caisse à l'aide du paiement des droits, des taxes et impôts comme, la TVA (Taxe sur la Valeur Ajoutée), l'IRSA (Impôt sur le Revenu Salarial Assimilé),
- pour les jeunes de la commune d'Anivorano-Haut, la création d'emploi pouvant diminuer le taux de chômage et les actes de banditismes
- pour la population locale, l'amélioration du niveau de vie due à l'augmentation de volume de vente des produits agricoles que artisanaux (Tsihy, panier ...etc.).

## ***Section 3 : Identification de promoteur du projet***

### 3.1 : Constitution et localisation du projet

#### 3 1 1 : Dénomination social

Comme toutes les sociétés et entreprises existantes ayant leurs identités et dénomination, nous choisissons « MILAMINA CAMPING ». Cette dénomination est lisible et mémorisable. Elle évoque l'ordre, la satisfaction, le plaisir de jouir pleinement de la nature.

#### 3 1 2 : Siège social

Le siège social de la société « MILAMINA CAMPING » se trouve à Ambanidia et le Campement se situe à Bemanevika, notamment 800m du lac rouge qu'on peut se trouver l'ONJY, commune rurale d'Antananivo-haut, district de Bealanana, région Sofia, ex-province de Mahajanga

### 3 1 3 : Forme juridique

Dans notre cas, nous choisissons « l'entreprise individuelle »

C'est la forme juridique la plus simple créée par une seule personne, sans statut, sans capital social, sans associé, existant par le seul fait de l'immatriculation au département compétent

#### **a)-Spécificités**

Facile, immédiate, concrète puisque propriété et gestion de l'entreprise sont, dans ce cas, entièrement confondues sur un seul homme, cette forme juridique a aussi ses limites logiques.

#### **b)-Limite**

Le droit malagasy ne fait pas de différence entre patrimoine personnel et patrimoine de l'entreprise. Autrement dit, en cas de faillite, les créanciers sont en droit de saisir les biens affectés à l'entreprise,

### 3 1 4 : Investissement nécessaire

Nous devons avoir besoin de Ar91 890.000 pour pouvoir réaliser ce projet.

Pour cela, ce montant se répartit d'apport en capital du gérant propriétaire de Ar19 410.000 et à financer de Ar72 480.000. Cela explique que nous avons encore besoin de ce dernier auprès des institutions financières. Donc, nous avons besoin d'une collaboration avec la banque. Pour cela, nous choisissons la banque BOA avec taux d'emprunt de 18% remboursable au cours de 5 ans.

## **CHAPITRE II : ETUDE DU MARCHE ET ASPECTS MARKETING A ADOPTER**

Dans ce chapitre, nous présenterons tout d'abord la description du marché cible, notamment la définition du marché, le domaine de création du projet, les clientèles cibles et la part de marché visé. Ensuite, nous étudierons le marché dans la région d'exploitation surtout l'analyse de la demande et de l'offre, et de la concurrence. Enfin, nous déterminerons la stratégie et la politique marketing à adopter.

### **Section 1 :-La description du marché**

Elle nous amène à définir le marché, à étudier le domaine de création, la clientèle cible et la part de marché visé.

#### **1.1-Définition du marché :**

C'est le point ou lieu de rencontre entre l'offre (le prestataire de service : « le camping ») et la demande (la clientèle cible : Touristes et chercheurs nationaux et étrangers).

#### **1.2-Domaine de création. du projet :**

Le domaine de création du projet se trouve dans la zone de Bemanevika, district de Bealanana, région Sofia. Ce choix n'est pas le fait du hasard mais dans cette zone, il a la découverte de l'ONJY, une espèce endémique, pouvant attirer des touristes et des chercheurs (scientifiques, étudiants) ; et aussi l'absence d'infrastructure d'accueil, de restauration et d'hôtellerie réservée pour les touristes ; nous a permis de choisir comme lieu d'exploitation du projet la zone de Bemanevika en vue de satisfaire les besoins de la population, des touristes et des chercheurs désirant visiter la région Sofia.

#### **1.3-Clientèle cible :**

Les clients cibles sont les touristes et les chercheurs nationaux et étrangers. Nous ciblons aussi la population locale dans la région Sofia (étudiant, élève et même les associations...etc.). Et sur la part du marché, le projet vise jusqu'à 30 % pour les clients nationales, 50 % pour les clients étrangers et 20 % pour les clients résidents dans la région d'exploitation.

### **A: Etude de marché dans la région d'exploitation**

Cette étude nous permet d'analyser la demande, l'offre et la concurrence dans la région d'exploitation du projet.

### ***.1-Analyse de la demande :***

Elle est indispensable avant de créer ce projet dans la région de Bemanevika . Elle nous permet d'estimer le volume de la demande et le besoin des clients de la région d'exploitation. Donc, pour bien maîtriser le marché, il convient de déterminer le besoin réel des clients et d'étudier la situation globale de la demande dans la région Sofia.

#### ***❖ Identification de la clientèle***

Pour ce faire, un petit sondage nous a permis d'identifier les consommateurs absolus qui sont les touristes nationales que les étrangers. Vu l'insuffisance des infrastructures sur le plan de tourisme notamment d'accueil dans la région Sofia, les touristes doivent être obligés de rester dans la capitale d'Antananarivo ou de promener dans les autres régions. Pour maîtriser la demande, il est nécessaire d'analyser la situation globale de la demande dans la région et les besoins des touristes.

#### ***❖ Estimation globale de la demande dans la région :***

Selon une enquête réalisée dans la région Sofia, le nombre des touristes ne cesse d'augmenter chaque année mais les problèmes que le nombre des infrastructures est insuffisant surtout sur le plan d'accueil, d'hôtelier et restaurant et aussi routier qui entraîne la fuite des touristes dans la région.

Donc, pour analyser la situation globale de la demande de la région Sofia, nous avons besoin d'étudier les situations globales annuelles des touristes de la région pour les années 2005, 2006.

***Tableau 1.*** Evolution du nombre des touristes dans la région SOFIA : (2005-2006)

| <b>Origine des touristes</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>Augmentation</b> |
|------------------------------|-------------|-------------|---------------------|
| Malagasy                     | 246         | 734         | 488                 |
| Belge                        | 17          | 138         | 121                 |
| Français                     | 120         | 1840        | 1720                |
| Italienne                    | 29          | 110         | 81                  |
| Suisse                       | 21          | 108         | 87                  |
| Autres                       | 22          | 441         | 419                 |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>465</b>  | <b>3371</b> | <b>2906</b>         |

***Source : Ministère du Tourisme, Année 2006***

D'après ce tableau, nous avons constaté que la plupart des touristes dans la région Sofia sont des Français s'élèvent à 1840 touristes (54,58% par rapport au nombre de visiteurs dans la région Sofia) puis les malgaches qui s'élèvent aussi à 734 touristes (21,77% par rapport au nombre de visiteurs). En 2005, le nombre de touristes dans la région Sofia est de 465 touristes.

Ce nombre s'hausse de 2906 touristes en 2006 à cause de la construction de route vers le nord de Madagascar.

## ***.2- Analyse de l'offre :***

### ***❖ Structure de l'offre***

Cette analyse nous permet d'estimer la qualité et la quantité de l'offre locale dans la région d'exploitation du projet. Dans ce cas, la descente sur terrain dans la région Sofia nous permet de connaître le nombre exact des touristes chaque année.

### ***❖ Offre sur le plan Géographique***

Selon des enquêtes effectuées auprès de la Direction Régionale de Tourismes dans le chef lieu de région, la situation de l'offre locale n'est pas encore saturée car il n'existe pas encore des infrastructures sur le plan de tourismes surtout du tourisme de découvert et d'hôtellerie en plein air dans la région Sofia.

De plus, cette région et notamment la zone de Bemanevika a tout le potentiel et tous les atouts en ressources :

-Socioculturelles, Car elle possède une richesse culturelle propre à elle-même, les us et coutumes entre autre et sa population accueillante.

-Naturelles, c'est un véritable monde de la nature car elle présente une abondance de faune et flore, ainsi que de rares espèces endémiques (ONJY, HAIHAY, etc.)°

Il est possible d'associer tourisme d'aventure et découvert en un seul séjour. Donc ce sont des opportunités pour le campement.

## ***.3- Analyse de la concurrence :***

Analyser la concurrence présuppose l'étude successive des concurrents dans la région d'exploitation et ceux en dehors de cette région. Voyons tout d'abord les concurrents dans la région d'exploitation.

### ***❖ Concurrents dans la région d'exploitation :***

Durant la descente sur terrain dans la région Sofia et plus précisément dans le lieu d'exploitation du projet village de Bemanevika (district de Bealanana), nous avons remarqué qu'il n'y a pas encore des concurrents qui se trouvent dans cet endroit surtout en infrastructure d'accueil touristique sauf les restaurants comme les hôtels Gasy.

Il s'agit de Tsimanavaka et de Tsarafandray mais le problème c'est la qualité de service et de repas. Ces concurrents ne s'ouvrent que le jour du marché (jeudi).

Nous allons présenter dans le tableau ci-après les concurrents dans la région d'exploitation du projet

***Tableau 2. Liste des concurrents dans la région d'exploitation :***

| Rubriques    | Localisation | Services proposés | Nombre de chambre |
|--------------|--------------|-------------------|-------------------|
| Tsimanavaka  | Bemanevika   | Chambre et repas  | 05                |
| Tsarafandray | Bemanevika   | Chambre et repas  | 06                |

*Source : Enquête du promoteur, décembre 2007*

Ce tableau nous présente les concurrents dans la région d'exploitation. Pour cela, nous avons remarqué que le service proposé est encore insuffisant par rapport aux besoins des clients notamment les clients étrangers. Alors que les clients surtout les étrangers exigent de la qualité, de la professionnalisme pour qu'ils puissent avoir le maximum de satisfaction.

Abordons maintenant les concurrents en dehors de la région.

❖ Concurrents en dehors de la région :

En dehors de la région d'exploitation, c'est à dire dans la région Sava et Diana, il existe des concurrents en matière d'infrastructure de tourisme mais en nombre insuffisant. Il s'agit d'Andilana Buch qui se trouvent dans la ville de Nosy-be et Zahmotel dans la ville de Majunga.

Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-après la liste des concurrents avec le lieu d'exploitation.

**Tableau 3.** Concurrents en dehors de la région SOFIA : (En Ariary)

| om des restaurants | Localisation      | Prix de menu    | Nombre de chambre |
|--------------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| Zahamotel          | Mahajanga (Boeny) | 12.000 à 14.000 | 23                |
| Andilana Buch      | Nosy-Be (Diana)   | 15.000 à 20.000 | 26                |

*Source : Enquête du promoteur, Décembre 2007*

Ce tableau nous présente le prix unitaire de menu des concurrents en dehors de la région SOFIA c'est-à-dire que dans la région Boeny et Diana. Et nous avons remarqué que les prix de menu varient entre Ar 12.000 à Ar 20.000. Pour cela, le menu des restaurants Andilana Buch est plus cher que Zahamotel dans la ville de Mahajanga.

## **B: Etude de marché**

Elle nous permet de collecter des informations qui ont obtenues par :

- Enquête : pratique courante, qui nous a permis de connaître les opinions, les motivations, les attitudes et les comportements des clients cibles.
- Consultation de document et de dossiers auprès du ministère du tourisme et de l'institut national de la statistique (INSTAT)

- Descente sur terrain qui nous a permis de collecter des informations complémentaires et indispensables à la réalisation du projet.
- Des recherches ont été également effectuées sur internet.

### **.1 : Dépouillement des questionnaires**

Il s'agit d'une enquête faite auprès de 4 agences de voyage et 4 tours opérateurs de la capitale. La validité et la précision de l'estimation dépendent alors des procédures d'échantillonnage choisies. Dans notre cas, on procède à une enquête auprès des responsables tourisms des agences de voyages et tours opérateurs pour pouvoir obtenir des informations claire et fiable (Le questionnaire est montré à l'annexe)

### **.2 Résultat de l'enquête:**

D'après l'enquête, les résultats sont synthétisés comme suit :

➤ **Profession :**

-En activité : 69%

-Etudiant : 15%

-Retraité : 6%

Source : enquête du promoteur

La grande majorité éprouve le besoin de quitter la ville pour se reposer et pour respirer de l'air pur.

➤ Motif de désintéressement à l'évasion de la ville

-Moyens financiers : 42%

-Moyens de locomotion : 31%

-Sécurité : 20%

-Confort : 07%

Source : enquête du promoteur

Si beaucoup désire évader de la ville, nombreux sont ceux qui n'ont pas la possibilité financière ou les moyens de locomotion.

L'insécurité qui ne cesse de prendre de l'ampleur ces dernières années freine également le développement des campings.

Le confort est aussi le refus du choix de camping.

➤ Période :

-Grandes vacances : 38%

-Week-end : 31%

-Jours fériés : 23%

-Jours ouvrables : 8%

Source : enquête du promoteur

On constate que la plupart des gens partent pour faire du tourisme pendant les grandes vacances

Vient après durant le week-end et les jours fériés

➤ Lieu :

- Campagne : 37%

- Cote : 36%

- Périphérie : 27%

Source : enquête du promoteur

On a constaté entièrement que l'insuffisance de moyens financiers et de moyen de locomotion constitue pour la plupart des gens, les principaux freins à l'évasion de la ville. C'est la raison pour laquelle certaines personnes partent en vacances, généralement pendant le week-end et les jours fériés, à la campagne ou dans les villes périphériques de Tanannarive.

Cependant, ceux qui ont les moyens ne se privent pas de rejoindre les côtes.

Le résultat de notre enquête révèle qu'ils restent surtout pendant la période de grandes vacances

➤ Axe routier :

- RN2 Tamatave : 28%
- RN4 Mahajanga : 24%
- RN1 Tsiroanimandidy : 15%
- RN7 Tuléar : 14%
- RN6 Antsiranana : 11%
- RN3 Anjozorobe : 8%

➤ Raison du choix :

- Bon état de la route : 33%
- Tranquillité : 32%
- Nombre de sites à découvrir : 22%
- Autres : 13%

Source : enquête du promoteur

D'après l'enquête que nous avons réalisée, dans le choix de l'axe à l'évasion de la ville, la RN2 : Tamatave figure en première position. Ainsi 28% des touristes préfèrent cette destination.

Vient ensuite, la ville de Mahajanga avec un taux de 24%. 15% ont opté pour Tsiroanimandidy, 14% pour Tuléar et 8% pour Anjozorobe.

Le choix de la destination dépend selon eux avant tout l'état de la route, de la tranquillité mais aussi de l'existence de nombreux sites à découvrir.

D'autres raisons font que certaines personnes choisissent d'autres endroits : existence d'un site balnéaire, climat, paysage, environnement, proximité de la ville, visite familiale,

➤ Déplacement :

- En groupe (\*) : 50%

-En famille : 40%

-En couple : 10%

(\*) Groupe de famille, individuel, amis, colonie de vacances, chorale, association...

Source : enquête du promoteur

Si la plupart du temps, les gens se déplacent en groupe (50% de l'enquête le prouve), cela ne signifie nullement que les sorties en famille ne seraient pas appréciées.

Pour le déplacement en couple, le pourcentage est un peu moins élevé (10%) que celui des sorties en famille qui est de 40%.

➤ Durée de séjour :

Pour beaucoup de personnes, c'est après avoir reconnu les limites possibles de leur budget que la durée de séjour sera déterminée. Ceci leur

Permet d'éviter les mauvaises surprises sur le plan financier aussi bien pendant le séjour que lors du retour

**Tableau n° 4** *Durée séjour des touristes de*

| SEJOUR         | POURCENTAGE |
|----------------|-------------|
| -1 à 7 jours   | 81%         |
| -8 à 15 jours  | 12%         |
| -15 à 30 jours | 6%          |
| -+de 30 jours  | 1%          |

Source : enquête du promoteur

Ici, on constate que dans la majeure partie des cas (81%), la durée de séjour n'excède pas une semaine. Ceci s'explique par le faible pouvoir d'achat des touristes que nous avons déjà évoqué précédemment.

➤ Lieu de séjour :

-Maison de campagne/familiale : 47%

-Hotél : 38%

-Camping : 15%

Source : enquête du promoteur

Nombreux sont ceux qui préfèrent passer le week-end ou les vacances dans leur maison familiale. Celle-ci constitue pour eux un avantage compte tenu des frais d'hôtel très élevé. Pour ceux qui n'en possèdent pas, ils n'ont pas les choix. Ils doivent aller à l'hôtel.

Que ce soit par goût ou pour faire des économies ou simplement aller à l'aventure, le camping sauvage pour certains est une toute autre formule d'hébergement même si la pratique demeure risquée et nouvelle

- Raison de l'intérêt à la mise en place d'un projet de campement dans le site de Bemanevika

**Tableau n° 5:** Raison du choix d'un lieu

| <u>INTERÊT</u> | <u>RAISONS</u>                               | <u>POURCENTAGE</u> |
|----------------|----------------------------------------------|--------------------|
| Entièrement    | Détente                                      | 36%                |
|                | Sortie de l'ordinaire                        | 25%                |
|                | Découverte                                   | 14%                |
|                | Aventure                                     | 14%                |
|                | Curiosité                                    | 7%                 |
|                | Autres                                       | 4%                 |
| Cela dépend    | Moyen financier                              | 15%                |
|                | Organisation, activité                       | 10%                |
|                | Transport                                    | 10%                |
|                | Paysage, environnement                       | 5%                 |
|                | Frais d'hébergement et frais de restauration | 11%                |
| Pas du tout    | Moyen financier                              | 52%                |
|                | Moyen de locomotion                          | 20%                |
|                | Sécurité                                     | 20%                |
|                | Autres (confort)                             | 8%                 |

Source : enquête du promoteur

Les raisons du choix négatif ou positif pour la mise en place d'un campement dans le site de Bemanevika varient souvent le catégorie personnes.

Pour les uns, c'est un autre moyen de se détendre, du faire du tourisme de découverte ou tout simplement d'aller à l'aventure. Et pour les autres, c'est la curiosité et/ou le besoin de sortir de l'ordinaire qui les pousse à accepter cet aménagement.

La décision, chez les autres personnes est conditionnée par leurs moyens financiers et leurs moyens de locomotion, par l'organisation et l'activité de la société.

Le désintéressement vient principalement du problème de confort et de sécurité.

D'après notre enquête sur ce projet, 51% ne prononcent pas avec exactitude, 35% s'y intéressent entièrement et 14% pas du tout.

### **.3 Détermination de la part de marché**

Vu les résultat de l'enquête faites auprès des professionnels du secteur touristique, nous pouvons résumer comme suit la part de marché attendu.

Nous allons présenter ci-dessous le tableau faisant ressortir notre capacité d'absorption sur le marché.

**Tableau n°6.** La part de marché :

| <b>Rubriques</b>           | <b>Part de marché</b> |
|----------------------------|-----------------------|
| <b><i>Notre projet</i></b> |                       |
| -Clients nationales        | 30 %                  |
| -Clients étrangers         | 50 %                  |
| <b><i>Autres</i></b>       | 20 %                  |

***Source : Enquête du promoteur***

D'après ce tableau, nous avons constaté que le projet domine, en accaparant jusqu'à 50 % du marché global, pour les clients étrangers qui sont les clients potentiels du projet. Cela veut dire que la population locale dans la région est encore moins intéressée car elle représente seulement le 20% du part de marché. Mais cela dépendra objectivement de notre politique et de notre stratégie d'exploitation.

## **Section 2: Aspect marketing du projet**

Après l'étude du marché dans la région d'exploitation, c'est à dire l'analyse de la demande, de l'offre et de la concurrence, il est nécessaire aussi d'analyser la stratégie et la politique marketing envisagé sur le marché.

Pour ce faire, nous envisageons déjà comment améliorer et déterminer la meilleure qualité de service rendu aux clients, sa distribution, sa communication et sa promotion pour atteindre les objectifs visés sur le marché. Dans cette section, nous allons voir successivement la théorie sur les stratégies, la stratégie marketing à adopter.

### ***2.1 Théories sur les stratégies***

Trois stratégies seront entreprises, à savoir de :

- ❖ La stratégie « push » ;
- ❖ La stratégie « pull ».
- ❖ Stratégie marketing Mix

#### **2.1.1 Stratégie « push » et « pull » :**

##### **❖ Push :**

Elle consiste à faire pousser les produits vers les clients, c'est à dire que l'entité assure la présentation des produits et/ou services auprès des clients. Elle s'appuie essentiellement sur les avantages offerts aux nouveaux clients.

Schéma : 01 : Stratégie push



❖ **Pull :**

En revanche, la stratégie « pull » consiste à faire attirer les clients vers l'entité à l'aide des conditionnements des produits proposés. Pour cela, les éléments moteurs principaux sont la politique de communication et de la promotion. En principe, la stratégie « pull » est plus avantageuse par rapport à la stratégie « push » pour la publicité où elle donne une plus grande indépendance vis-à-vis des dépenses sur le déplacement mais elle n'est pas toujours applicable parce que soit elle exige de gros moyens financiers soit elle nécessite une certaine qualité des produits.

Schéma : 02 : Stratégie pull



21.2 Stratégie marketing Mix:

Elle comporte la politique sur le produit, sur le prix, sur la distribution et sur la communication et la promotion.

***2.2-Stratégie à appliquer pour le projet :***

Parmi les stratégies citées ci-dessus, deux stratégies seront entreprises, à savoir de :

- ❖ Stratégie push à dominante pull ;
- ❖ Stratégie marketing mix.

2.2.1-Stratégie push à dominante pull :

Parmi les deux stratégies citées ci-dessus, nous avons choisi la stratégie push à dominante pull pour minimiser les dépenses sur le déplacement. C'est-à-dire qu'une fois le produit est présenté à la portée des consommateurs, on s'efforce également à la mise au norme : conditionnement, conception de produit pour que le visiteur devienne attirer

2.2.2 Marketing Mix

Dans notre cas, nous avons appliqué la politique des produits, de prix, de distribution, de communication et de promotion.

❖ ***Politique de produit :***

Dans notre cas, la politique de produits a pour objet d'améliorer la position du projet ou de l'entité sur le marché. Donc, nous avons besoin comme politique les éléments suivants :

▪ ***Les caractéristiques techniques***

Elles doivent être bien adaptées aux fonctions que le produit doit remplir. En plus, elles doivent entraîner les coûts de production minimum. Par ailleurs, les améliorations apportées aux caractéristiques techniques peuvent renforcer la compétitivité de l'entité vis-à-vis de ses concurrents.

▪ ***La qualité de produit***

Il ne faut pas oublier qu'il existe souvent une relation psychologique entre la qualité et le prix, mais le prix d'un produit ou d'un service est en fonction de la qualité apportée. Donc, il est nécessaire d'améliorer le conditionnement de produit et la qualité des services rendus avec les clients.

▪ ***La marque commerciale***

Pour distinguer les produits avec les autres producteurs, il est indispensable de mettre en place une marque commerciale avec les produits en vue de faciliter le service de publicité d'un produit.

Donc, la marque commerciale joue un rôle très important car elle permet d'identifier le produit et sert la base aux actions publicitaires du projet. En plus, le projet doit tenir compte l'image de marque de ses produits.

Si l'image de marque est prestigieuse, ce projet ne pourra pas commercialiser de produit à de prix trop bas sans risque de détruire son image. C'est ce qui explique l'utilisation de sous marques pour élargir la vente à des nouvelles couches de clientèle.

▪ ***Le service***

Il consiste en effet, à faciliter l'utilisation de produit c'est-à-dire que notre objectif est de satisfaire les clients au moment de l'achat.

❖ ***Politique de prix :***

Le prix est un élément essentiel du positionnement d'un produit par rapport à la concurrence. Donc, nous avons besoin la procédure de fixation de prix à partir de l'analyse des facteurs externes et internes du projet.

Pour cela, cette fixation est en fonction de pouvoir d'achat des clients mais n'arrive pas à la perte de l'entité. Alors, il est indispensable d'analyser ou d'étudier la marge bénéficiaire du projet à chaque gamme de produit.

### ❖ *Politique de distribution :*

Un canal de distribution est la combinaison des intermédiaires utilisés par un producteur pour rendre disponible son produit sur un marché de consommation finale ou d'utilisation industrielle. En général, l'intérêt du producteur est de pouvoir atteindre le consommateur à travers un réseau d'intermédiaire le plus court possible.

En effet, les frais de distribution ; les difficultés du contrôle ; le prix ; ... sont fonction croissantes de la longueur du réseau. La distribution est l'ensemble des opérations ou des activités s'exerçant depuis l'entrée du produit fini dans le magasin de stockage du producteur jusqu'à la livraison aux consommateurs ou l'utilisateur final.

La politique de distribution consiste à mettre à la disposition du client le service que nous allons offrir, pour :

- assurer la présence permanente du produit au point de vente
- limiter le stock roulant qui constitue une charge bloquante
- réduire au minimum les frais qui grèvent le prix de revient

L'acheminement de ce service se définit par un processus de distribution qui se présente en 2 circuits différentes mais complémentaires

#### ➤ Circuit direct :

**Prestataire de service → Clients**

Les visiteurs viennent directement au camp et peuvent consulter nos prestations grâce au bouche à oreille ou en consultant notre site web sans passer par les professionnels ou agences des voyages.

#### ➤ Circuit long

**Prestataire → Intermédiaires → Clients**

Les touristes viennent par l'intermédiaire des agences de voyage. Ces derniers nous aident à trouver des clients en présentant les services et les prestataires offerts par notre société à travers les brochures que nous allons concevoir après l'achèvement de tous les travaux d'aménagement.

Les agences de voyage et les tours opérateurs seront rémunérés par des commissions selon leur vente.

L'autre circuit de distribution de notre produit se fera en collaboration avec l'Office Régional de SOFIA et l'office national du Tourisme.

La rémunération des intermédiaires s'effectue en commission de 10% de sa vente.

Pour faire cette distribution, on utilise le circuit qui varie selon le marché (taille) ; produit (type) ; intermédiaire (potentiel) et administrations (règles). Dans notre cas, nous utiliserons la stratégie intensive pour toucher le maximum de clients. Mais comme on a fait de service, ***il n'y a pas des intermédiaires*** ; c'est un circuit de distribution directe.

#### **❖ Politique de promotion et de communication :**

La promotion a pour rôle de mettre en contact permanent par le biais d'un canal de l'entité et sa clientèle en communiquant un message ; c'est l'information tandis que la communication concerne l'ensemble des actions permettant de faire connaître les produits.

Ce service est l'image qu'elle veut donner à elle-même.

L'objectif général de la communication est de créer les conditions favorables à l'achat des produits proposés par l'entité. En plus, la promotion est l'ensemble des efforts déployés d'une part pour organiser et pour conduire les campagnes de vente, d'autre part pour stimuler les achats de consommateur. D'une façon générale, l'entité peut vendre un produit sans publicité mais jamais sans communication.

Alors, il existe d'autre moyen de communication que la publicité proprement dite. On pourrait même dire que toutes les décisions et tous les aspects de l'activité des entités ont un certain contenu informatif et un rôle de communication. La satisfaction des clients qui ont déjà visité l'entité forme une autre communication. ***C'est une publicité par Internet, par radio,....*** Ces informations transmises ou bien souvent une grande influence sur les attitudes et les comportements du public du fait que leur source apparaît plus désintéressée et objective que l'entreprise elle-même. Tous ces actes peuvent être des véhicules de communication.

Pour la promotion, on emploie les moyens suivants :

-*Réduction et annulation de certain prix* : annulation des frais d'électricité ; annulation de droit d'orchestre ; réduction au droit de bouchon possibilité d'apporter des boissons à l'extérieur pour les cas de la réception (plus de 100 personnes) ;

-*Cadeaux* c'est-à-dire qu'il consiste à offrir aux acheteurs d'un produit comme le stylo ; le briqué ; et le porte-clé. Ces cadeaux portent le sigle de l'hôtel.

#### Conclusion de la deuxième chapitre

Dans ce deuxième chapitre nous remarquons que le marché est encore favorable au développement et au rentabilité de notre projet. De plus notre stratégie et politique appliquées correspondent à l'atteinte de nos objectifs visés d'abord d'accroître d'année en année notre part de marché et les activités à entreprendre

#### CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

*En conclusion, nous pouvons dire que cette première partie nous a permis d'apprécier le cadre général de notre projet. L'examen de la situation de marché et des conditions environnementales a révélé l'existence des atouts considérables pour la réalisation d'un campement dans le site de Bemanevika. Le marché étant encore large et potentialité écologique de la région laisse une grande marge de manœuvre pour l'exploitation touristique. La deuxième étape de cette étude consiste à analyser la faisabilité technique pour déterminer sa faisabilité effective.*

# DEUXIEME PARTIE

## ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATIONNELLE DU PROJET

### CHAPITRE I : TECHNIQUE DE REALISATION :

Ce chapitre nous présentera la structure de l'entreprise. Pour ce faire, nous mettrons en place tout d'abord l'organigramme et les rôles et responsabilités de chaque poste. Ensuite les ressources nécessaires pour la réalisation du projet telles que financières, humaines, et matérielles. Enfin, nous allons étudier aussi la faisabilité technique du projet.. Voyons tout d'abord la structure de l'entreprise et vient après les ressources nécessaires à mettre en place au sein du projet.

#### Section 1-La structure de l'entreprise :

Pour commencer à cette section, nous allons voir d'abord la démarche administrative à suivre.

#### PROCEDURE A SUIVRE POUR INVESTIR DANS LE TOURISME

### **-Formalités administratives auprès d'autres départements administratifs :**

-Construction ou création d'une société :

- Elaboration d'un statut
- Législation de la société (service enregistrement, tribunal de commerce, service fiscal, statistique) ;

-Prospection de terrain et acquisition par bail de location ou bail emphytéotique (services des domaines, service de la topographie).

### **-Formalités administratives auprès du Ministère du tourisme :**

Agrément d'établissements touristiques (Hébergement et/ou restauration) :

-Constitution du dossier de demande d'avis préalable de construire, d'aménager ou d'extension (CF : annexe)

Délai de traitement : au plus tard 30 jours après le dépôt du dossier complet.

-Constitution d'un dossier de demande d'autorisation d'ouverture (à déposer au niveau de la direction provinciale de Tourisme ou de la délégation Régionale du tourisme dont relève le lieu d'implantation du projet : la composition de dossier est définie par les textes en vigueur –CF : annexe)

Délai de traitement : au plus tard 90 jours après le dépôt du dossier complet (l'ouverture n'est prononcée qu'après vérification de la conformité des travaux réalisées par rapport au dossier déposé).

Dans cette section, nous allons voir successivement le rôle et l'organigramme choisi pour le projet. Pour cela, nous choisissons comme organigramme celui d'une entreprise individuelle au début de notre activité pour faciliter le contrôle et le suivi du personnel. Et cette structure peut changer en fonction de la rentabilité des activités.

#### **1.1-Fonction :**

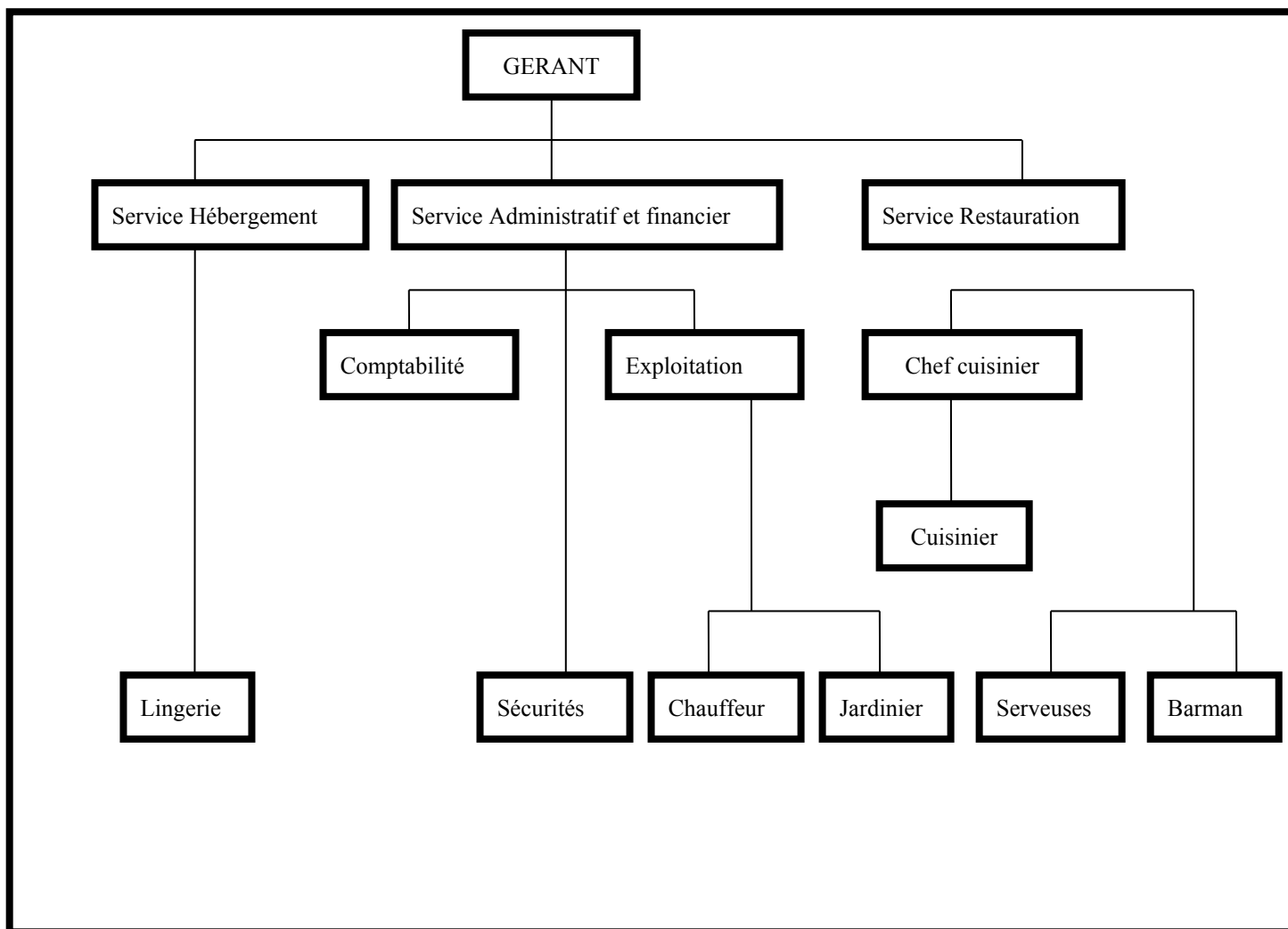
L'organigramme permet au responsable :

- ❖ de connaître exactement la taille et structure de l'établissement
- ❖ de constater les anomalies d'organisation existantes
- ❖ d'éviter les conflits d'autorité entre les responsables de chaque poste de travail au sein de l'entreprise notamment le personnel de bureau.

#### **1.2-Organigramme choisi :**

L'organigramme est une représentative graphique qui présente l'ensemble du personnel d'une entreprise ou d'un organisme donné. Il nous présente le niveau hiérarchique et fonctionnel au sein de l'entité.

Schéma 03 : ORGANIGRAMME CHOISI



Abordons maintenant la description des tâches et responsabilités.

### **1.3-Description des tâches et responsabilités :**

Dans notre cas, le personnel est composé :

- un gérant propriétaire
- un responsable administratif et financier
- un responsable hébergement
- un responsable restauration
- un chef cuisinier
- un cuisinier
- un chauffeur
- un jardinier
- une lingerie
- deux serveuses
- un barman
- deux sécurités

Donc, nous allons détailler ci-après les principales tâches de chaque personnel au sein du projet.

#### **1.3.1.-La Direction :**

Le gérant se trouve en tête de l'organisation de l'entité et il assure la bonne marche de l'entité. Il est le premier responsable en cas de difficulté de l'entité et prend de décision en cas de besoin. Le secrétaire aide le gérant et il ou elle assure la bonne marche de la circulation de dossier au sein de l'entité.

#### **1.3.2.-Service administratif et financier :**

- Le responsable administratif et financier assure la déclaration fiscale et sociale c'est-à-dire que la TVA, IRSA, et la CNaPS, OSIE. Il assure aussi le pointage du personnel.

*Le responsable administratif et financier garantit :*

- la comptabilisation des opérations comptables
- la gestion de la trésorerie
- la gestion financière
- le contrôle des facteurs d'achat et de vente
- l'approvisionnement

Il est le premier responsable du personnel au service administratif et financier de l'établissement et assure la filiation de personnel à la CNaPS.

- *Le technicien* assure l'entretien des matériels et outillages de la cuisine, le dépannage et répartition d'équipements soumis à usage et vieillissement ;
- *Le service jardinage* assume la propreté de l'environnement au sein de l'établissement et garde la beauté du jardin pour attirer les clients. Le jardinier assure aussi la sécurité de l'établissement ;
- *Le chauffeur* : il est le premier responsable de la conduite de voiture de l'entreprise et garde la bonne marche de voiture. Le chauffeur assure l'entretien de véhicule et achète les pièces quand nous les avons besoin.
- 

#### .1.3.3-Service restauration:

- Le responsable restauration est le premier responsable de la bonne marche de service de restauration et ses services annexes. Il supervise et contrôle le personnel au service restauration surtout pour l'accomplissement des tâches de chaque poste de travail. Il assure l'organisation des réservations, la relation avec les clients et les fournisseurs (accueil, réclamations, besoins des clients,...) Ce responsable a pour rôle d'assurer la gestion de la caisse relative au restaurant, assurer la passation de la caisse au Responsable Administratif et financier ; de surveiller et planifier, contrôler les activités de barman et les serveuses,. Il contrôle et informe les derniers s'il y a des anomalies pour les services offerts.
- *Le cuisinier et pâtissier* : C'est l'unité de production pour tous les restaurants. Ces personnels sont sous la responsabilité du chef cuisinier.
- *Le chef cuisinier* élabore les menus ; les cartes et suggère les analyses et les études du plat selon les saisons. Donc, il répartit les tâches dans chaque secteur de cuisine c'est-à-dire le cuisinier et le pâtissier. Le chef cuisinier établit les fiches techniques, détermine les coûts des matières utilisés et propose le prix de vente. Il est encore le premier responsable et gère les approvisionnements de la cuisine.
- *Les serveuses et barman* : Ce sont les personnels ayant des contacts directs avec les clients. Ils assurent aussi la commercialisation et prennent les commandes et effectuent le service de vente ; vérifient les marchandises si elles ne sont pas conformes à la commande. Ils terminent le contrat de vente.

Ces personnels sont tous sous la responsabilité d'un maître d'hôtel qui dirige le bon fonctionnement de ce poste.

#### 1.3.4-Service hébergement

- Ce responsable a pour rôle d'assurer la gestion de la caisse relative à l'hébergement, assurer la passation de la caisse au Responsable Administratif et financier ; de surveiller et planifier, contrôler les activités de lingerie . Il contrôle et informe le dernier s'il y a des anomalies pour les services offerts.
- *Lingerie* : Ce poste assure la propriété des linges utilisés pour la bonne santé. A chaque sortie des clients, on débarrasse et change tous les articles de table. Les nappes et les accessoires sont lavés et repassés avant d'y remettre une autre fois.

### **Section2 :-Ressources nécessaires à mettre en place :**

Aucune stratégie ne peut atteindre ses objectifs sans y allouer les moyens sur le plan financier et notamment sur le plan humain et matériel. Pour avoir le maximum de capacité d'accueil, nous allons mettre en place tout d'abord les ressources nécessaires de l'entité.

Dans notre cas, trois ressources seront entreprises par le projet, à savoir :

- ❖ Les ressources humaines ;
- ❖ Les ressources financières ;
- ❖ Les ressources matérielles.

Parmi ces ressources, les ressources financières jouent un rôle très important car elles peuvent seulement assurer la mise en place des autres ressources au sein de l'entreprise. Donc, nous allons citer ci-après les caractéristiques de ces ressources.

#### .2.1-Ressources financières :

Ce chapitre traite la capacité en ressources financières pour le financement du projet. Ces ressources sont constituées en partie par les apports mis à la disposition du gérant propriétaire. Une autre partie sera constituée par un emprunt contracté auprès d'un organisme financier comme la banque ou autre institution financière. Cette partie relative aux ressources financières sera analysée de façon approfondie dans la troisième partie de notre recherche, et nous permettra de connaître la rentabilité au dernier chapitre de la troisième partie du projet.

## .2.2-Ressources humaines :

Après la construction des tentes, des bâtiments réservés pour le bureau et la restauration y compris le Bar, il est nécessaire d'analyser les postes et de faire un recrutement à chaque poste de travail au sein de l'entité.

Parler des ressources humaines, c'est de mettre l'accent sur la gestion et la rationalisation du potentiel humain dans une organisation. Si les ressources humaines doivent être gérées de façon rationnelle, elles réclament des méthodes spécifiques qui traduisent l'importance du facteur humaine au sein d'une entité.

Pour faire le recrutement, il faut respecter le profil à chaque poste de travail surtout le poste de maître d'hôtel. Pour cela, il est nécessaire de placer les employés dans les conditions propices en vue d'avoir un travail efficace et de concevoir le poste de travail de façon à éviter tout gaspillage de main d'œuvre, de temps et d'équipements. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-après le profil exigé à chaque poste de travail.

**Tableau 7. Profil exigé pour le recrutement du personnel**

| POSTES                                 | NOMBRE | SEXE | PROFIL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------|--------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gérant                                 | 01     | F, M | -Avoir le diplôme maîtrise en gestion ou en économie<br>-Expérience professionnelle deux ans minimum dans le domaine de gestion d'entreprise<br>-Maîtrise de l'outil informatique (Word, Excel,...)<br>-Bonne connaissance du français et de l'anglais<br>-Avoir un esprit d'équipe<br>-Avoir un sens d'organisation et de responsabilité |
| Responsable administratif et financier | 01     | F, M | -Avoir le diplôme de maîtrise en gestion<br>-Expérience professionnelle 2 ans minimum dans le poste similaire.<br>-Maîtrise de la langue française et anglaise<br>-Responsable, communicatif et organisationnel<br>-Maîtrise de l'outil informatique (logiciel paie)                                                                      |
| Responsable restauration               | 01     | F, M | -Avoir le diplôme BAC +4 en commerce, spécialité restauration<br>-Expérience 4 ans au minimum<br>-Avoir un sens de responsabilité<br>-Avoir un esprit d'équipe<br>-Maîtrise de la langue française et anglaise<br>-Maîtrise de l'outil informatique                                                                                       |
| Responsable hébergement                |        |      | -Avoir le diplôme BAC+4 en hôtellerie<br>-Expérience 3 ans au minimum<br>-Maîtrise de la langue française et anglaise<br>Maîtrise de l'outil informatique<br>-Avoir un esprit d'équipe                                                                                                                                                    |
| Jardinier                              | 01     | M    | -Apte<br>-Expérience 2 ans                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Chauffeur                              | 01     | M    | -Avoir le permis de conduire catégorie B,C,D<br>-Expérience 2 ans<br>Connaissance du terrain(zone de bemanevika) et son alentour                                                                                                                                                                                                          |
| Lingerie                               | 01     | F    | -Apte<br>-Age de 20 à 45 ans<br>-Sens d'organisation                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Serveuses                              | 02     | F    | -BAC minimum<br>-Age de 20 à 28 ans<br>-Maîtrise le français et de l'anglais                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Barman                                 | 01     | M    | -Expérience 2 ans dans ce poste<br>-Connaissance d'au moins deux langues étrangères<br>-Dynamique                                                                                                                                                                                                                                         |
| Cuisinier                              | 01     | M    | -Expérience 2 ans au minimum<br>-Dynamique                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Sécurités                              | 02     | M    | -Expérience 2 ans au minimum<br>-Dynamique<br>-Entre 20 à 35 ans                                                                                                                                                                                                                                                                          |

Source : Estimation du promoteur

Ce tableau nous présente les profils exigés à chaque poste de travail au sein de l'entité. Pour cela, nous avons constaté que deux ans au minimum l'expérience exigée à chaque poste de travail.

### 2.3- Ressources matérielles :

Les ressources matérielles sont les équipements, les matériels et outillages et matériels importants dans la cuisine,... Nous présenterons dans le tableau ci-après la liste de matériels essentiels pour le projet. Et pour classer Camping de haut standing, nous caractériserons leur degré d'équipements, de confort, de qualité de service et d'entretien.

Dans notre cas, nous citerons ci-après les équipements et les matériels et outillages nécessaires, comme:

#### -Hébergement:

- ❖ Tentés et tous ses équipements à l'intérieur, et d'installation comme : le ciment, fer, bois rond,
- ❖ Tous les équipements de bloc sanitaire
- ❖ Tous les boulons et vices
- ❖ tous les mobiliers (sont de qualité c'est-à-dire qu'on utilisera des nappes, des serviettes en tissu) ;

#### -Restauration :

- ❖ Planches, bois carré, bois rond, pointe (4 ;6 ;8 ;12) , peinture, sable pour l'enduit.
- ❖ Matériel de cuisine, comprend : du matériel de cuisson (four et plaques), de matériel de chauffage, un réfrigérateur, un congélateur, les machines et les robots.
- ❖ Tous les ustensiles de cuisine : les assiettes et couverts ne sont pas dépareillés ;
- ❖ Tous les nappes et serviettes de table
- ❖ Brousse pour le toit
- ❖ les cartes de menu, les plats, les tasses, la batterie de cuisine

#### -Snack-bar :

- ❖ Congélateur
- ❖ Les tables, chaises, tabourets, les verreries
- ❖ les boissons présentant soigneusement ont distribué individuellement à chaque client ;

#### Autres : -Groupe électrogènes pour fournir du courant électrique

- Fil pour l'installation de l'électricité
- les fournitures de bureau comme cahiers, stylos, papiers,...
- véhicule de bonne occasion 4\*4 TOYOTA

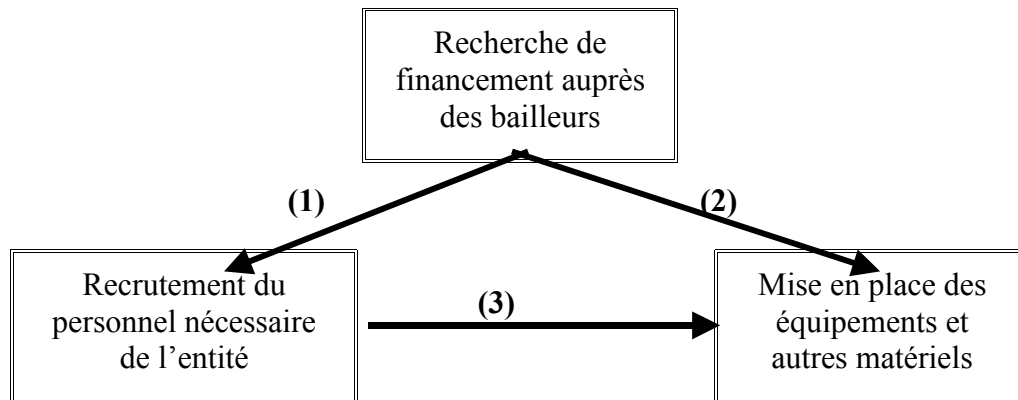
-Tous les matériels et outils informatiques

### ***Section 3- Faisabilité technique***

Dans cette section, nous allons voir successivement ci-après la conception et aménagement, et les caractéristiques d'approvisionnement utilisés. Pour cela, l'entité doit choisir la méthode d'approvisionnement correspond à ses activités.

Pour avoir plus d'explication sur la faisabilité technique, nous allons présenter ci-dessous la structure fonctionnelle de l'entité.

Schéma 04 : Structure fonctionnelle



☎📁① : après l'obtention de financement aux bailleurs, le gérant propriétaire recrutera les personnels nécessaires de l'entité ;

☎📋② : Puis le responsable achètera ou s'investira sur les équipements et autres matériels de l'entité ;

☎📋③ : enfin, les employés sont mises en place ces matériels à chaque poste de travail.

#### **3.1 : Conception et aménagement**

##### **A- Réhabilitation de la route d'accès à Bemanevika lieu du site**

Le mauvais état de la route d'accès à Bemanevika peut être une source de désintéressement des touristes. Donc, une réhabilitation de cette route s'avère nécessaire.

Les travaux à réaliser sont représentés dans le tableau ci-dessous avec leur devis estimatif :

**Tableau n° 8 : Travaux de réhabilitation de la route d'accès à Bemanevika**

| N° | NATURE DES TRAVAUX                                          | MATERIELS                    | DUREE | COUT/HEURE  | MONTANT   |
|----|-------------------------------------------------------------|------------------------------|-------|-------------|-----------|
| 1  | Transports et installation des matériels et frais divers    |                              |       | Forfaitaire | 400 000   |
| 2  | Profilage et décapage de la route                           | Niveleuse                    | 20h00 |             | 1 600 000 |
| 3  | Arrosage et compactage de la couche de roulement (finition) | Camion citerne et compacteur | 16h00 |             | 1 000 000 |

Coût total des travaux en Ariary : 3 000 000

Soit en franc malagasy (Fmg) : 15 000 000

Source : nos estimations

Unité : Ariary

**B- Terrassement du terrain à aménager**

Un nivellement du terrain doit être fait pour pouvoir construire les emplacements nécessaires à la réalisation du projet. Ce terrassement consiste au débroussaillage, à l'abattage, d'arbres et au déblaiement des rocs.

Le déroulement de ces travaux est présenté par le tableau ci-après

**Tableau n°9 : Terrassement du terrain à aménager (Unité : Ariary)**

| N° | NATURE DES TRAVAUX                  | UNITE       | QUANTITE | PRIX UNITAIRE | MONTANT |
|----|-------------------------------------|-------------|----------|---------------|---------|
| 1  | Abattage et déracinement des arbres |             | 5        | 50000         | 250 000 |
| 2  | Débroussaillage                     | Forfaitaire | 1        | 300 000       | 300 000 |
| 3  | Enlèvement des rocs                 | Forfaitaire | 1        | 500 000       | 500 000 |
| 4  | Décapage et nivellement             | Forfaitaire | 1        | 950 000       | 950 000 |

Total en Ariary : 2 000 000

Total en Franc Malagasy (Fmg) : 10 000 000

Source : Nos estimations

**C- Installation du camping :**

Après le terrassement du terrain, les travaux de construction peuvent commencer.

**Tableau n° 10 : Travaux des constructions et d'installation de campement Unité Ariary**

| N° | DESIGNATIONS DES<br>OUVRAGES                                                                                            | UNITE       | QUANTITE | PRIX<br>UNITAIRE | MONTANT     |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|------------------|-------------|
| 1  | Construction de base, installation et<br>prix des 5 Tentes                                                              | M2          | 150      | 50 000           | 7 500 000   |
| 2  | Construction d'un RESTO-BAR<br>semi dur (ossature en bois rond,<br>sans mûr)                                            | M2          | 200      | 30 000           | 6 000 000   |
| 3  | Construction d'un bâtiment à usage<br>BUREAU et RECEPTION avec<br>magasin de stockage des vivres<br>cuisine et toilette | M2          | 80       | 37 500           | 3 000 000   |
| 4  | Fourniture et pose des lavoirs<br>préfabriqués                                                                          | Unité       | 2        | 15 000           | 30 000      |
| 5  | Construction d'un bloc sanitaire<br>(w.c douche-pissoir)                                                                | M2          | 30       | 25 000           | 750 000     |
| 6  | Construction d'une cuisine<br>extérieur semi dure (grillade)                                                            | M2          | 7        | 10 000           | 70 000      |
| 7  | Aménagement d'un parking en<br>terre battue pour 6 voitures                                                             | Forfaitaire | 1        | 200 000          | 200 000     |
| 8  | Alimentation d'eau potable,y<br>compris toute installations<br>sanitaires                                               | Forfaitaire | 1        | 2 000 000        | 2 000 000   |
| 9  | Electrification du site                                                                                                 | Forfaitaire | 1        | 1 000 000        | 1 000 000   |
| 10 | Evacuation des eaux usées et eau<br>vanne vers un puisard absorbant                                                     | Forfaitaire |          |                  |             |
| 11 | Installation d'un bac à ordures                                                                                         | Unité       | 1        | 60 000           | 60 000      |
|    | Total de l'estimation en Ariary :                                                                                       |             |          |                  | 20 610 000  |
|    | Soit en franc Malagasy :                                                                                                |             |          |                  | 103 500 000 |

Source : nos estimations

### **3.2 : Caractéristique d'approvisionnement**

#### **3.2.1 Achat de matériaux et matières premières :**

En tant qu'une entreprise, l'entité adopte une méthode pour l'achat de matières premières auprès des Fournisseurs dans le district de Bealanana ou bien dans la capitale surtout de matériaux pour avoir un meilleur prix. Pour cela, le projet choisit un fournisseur selon le prix, la localité et la qualité de produits offerts. Donc, pour l'achat des matières premières et de matériels de bureau, la fonction approvisionnement aura suivie de la politique du fournisseur unique pour avoir la relation privilégiée en simplifiant les contrôles de dépenses, et le meilleur prise pour la

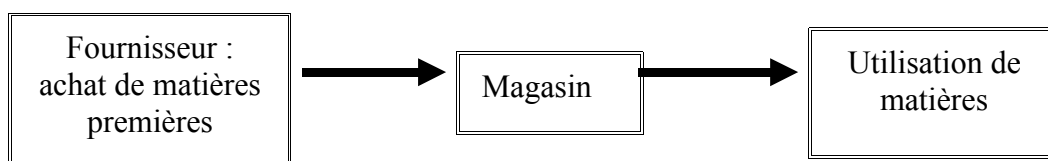
fidélité ; de la politique de zone d'achat pour éviter les difficultés du délai en cas de panne ; de la politique de qualité des produits à acheter.

#### - Fournisseur

Ce sont les gens, les sociétés, les établissements, etc., qui nous procurent des matières premières ou des marchandises ou des produits de qualité et de quantité et à moindre coût dans le but de :

- S'assurer la régularité des approvisionnements
- Maintenir le stock à un niveau minimal

#### **Schéma 05 : Processus d'achat de matières à consommer**



**Source : le promoteur**

#### -Transports

Les marchandises et les matières à consommer sont transportées par le véhicule de l'entité, tandis que les équipements, les matériaux de construction et les mobiliers sont transportés en tracteur qui relie, deux fois par semaine, le district de Bealanana vers Bemanevika

#### 3.2.2 :- Gestion de stock

Dans le cas de consommation régulière on va retenir des lots constants avec des périodes régulières.

Dans le cas de consommation irrégulière, nous avons le choix entre deux méthodes :

**-Lots constants avec période irrégulière**, c'est à dire au début de chaque semaine les stock doivent couvrir les besoins suivants :

.Consommation pendant la semaine

.Stock de sécurité 1semaine c'est-à-dire 2semaines consécutifs de consommation

**-Périodes constantes avec lots irréguliers**

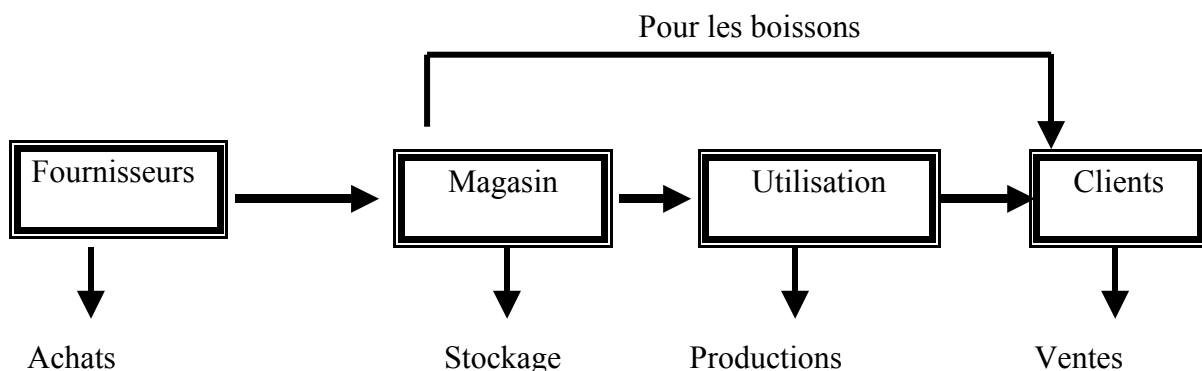
Après chaque livraison le stock doit couvrir les besoins suivants :

.Consommation pendant la période d'approvisionnement (tout le 2 semaines)

.Stock de sécurité (1mois) c'est-à-dire 3 mois consécutive de consommation

#### **Schéma 06 : Gestion de stocks**

Pour les boissons



*Source : le Promoteur*

D'après ce schéma, nous avons constaté que les fournisseurs assurent le ravitaillement des matières premières. Et nous avons remarqué que les boissons sont directement à vendre auprès des clients au restaurant.

#### Evaluation de stock à choisir :

Le critère d'évaluation de stock à choisir est le FIFO (First In First Out), c'est à dire la première entrée est la première sortie pour tenir compte la qualité des produits. Donc, pour notre projet, il vaut mieux appliquer le FIFO pour avoir et garder la qualité des produits utilisés en état frais, et pour éviter à la perte ; car la plupart de matières premières utilisées est de matières périssables.

#### Conclusion de la deuxième chapitre

De ce qui précède nous pouvons dire que pour mieux instaurer le projet, on commence par le travaux préliminaire d'abord, l'accessibilité, aménagement et surtout aux approvisionnements des matériaux que des matières à consommer et finissant au gestion du stock pour que l'activité à entreprendre ne soit pas en rupture.

## **CHAPITRE II : CAPACITE D'ACCUEIL ENVISAGE**

Dans ce chapitre, nous présenterons ci-après la capacité d'accueil de l'établissement sur le marché cible et aussi la mise en place d'un environnement convivial. L'étude de la capacité d'accueille est indispensable pour avoir l'idée sur le chiffre d'affaires réalisable qui constitue le garant de la rentabilité de notre exploitation.

## **Section 1 : Capacité d'accueil de l'établissement :**

Dans cette section, nous allons mettre en place la capacité d'accueil de l'entité, c'est à dire les infrastructures sur la location de tentes, les restaurations et Snack-bar, le bureau du gérant d'une part et le personnel d'autre part. Ensuite les services offerts avec l'estimation de vente. Et en fin le chronogramme d'activité.

### **.1.1 : Service offerts**

#### **1.1.1-Qualité des services et produits envisagés :**

Les activités principales du projet sont de réaliser et de satisfaire les besoins de population dans la région SOFIA notamment les touristes et autres visiteurs nationaux de la région. Pour cela, les productions envisagées sont sous forme de prestation de service car notre projet offre aux clients des hébergements et des produits de restauration comme de repas et des boissons alcooliques et hygiéniques (achat revente). Pour ce dernier, la qualité de service joue un rôle très important et aussi est un facteur de réussite du projet.

Nous offrons aux clients au commencement:

#### **-Hébergement :**

Modeste au départ, nous mettrons 5 tentes à la disposition de touristes. Chaque tente est prévue pour 4 personnes. Elles sont mise en location avec les matériels y afférents, en l'occurrence des chaque de couchage individuels et des lampes. Notons que ces tentes ne seront installées des qu'après réservation des clients. Nous établi 2 tarifs différents : Ar 30000 pour les étrangers et Ar 15000 pour les nationaux. Des bâtiments sanitaires comprenant 4 douches, 2 pour homme et 2 pour femme et 2 W.C communes sont installés au sein du campement.

Bien que la surface du campement est peu étendue à ses débuts, nous visons un taux maximum d'occupation (100%) lors des week-end prolongés. Il va s'en dire que la gestion de déchets doit tenir une place assez importante car nous savons que les touristes se déplacent à Bemanevika pour respirer de l'air pure. Donc, la propriété est de vigueur

Comme tout terrain affecté au camping, MILAMINA Camping sera doté d'un règlement d'ordre intérieur qui sera affiché dans un endroit apparent du camp. Le contenu du règlement intérieur sera présenté en annexe.

### **-Resto Bar**

Le restaurant a une capacité de 40 couverts en une seule fois. Il propose toutes les spécialités

Gastronomiques (Cuisine Malagasy, Européenne, chinoise)

Le tarif du plat dépend de la qualité, de la décoration emportée. Comme la cuisine Malagasy est assez moins chère entre Ar5000 à Ar7000 ( plat du riz avec viande ou poissons ou volaille) ; par rapport au cuisine étrangère de Ar90000 à Ar12000 ( menu complet : ord œuvre, plat de résistance, dessert ).

Une gamme de boissons alcoolisées de différentes catégories et des boissons hygiéniques et non alcoolisées sera à la carte avec une variation de boissons naturelles.

Des appareils électroniques tels que : poste de télévision et lecteur DVD y sont installés. Un Bar est aménagé dans le restaurant.

### **-Activités de loisirs :**

Jeux :

-Jeux de carte

-Dominos

-Echec

-Jeux de construction pour les enfants

-Loto

-Billard

Diverses animations :

Des karaokés et des feux de camp seront organisés de temps en temps si le besoin se fait sentir.

Une soirée discothèque sera souvent organisée.

Tout ceci donnera aux campeurs l'occasion de faire de nouvelles connaissances d'une part, et d'instaurer un climat de fraternité durant leur séjour dans le camp d'autre part.

**-Autres :**

Pour la satisfaction des clients, différents services leur seront aussi offerts :

**L'accueil**

L'accueil des clients et visiteurs incombe au responsable commercial et technique (demande d'informations, réclamations, réservations, besoins des clients)

**La sécurité :**

Deux agents de sécurité y seront toujours en permanence pour garder et protéger le camp et ses clients.

« Milamina Camping » est contraint de passer un contrat avec une société d'assurance pour garantir l'entreprise contre les événements préjudiciables et incertains qui risquent de se produire.

**La propreté :**

Les installations sanitaires, les locaux ouverts au public et l'aire du camp sont entretenus dans le plus strict état de propreté par le personnel responsable.

**Le parking**

Aménagé pour que les clients puissent stationner pendant leur séjour. De plus, les voitures seront surveillées en permanence par les agents de sécurité.

## 1.2 Estimation de vente

**Tableau : n°11** Estimation de vente

| RUBRIQUES             | ANNEE 1 |       |          | ANNEE 2 |       |           | ANNEE 3 |       |           | ANNEE 4 |       |           | ANNEE 5 |       |           |
|-----------------------|---------|-------|----------|---------|-------|-----------|---------|-------|-----------|---------|-------|-----------|---------|-------|-----------|
|                       | NB      | PU    | TOT      | NB      | PU    | TOT       | NB      | PU    | TOT       | NB      | PU    | TOT       | NB      | PU    | TOT       |
| <u>Campement</u>      |         |       |          |         |       |           |         |       |           |         |       |           |         |       |           |
| <u>Location tente</u> |         |       |          |         |       |           |         |       |           |         |       |           |         |       |           |
| Etrangers             | 1080    | 30000 | 32400000 | 1120    | 30000 | 33600000  | 1150    | 30000 | 34500000  | 1185    | 30000 | 35550000  | 1205    | 30000 | 36150000  |
| Nationaux             | 648     | 15000 | 9720000  | 672     | 15000 | 10080000  | 690     | 15000 | 10350000  | 711     | 15000 | 10665000  | 725     | 15000 | 10875000  |
| <u>Resto bar</u>      |         |       | 42120000 |         |       |           |         |       |           |         |       | 46215000  |         |       | 47025000  |
|                       |         |       | 45760000 |         |       | 47548000  |         |       | 49425400  |         |       | 51396670  |         |       | 53466503  |
| <u>Jeux</u>           |         |       | 10944000 |         |       | 11491200  |         |       | 12065760  |         |       | 12669048  |         |       | 13302500  |
| TOTAL                 |         |       | 98824000 |         |       | 102719200 |         |       | 106341160 |         |       | 110280718 |         |       | 113794003 |

D'après ce tableau nous avons constaté que le volume de vente annuelle ne cesse de croître d'année en année. Cela va expliquer par l'efficacité et le succès de l'action publicitaire qui met à la connaissance de toute l'existence et l'intérêt du campement. Cet intérêt se présente soit individuel (satisfaction des visiteurs qui visitent le site), que collectif (développement de la commune et même de la région toute entière) par l'entre-de-deux et aussi la création d'emploi pour les jeunes.

Nous constatons que la location de tente et le resto bar constituent la principale source d'argent pour le campement :

■ Les tentes à installer et à louer aux clients du camp augmentent au nombre de 5 tous les 2 ans, soient 3 pour les étrangers et de 2 pour les nationaux. En conséquence, le nombre de clients du campement augmente aussi.

■ Tandis que les chiffres d'affaires du resto bar et des jeux accroissent de 5% tous les ans.

## **Section 2 :-La mise en place d'un environnement convivial**

### **2.1 : Aménagement de l'environnement**

Face aux rythmes de travail et de la vie dans les villes qui sont les sources du stress et de la nervosité :

Nous allons clôturer l'enceinte en fleur(fleur masoandro) et cultiver de fleur entre les infrastructures(mettre en place du jardin)

Nous mettrons le site dans un endroit idéal pouvant vivre et respirer de l'air pur, s'imprégner d'un paysage et d'une atmosphère en pleine communion avec la nature.

Nous voulons offrir à toutes les catégories de personnes étrangères et surtout nationales, un lieu de détente et d'évasion à un coût à la portée de leur bourse.

Nous pensons que le camping serait la solution idéale au sein duquel règnera la convivialité ou la clientèle pourra consommer le ciel bleu.

Nous avons opté pour les tentes familiales (4places) car les résultats de l'enquête que nous avons menée ont prouvé que la plupart des gens s'évadent de la ville pour se retrouver en famille.

La politique d'animation tiendra une place prépondérante car rien ne sert de posséder les meilleures installations si on n'organise pas des animations.

Des animations variées seront proposées à des tarifs attractifs, ou des animations gratuites telles que les karaoké, le feu de camp, Nous veillerons en permanence sur la qualité du service pour nous maintenir dans un positionnement favorable. Nous y apporterons sans cesse des innovations pour attirer encore plus les vacanciers

## 2.2 :- La sécurité et le respect de l'hygiène

Nous visons à créer une relation de confiance entre les clients et l'entité tout en améliorant l'image du camping par des moyens directs : bouche à oreille ;et par des moyens indirects : la manifestation commerciale, conférence et salon.

Comme tout établissement ou entreprise, MILAMINA Camping sera doté d'un règlement d'ordre intérieur qui sera affiché dans un endroit apparent du camp

Deux agents de sécurités y seront toujours en permanence pour garder et protéger le camp et les clients.

Près des tentes, on trouvera des bacs à ordures pour les sachets et les bouteilles. Ces ordures ménagères seront temporairement enterrées dans une fosse à l'extrémité du camping.

Les installations sanitaires, les locaux ouverts au public et l'aire du camp sont entretenus dans le plus strict état de propreté par le personnel responsable.

## Section 3 : Chronogramme d'activité

Le chronogramme nous présente la durée de la réalisation du projet qui débute au montage du projet jusqu'à la date d'arrêt d'activité. Donc, nous allons présenter ci-après le calendrier d'activité du projet.

### **3.1 : Mise en place du projet :**

Pour mettre en place le projet, il est nécessaire d'étudier tout d'abord le marché et puis nous chercherons des bailleurs pour financier les activités réalisées dans la région d'exploitation. Le tableau ci-dessous nous présente le chronogramme de la mise en place du projet.

**Tableau n° 12 : Mise en place du projet**

| RUBRIQUES                   | Année (n-1) |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----------------------------|-------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|                             | J           | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D |
| 1-Etude du marché           |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2-Constitution des dossiers |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3-Recherche de financement  |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

Source: estimation du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que l'étude du marché se fait pendant trois mois et la constitution des dossiers et la recherche de financement se fait de deux mois chacune

### 3.2 : Réalisation du projet :

**Tableau 13** : Calendrier d'activité :

| Rubriques               | Année (n-1) |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | A1 | A5 |
|-------------------------|-------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
|                         | J           | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D |    |    |
| 1-Recrutement           |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
| 2-Achat des matériaux   |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
| 3-Installation          |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
| 4-Construction          |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
| 5-Debut d'activité      |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
| 6-Lancement             |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
| 7-Fin prévue d'activité |             |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |

Source : Estimation du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que le recrutement du personnel est de deux mois (de juillet à septembre), de même pour l'achat des matériaux (d'Août à octobre), l'installation est d'un mois. La constitution de dossiers est de deux mois aussi. Enfin, la durée prévue de l'utilisation des capitaux investis dans la région d'exploitation est de 5 ans soit A1 à A5.

## CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

A terme de cette deuxième partie on peut dire que les techniques de réalisation sont adaptables aux milieux d'implantation. Il suffit de maîtriser le métier et peut s'attendre à un résultat concluant. Cette partie a développé tous les détails des actions à entreprendre compte tenu des différentes variables qui entrent en jeu dans le processus réalisation du projet. Cela conduit à une estimation de la capacité de réalisation escomptée, le chiffre d'affaires prévisionnelles. En plus, le planning d'activité est établi conformément au programme de mise en place de l'unité.

Pour terminer, on peut dire que cette étude technique confirme la faisabilité de notre projet. La décision d'investir dans le tourisme ne présente pas de risque mais l'appréciation finale sur la faisabilité du projet doit aussi tenir compte de l'aspect financier. La dernière partie qui suit est donc réservée sur l'étude financière et l'évaluation du projet..

**TROISIEME PARTIE**  
**ETUDE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET**

## CHAPITRE I : ETUDE FINANCIERE DU PROJET :

Dans ce chapitre, nous présenterons le coût des investissements, la recherche de financement afférant à ces investissements, les bilans prévisionnels et le compte de résultat par nature de l'entité.

### *Section 1 : Investissements*

Le coût des investissements dépend des ressources à mettre en place afin d'en tirer des bénéfices pendant une longue période future, aussi de la capacité d'investir. Pour cela, nous avons besoin de connaître dès le début le coût des investissements et de financement pour maîtriser la capacité d'accueil envisagé.

#### *1.1-Immobilisations incorporelles :*

##### ❖ *Agencement et installation :*

Ce sont les travaux complémentaires que l'entrepreneur qui fait le nouveau bâtiment effectué comme l'électricité, plomberie. Le coût de ces travaux est de Ar4.000.000.

#### *1.2-Immobilisations corporelles :*

##### ❖ *Infrastructure :*

Pour réaliser ce projet, nous sommes obligés de faire une infrastructure notamment sur la construction des base(fondation) des tentes, des bâtiments pour la restauration, le bureau et le magasin. Pour cela, nous estimerons que le coût des infrastructures total s'élève à Ar30.000.000 dont la durée des travaux est pendant quatre mois. Cette somme se répartit sur les grands travaux ci-dessous :

**Tableau 14 : Infrastructure envisagée : En Ariary**

| <b>Rubriques</b>           | <b>Montant</b>    |
|----------------------------|-------------------|
| Terrassement               | 200.000           |
| Terrain                    | 600.000           |
| Construction des bâtiments | 18.000.000        |
| Charpente et couverture    | 700.000           |
| Tentes(2 000 000*5)        | 10 000.000        |
| <b>TOTAL</b>               | <b>30.000.000</b> |

*Dimensions : 60 m sur 30m*

*Source : Estimation du promoteur*

Ce tableau nous présente le coût des infrastructures total sur la construction des bâtiments qui s'élève à Ar30.000.000.

❖ **Mobilier de bureau :**

Ils comprendront quatre tables de bureau, huit chaises de bureau, une machine à calculer et une armoire. Donc, nous allons présenter dans le tableau ci-dessous les coûts de ces matériels.

**Tableau 15. : Mobilier de bureau (Ariary)**

| Désignations     | Quantité | Déjà acquis   | Quantité | A acquérir     | Total          |
|------------------|----------|---------------|----------|----------------|----------------|
| Table de bureau  | 01       | 40.000        | 03       | 120.000        | 160.000        |
| Chaise de bureau | 01       | 10.000        | 07       | 70.000         | 80.000         |
| <b>TOTAL</b>     | -        | <b>50.000</b> | -        | <b>190.000</b> | <b>240.000</b> |

D'après ce tableau, nous avons constaté que le mobilier de bureau déjà acquis s'élève à Ar50.000 et à acquérir est de Ar190.000. Cela explique que le coût total des matériels s'élève à Ar240.000.

❖ **Matériels professionnels :**

Les matériels professionnels comprendront des tasses, assiettes, verreries, batterie de cuisine, machines et robots, coutellerie, unité de cuisson, froide, bac à ordures. Donc, le tableau ci-dessous nous présente le coût des matériels de chaque catégorie.

**Tableau 16: Matériels professionnels (ustensiles) (en Ariary)**

| CATEGORIES          | Déjà acquis      | A acquérir        | TOTAL             |
|---------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Tasses              | 200.000          | 4.000.000         | 4.200.000         |
| Assiettes           | 300.000          | 3.000.000         | 3.300.000         |
| Verreries           | 200.000          | 800.000           | 1.000.000         |
| Batterie de cuisine | 300.000          | 4.000.000         | 4.300.000         |
| Machines et robots  | 1.200.000        | 400.000           | 1.600.000         |
| Coutellerie         | 80.000           | 100.000           | 180.000           |
| Unité de cuisson    | 4.000.000        | 3.000.000         | 7.000.000         |
| Froid               | 2 000.000        | 4 000.000         | 6.000.000         |
| Bac à poubelle      | -                | 200.000           | 200.000           |
| <b>TOTAL</b>        | <b>8.280.000</b> | <b>19.500.000</b> | <b>27.780.000</b> |

A l'égard de ce tableau, nous constatons que le coût total des matériels à acquérir s'élève à Ar19.500.000 et déjà acquis est de Ar8.280.000.

Ce dernier est environ à 29 % de coût de matériels total. Pour les matériels professionnels 2, il se présente par des tables, chaises et nappes.

**Tableau 17 Matériels professionnels 2 (en Ariary)**

| Désignations           | Nombre | Prix Unitaire | Montant          |
|------------------------|--------|---------------|------------------|
| Tables (restauration)  | 20     | 40.000        | 800.000          |
| Tables (tentes)        | 5      | 40 000        | 200 000          |
| Chaises (restauration) | 40     | 15.000        | 600.000          |
| Chaises (tentes)       | 10     | 15 000        | 150 000          |
| Nappes                 | 40     | 20.000        | 800.000          |
| Lits à deux places     | 14     | 175.000       | 2 450.000        |
| <b>TOTAL</b>           | -      | -             | <b>5.000.000</b> |

*Source : Calcul du promoteur*

Ce tableau nous présente le coût total des matériels professionnels 2. Il s'élève à Ar 5.000.000.

#### ❖ **Matériel informatique :**

Il est composé d'ordinateurs, d'imprimante, d'onduleurs.

**Tableau 18. Coût des matériels informatiques et consommables : (en Ariary)**

| Rubriques    | Apport en nature |         |                | A financer en numéraire |         |                  |
|--------------|------------------|---------|----------------|-------------------------|---------|------------------|
|              | Q                | P.U     | Montant        | Q                       | P.U     | Montant          |
| Ordinateurs  | 01               | 600.000 | 600.000        | 02                      | 800.000 | 1.600.000        |
| Imprimante   | -                | -       | -              | 01                      | 100.000 | 100.000          |
| Onduleur     | 01               | 80.000  | 80.000         | 01                      | 100.000 | 100.000          |
| Encre        | -                | -       | -              | 10                      | 60.000  | 600.000          |
| <b>TOTAL</b> | -                | -       | <b>680.000</b> | -                       | -       | <b>2.400.000</b> |

*Source : Enquête du promoteur*

D'après ce tableau, nous avons constaté que l'apport en nature du gérant propriétaire s'élève à Ar 680.000. Cela veut dire que le matériel à acquérir est de Ar 2.400.000. Donc, nous avons encore besoin de ce montant pour financer ce matériel.

#### ❖ **Matériel de transport :**

Pour avoir une activité rentable et efficace, nous avons besoin de véhicule transportant les matières premières et les autres marchandises. Pour cela, l'établissement achètera un véhicule (4 \* 4 bonnes occasions) d'une valeur de Ar 20.000.000.

***Récapitulation des immobilisations et investissements :***

***Tableau 19: Recapitulation des immobilisations***

| Désignations                             | Apport            | A Acquérir        | TOTAL            |
|------------------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| <b>Immobilisation incorporelle</b>       |                   |                   |                  |
| Fonds de roulement                       | 800.000           | -                 | 800.000          |
| <b>Total immobilisation incorporelle</b> |                   |                   | <b>800.000</b>   |
| <b>Immobilisation corporelle</b>         |                   |                   |                  |
| Terrain                                  | 600.000           | -                 | 600.000          |
| Construction                             | -                 | 30.000.000        | 30.000.000       |
| Matériels professionnels 1               | 8.280.000         | 19.500.000        | 27.780.000       |
| Matériels professionnels 2               | 5.000.000         | -                 | 5.000.000        |
| Matériels informatiques                  | 680.000           | 2.400.000         | 3.080.000        |
| Véhicules                                | -                 | 20.000.000        | 20.000.000       |
| Agencement et installation               | 4.000.000         | -                 | 4.000.000        |
| Mobilier de bureau                       | 50.000            | 180.000           | 230.000          |
| <b>Total immobilisation corporelle</b>   |                   |                   | <b>90690.000</b> |
| Imprévus                                 | -                 | 400.000           | 400.000          |
| <b>TOTAL GENERAL</b>                     | <b>19.410.000</b> | <b>72.480.000</b> | <b>91890.000</b> |

Ce tableau nous présente l'apport en capital du gérant propriétaire qui s'élève à Ar 19410.000 et le coût des matériels à acquérir s'élevant aussi à Ar 72.480.000. Donc, nous avons besoin une collaboration avec la banque ou une autre institution financière pour obtenir un financement sur l'achat des matériels nécessaires.

***1.3.-Budget de trésorerie pour l'année 1 :***

Pour établir un budget, il est indispensable d'évaluer toutes les dépenses et les recettes au cours de la première année d'exploitation du projet.

<sup>2</sup>**Tableau 20:** Tableau de Trésorerie

| Rubriques          | Total           | J              | F              | M              | A              | M              | J              | J              | A              | S              | O              | N              | D               |
|--------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| Vente              | 152508          |                |                |                | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3         |
| Apport             | 19410           | 19410          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| Emprunt            | 72480           | 72480          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| <b>T. E</b>        | <b>260698</b>   | <b>91890</b>   |                |                | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 4297,63         |
| Achat. MP          | 30 084,8        |                |                |                | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 2507066         |
| Mat professionnels | 120             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10              |
| Eau                | 240             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20              |
| Elec               | 480             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40              |
| Gaz                | 480             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40              |
| Carburant          | 1200            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100             |
| FDB                | 120             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10              |
| E. matériel        | 240             | 60             |                |                | 60             |                |                | 60             |                |                | 60             |                |                 |
| Publicité          | 120             | 40             | 40             | 40             |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| Taxes              | 100             | 100            |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| Salaire pers       | 25012,4         | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37         |
| CH. patronales     | 656,524         |                |                | 164,131        |                |                | 164,131        |                |                | 164,131        |                |                | 164,131         |
| Investissements    | 91890           | 91890          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| CH. Financières    | 13046,4         |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                | 13046,4         |
| Remboursement      | 14496           |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                | 14496           |
| CH. E°             | 51440,72        |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                | 51440,72        |
| Impôts             | 813,5           |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                | 813,5           |
| <b>T. DEC</b>      | <b>258406,2</b> | <b>93326,6</b> | <b>1226,22</b> | <b>1390,35</b> | <b>5543,85</b> | <b>5483,85</b> | <b>5647,98</b> | <b>5543,85</b> | <b>5483,85</b> | <b>5647,98</b> | <b>5543,85</b> | <b>5483,85</b> | <b>97332,96</b> |
| Solde du mois      | 67432           | -14362,2       | -12262,2       | -13903,5       | 11401,4        | 11461,4        | 11297,3        | 11401,4        | 11461,4        | 11297,3        | 11401,4        | 11461,4        | -80387,57       |
| Solde cumul        | 67432           | -14362,2       | -26624,4       | -40527,9       | 73486,8        | 18810,1        | 30107,5        | 41508,9        | 52970,4        | 64267,8        | 75669,2        | 87130,7        | 67432           |

## 1-4-Fond de roulement initial

### 1.4.1. Besoin en fond de roulement initial :

Pour démarrer le projet dans le site de Bemanevika, nous avons besoin d'un financement. Pour ce faire, il est nécessaire d'établir un budget de trésorerie pour la première année.

Pour déterminer le fonds de roulement initial du projet, il faut évaluer tout d'abord l'apport du directeur en tant que gérant propriétaire du projet et puis l'apport en numéraire. Le tableau ci-après nous présente le fonds de roulement initial de l'entreprise.

**Tableau 21. Fonds de roulement initial :**

| Rubriques                                                    | Montant          |
|--------------------------------------------------------------|------------------|
| Fond de roulement propre en numéraire (gérant propriétaires) | 800.000          |
| Imprévu sur investissement (propriétaires)                   | 400.000          |
| <b>TOTAL</b>                                                 | <b>1.200.000</b> |

*Source : Calcul du promoteur*

D'après ce tableau, nous avons constaté que l'apport du gérant propriétaire en nature est inférieur par rapport aux apports en numéraires. Ce dernier s'élève à Ar 1.200.000.

### 1.5-Amortissement :

Dans notre cas, le principe de la constitution d'amortissement est la récupération de fonds investis lors de l'acquisition des immobilisations. Il est un moyen qui permet d'acquérir des nouveaux matériels. Donc, nous avons besoin d'une politique qui constitue un instrument privilégié de la défense du capital et de sa croissance. Elle consiste à assurer le renouvellement ou bien l'augmentation de capital. Alors, nous utilisons la méthode d'amortissement linéaire concernant tous le matériel et nous présentons dans un tableau ci-après la constitution des amortissements du projet au cours de cinq années des activités. D'où, pour la détermination de la durée d'utilisation de ces matériels, nous appliquons la formule suivante :

$$\text{Taux} = \frac{100}{\text{Durée}} \quad \text{durée} = 100 / \text{taux}$$

**Tableau 22. Tableaux des amortissements : Année 1 : (en Ariary)**

| Rubriques                  | D  | Valeur d'origine  | Amortissement    | Valeur nette      |
|----------------------------|----|-------------------|------------------|-------------------|
| Construction               | 20 | 30 000 000        | 1 500 000        | 28 500 000        |
| Mobilier de bureau         | 10 | 230 000           | 23 000           | 207 000           |
| Matériel Informatique      | 4  | 3 080 000         | 770 000          | 2 310 000         |
| Matériel profession        | 10 | 32 780 000        | 3 278 000        | 29 502 000        |
| Matériel de Transport      | 20 | 20 000 000        | 1 000 000        | 19 000 000        |
| Agencement et Installation | 10 | 4 000 000         | 400 000          | 3 600 000         |
| <b>TOTAL</b>               |    | <b>90 090 000</b> | <b>6 971 000</b> | <b>83 120 818</b> |

Source : calcul du promoteur

**Tableau 23. Tableaux des amortissements : Année 2 :**

| Rubriques                  | D  | Valeur d'origine  | Amortissement    | Valeur nette      |
|----------------------------|----|-------------------|------------------|-------------------|
| Construction               | 20 | 28 500 000        | 1 500 000        | 27 000 000        |
| Mobilier de bureau         | 10 | 207 000           | 23 000           | 184 000           |
| Matériel Informatique      | 4  | 2 310 000         | 770 000          | 1 540 000         |
| Matériel profession        | 10 | 29 502 000        | 3 278 000        | 26 224 000        |
| Matériel de Transport      | 20 | 19 000 000        | 1 000 000        | 18 000 000        |
| Agencement et Installation | 10 | 3 600 000         | 400 000          | 3 200 000         |
| <b>TOTAL</b>               |    | <b>83 120 818</b> | <b>6 971 000</b> | <b>76 149 818</b> |

Source : calcul du promoteur

**Tableau 24. Tableaux des amortissements Année 3**

:

| Rubriques                  | D  | Valeur d'origine  | Amortissement    | Valeur nette      |
|----------------------------|----|-------------------|------------------|-------------------|
| Construction               | 20 | 24 000 000        | 1 500 000        | 22 500 000        |
| Mobilier de bureau         | 10 | 184 000           | 23 000           | 161 000           |
| Matériel Informatique      | 4  | 1 540 000         | 770 000          | 770 000           |
| Matériel profession        | 10 | 26 224 000        | 3 278 000        | 22 946 000        |
| Matériel de Transport      | 20 | 18 000 000        | 1 000 000        | 17 000 000        |
| Agencement et Installation | 10 | 3 200 000         | 400 000          | 2 800 000         |
| <b>TOTAL</b>               |    | <b>76 149 818</b> | <b>6 971 000</b> | <b>69 178 818</b> |

Source : calcul du promoteur

**Tableau 25. Tableaux des amortissements Année 4:**

| <b>Rubriques</b>           | <b>D</b> | <b>Valeur d'origine</b> | <b>Amortissement</b> | <b>Valeur nette</b> |
|----------------------------|----------|-------------------------|----------------------|---------------------|
| Construction               | 20       | 22 500 000              | 1 500 000            | 21 000 000          |
| Mobilier de bureau         | 10       | 161 000                 | 23 000               | 138 000             |
| Matériel Informatique      | 4        | 770 000                 | 770 000              | 0                   |
| Matériel profession        | 10       | 22 946 000              | 3 278 000            | 19 668 000          |
| Matériel de Transport      | 20       | 17 000 000              | 1 000 000            | 16 000 000          |
| Agencement et Installation | 10       | 2 800 000               | 400 000              | 2 400 000           |
| <b>TOTAL</b>               |          | <b>66 177 000</b>       | <b>6 971 000</b>     | <b>59 206 000</b>   |

Source : calcul du promoteur

**Tableau 26 Tableaux des amortissements Année 5 :**

| <b>Rubriques</b>           | <b>D</b> | <b>Valeur d'origine</b> | <b>Amortissement</b> | <b>Valeur nette</b> |
|----------------------------|----------|-------------------------|----------------------|---------------------|
| Construction               | 20       | 18 000 000              | 1 500 000            | 15 000 000          |
| Mobilier de bureau         | 10       | 138 000                 | 23 000               | 115 000             |
| Matériel Informatique      | 4        | 0                       | 0                    | 0                   |
| Matériel profession        | 10       | 19 668 000              | 3 278 000            | 16 390 000          |
| Matériel de Transport      | 20       | 16 000 000              | 1 000 000            | 15 000 000          |
| Agencement et Installation | 10       | 2 400 000               | 400 000              | 2 000 000           |
| <b>TOTAL</b>               |          | <b>59 206 000</b>       | <b>6 201 000</b>     | <b>53 005 000</b>   |

Source : calcul du promoteur

D'après ces tableaux, nous avons constaté que les amortissements ne changent pas jusqu'à la quatrième année d'activité et s'élèvent à Ar 6.971.000. Et, à la cinquième année d'exploitation, les amortissements diminuent à Ar 6.201.000 car le matériel informatique sera amorti à la quatrième année d'exploitation du projet.

Il est nécessaire alors d'acheter de nouveaux matériels informatiques pour avoir un maximum de résultat du projet ou bien avoir des activités plus rentables.

## **Section 2 : Financement**

Dans cette section, nous allons présenter ci-dessous le tableau de remboursement des dettes et le plan de financement de l'entité au cours des cinq années d'activités.

Dans notre cas, le plan de financement a pour but de faire apparaître les variations des ressources financières de l'entité au cours d'un exercice ou des exercices et les emplois qui en ont été fait.

## **2 1-Valeur et mode de financement choisi**

Donc, pour avoir plus de détails, nous présenterons dans le tableau ci-après les variations de fonds de roulement à partir des variations des ressources et des emplois de l'entreprise. Comme ressources, ce sont l'apport en capital, l'autofinancement, les amortissements, l'emprunt à long et à moyen terme à la Banque BOA. Et, les emplois sont des immobilisations sauf le fonds de roulement, les imprévus et le remboursement de capital investi. Alors, le tableau ci-dessous nous montre les variations des ressources et des emplois du projet.

**Tableau 27. Tableau de financement (en Ariary)**

| <b>Rubriques</b>            | <b>Montant</b>    | <b>Année 1</b>   | <b>Année 2</b>  | <b>Année 3</b> | <b>Année 4</b> | <b>Année 5</b> |
|-----------------------------|-------------------|------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| Apport en capital           | 19 410 000        |                  |                 |                |                |                |
| Résultat                    |                   | 2220 9,80        | 24824,500       | 26194,500      | 27754,5        | 34894,220      |
| Amortissements              |                   | 69710            | 69710           | 69710          | 69710          | 6201           |
| Emprunt à LMT BOA           | 72 480 000        |                  |                 |                |                |                |
| <b>A- T.RESSOURCES</b>      | <b>91 890 000</b> | <b>28180,800</b> | <b>31795,5</b>  | <b>33165,5</b> | <b>34725,5</b> | <b>410952,</b> |
| Immobilisations corporelles | 90 690 000        |                  |                 |                |                |                |
| Remboursement               |                   | 27542,4          | 249333,1        | 22323,8        | 19714,5        | 17105,2        |
| <b>B- T.EMPLOIES</b>        | <b>90 690 000</b> | <b>27542,4</b>   | <b>249333,1</b> | <b>22323,8</b> | <b>19714,5</b> | <b>17105,2</b> |
| C- Variations FR (A-B)      | 1 200 000         | 638,4            | 6862,3          | 10841,6        | 10501,9        | 23989,9        |
| D- Variations de BFR        | -                 | -                | -               | -              | -              | -              |
| E- Variations TRESO (C-D)   | 1 200 000         | 638,4            | 6862,3          | 10841,6        | 10501,9        | 23989,9        |
| <b>F- C.TRESO (E+F...)</b>  | <b>1 200 000</b>  | <b>6743,2</b>    | <b>8536,6</b>   | <b>9727,8</b>  | <b>15325,3</b> | <b>42418,3</b> |

**Source : Calcul du promoteur**

D'après ce tableau, nous avons constaté que la tenue de la trésorerie est de Ar 1.200.000 au début de l'exploitation. Cette somme ne cesse d'augmenter au cours de cinq années d'activités du projet. Cela veut dire que le promoteur pourra renouveler les matériels amortis à la cinquième année d'activités.

## **2.2-Remboursement d'emprunt :**

Le montant total des investissements est de Ar 91 890.000 qui se répartit d'apport en capital de Ar 19 410.000 et à financer de Ar 72.480.000. Cela explique que nous avons encore besoin de ce dernier auprès des institutions financières.

Pour cela, nous choisissons la banque BOA avec taux d'emprunt de 18 % remboursables au cours de 5 ans et le remboursement devrait se faire chaque année c'est-à-dire que le projet rembourse annuellement Ar 14 496.000 avec les intérêts y afférent.

Pour calculer l'annuité, nous utilisons la formule suivante :

$$\text{Annuité} = \frac{C}{n} + C \times i$$

On donne : a : annuité

C : montant de l'emprunt Ar 72.480.000

i : taux d'emprunt 18 %

n : la durée de récupération des capitaux investis 5ans

**Tableau 28. Tableau de remboursement des dettes (en Ariary)**

| Années       | Capital début<br>(1) | Intérêts<br>$C \times i$ (2) | Amortissements<br>$C/n$ (3) | Annuité<br>$C/n + Ci$ (4) | Capital (fin)<br>(1)-(3) |
|--------------|----------------------|------------------------------|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 1            | 72 480 000           | 13 046 400                   | 14 496 000                  | 27 542 400                | 57 984 000               |
| 2            | 57 984 000           | 10 437 120                   | 14 496 000                  | 24 933 120                | 43 488 000               |
| 3            | 43 488 000           | 7 827 840                    | 14 496 000                  | 22 323 840                | 28 992 000               |
| 4            | 28 992 000           | 5 218 560                    | 14 496 000                  | 19 714 560                | 14 496 000               |
| 5            | 14 496 000           | 2 609 280                    | 14 496 000                  | 17 105 280                | 0                        |
| <b>TOTAL</b> |                      | <b>39 139 200</b>            | <b>72 480 000</b>           | <b>111 619 200</b>        |                          |

*Source : calcul du promoteur*

Ce tableau nous présente le montant à payer par an avec les intérêts y afférents auprès de la banque et nous avons remarqué que les capitaux investis sont amortis totalement dans 5 ans.

### **Section 3 : -Les comptes de gestion et les états financiers prévisionnels**

L'analyse des états financiers permet d'estimer la rentabilité de l'investissement envisagé. Pour ce faire, l'analyse des comptes de gestion et l'établissement des états financiers proprement dite est nécessaire.

#### **3 1 : Les comptes de gestion**

##### ***3.1.1-Les compte de charges :***

Dans cette section, nous présenterons ci-après la dépense sur chaque unité de production, prévision d'achat de matières premières, prévision sur salaire du personnel

**Tableau 29. Les dépenses sur la carte le menu et le boisson : (En Ariary) CARTE :**

| ___PRODUITS      | MATIERES PREMIERES  |        |       |      |             | INGREDIENT<br>(En Ariary) | TOTAL |
|------------------|---------------------|--------|-------|------|-------------|---------------------------|-------|
|                  | DESIGNATION         | UNITE  | PU    | Q    | MONT<br>ANT |                           |       |
| Viande de bœuf   | Filet               | Kilo   | 4.600 | 0,25 | 1150        | 600                       | 1.750 |
| Viande de porc   | Côtelette, Escalope | Kilo   | 5.000 | 0,25 | 1.250       | 600                       | 1.850 |
| Poisson          | Thon ou sole        | Kilo   | 3.600 | 0,25 | 900         | 500                       | 1.400 |
| Crevette         | Crevette            | Kilo   | 4 800 | 0,20 | 960         | 500                       | 1.460 |
| Volaile          | Volaile             | Kilo   | 4.800 | 0,25 | 1.200       | 600                       | 1.860 |
| Soupe            | Pâte jaune          | Sachet | 500   | 0,50 | 250         | 600                       | 1050  |
|                  | Œuf                 | Nombre | 200   | 1    | 200         |                           |       |
| Mysao            | Pâte jaune          | Sachet | 500   | 0,50 | 250         | 600                       | 1150  |
|                  | Légume              | -      | -     | -    | 300         |                           |       |
| Riz cantonnais   | Riz                 | Kilo   | 1.000 | 0,20 | 200         | 800                       | 1.200 |
|                  | Œuf                 | Nombre | 200   | 1    | 200         |                           |       |
| Nem              | Viande              | Kilo   | 4.600 | 0,20 | 920         | 300                       | 1.280 |
|                  | Oignon              | Kilo   | 600   | 0,10 | 60          |                           |       |
| Oeuf et omelette | Œuf                 | Nombre | 200   | 2    | 400         | 200                       | 600   |
| Sandwich         | Pain                | Nombre | 200   | 0.50 | 100         | 400                       | 600   |
|                  | Beurre              | -      | -     | -    | 100         |                           |       |
| Légume           | -                   | -      | -     | -    | 300         | 100                       | 400   |

**Source : Enquête du promoteur, décembre 2007**

Ce tableau nous présente le prix unitaire de chaque unité de production de l'entité. Pour cela, nous avons remarqué que le prix unitaire de viande de porc est le plus cher que les autres. Il y a de différence d'Ar 400 par rapport à la viande de bœuf.

**Tableau 30. MENU**

| RUBRIQUES                     | PRODUITS      | MONTANT     |
|-------------------------------|---------------|-------------|
| Menu (gastronomie étrangères) | Hors d'œuvre  | 700         |
|                               | Entrée chaude | 700         |
|                               | Résistance    | 2000        |
|                               | Dessert       | 500         |
|                               | <b>Total</b>  | <b>3900</b> |

|                             |                      |              |
|-----------------------------|----------------------|--------------|
| Menu (gastronomie malagasy) | Menu du jour         | 1.700        |
|                             | Salade laitue        | 600          |
|                             | <b>Total</b>         | <b>2.300</b> |
| Réception                   | Menu du jour         | 2.000        |
|                             | Café ou thé          | 400          |
|                             | Salade laitue        | 500          |
|                             | Surplus (résistance) | 700          |
|                             | <b>Total</b>         | <b>3.600</b> |

Source : Enquête du promoteur, décembre 2007

Ce tableau nous présente les dépenses sur chaque unité de production de chaque produit comme le menu du jour, le menu (gastronomie étrangères et malagasy) et la réception.

**Tableau 31. BOISSON (en bouteille) :**

| DESIGNATION    | MONTANT |
|----------------|---------|
| Whiskies       | 24.000  |
| Cognac         | 26.000  |
| Eau de vie     | 23.000  |
| Vodka          | 20.000  |
| Vin de liqueur | 25.000  |
| Rhum           | 3.200   |
| Digestif       | 26.000  |
| Champagne      | 40.000  |
| Vins GM        | 3.600   |
| Vins PM        | 2.000   |
| Bières GM      | 1.200   |
| Bières PM      | 800     |
| Jus STAR GM    | 1000    |
| Jus STAR PM    | 600     |
| Jus TIKO GM    | 1.200   |
| Jus TIKO PM    | 750     |

Source : Enquête du promoteur, décembre 2007

❖ **-Prévision d'achat de matières premières :**

Nous allons présenter ci-dessous l'achat prévisionnel pour l'année 1 et sur cinq ans d'exploitation de l'entité.

**-Achat prévisionnel pour l'année 1 :**

**Tableau 32. Achat prévisionnel pour l'année 1 : (En millier Ariary)**

| RUBRIQUES    | PU (kg) | J   | F   | M   | A   | M   | J   | J   | A   | S   | O   | N   | D   | Total       |
|--------------|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------------|
| <b>CARTE</b> |         |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |             |
| Bœuf (100)   | 1.300   | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | <b>1560</b> |
| Porc (100)   | 1.600   | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | 160 | <b>1920</b> |

|                       |            |                         |                         |                    |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                    |                         |                         |                     |
|-----------------------|------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|
| Poisson (100)         | 1.250      | 125                     | 125                     | 125                | 125                     | 125                     | 125                     | 125                     | 125                     | 125                     | 125                | 125                     | 125                     | 1500                |
| Crevette (100)        | 1.500      | 150                     | 150                     | 150                | 150                     | 150                     | 150                     | 150                     | 150                     | 150                     | 150                | 150                     | 150                     | 1800                |
| Crabe (50)            | 1.400      | 70                      | 70                      | 70                 | 70                      | 70                      | 70                      | 70                      | 70                      | 70                      | 70                 | 70                      | 70                      | 840                 |
| Soupe (200)           | 875        | 175                     | 175                     | 175                | 175                     | 175                     | 175                     | 175                     | 175                     | 175                     | 175                | 175                     | 175                     | 2100                |
| Mysao Riz (200)       | 975        | 195                     | 195                     | 195                | 195                     | 195                     | 195                     | 195                     | 195                     | 195                     | 195                | 195                     | 195                     | 2340                |
| Nem (200)             | 1.200      | 240                     | 240                     | 240                | 240                     | 240                     | 240                     | 240                     | 240                     | 240                     | 240                | 240                     | 240                     | 2880                |
| Œuf et Omelette (100) | 1.460      | 146                     | 146                     | 146                | 146                     | 146                     | 146                     | 146                     | 146                     | 146                     | 146                | 146                     | 146                     | 1752                |
| Sandwich (100)        | 800        | 80                      | 80                      | 80                 | 80                      | 80                      | 80                      | 80                      | 80                      | 80                      | 80                 | 80                      | 80                      | 960                 |
| Légume (100)          | 600        | 60                      | 60                      | 60                 | 60                      | 60                      | 60                      | 60                      | 60                      | 60                      | 60                 | 60                      | 60                      | 720                 |
| <b>MENU</b>           |            |                         |                         |                    |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                    |                         |                         |                     |
| Jour (100)            | 2.900      | 290                     | 290                     | 290                | 290                     | 290                     | 290                     | 290                     | 290                     | 290                     | 290                | 290                     | 290                     | 3480                |
| Dimanche § JR (25)    | 3.400      | 85                      | 85                      | 85                 | 85                      | 85                      | 85                      | 85                      | 85                      | 85                      | 85                 | 85                      | 85                      | 1020                |
| Réception (2)         | 4.500      | 9                       | 9                       | 9                  | 9                       | 9                       | 9                       | 9                       | 9                       | 9                       | 9                  | 9                       | 9                       | 108                 |
| <b>BOISSON</b>        |            |                         |                         |                    |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                    |                         |                         |                     |
| Whiskies              | 24.00<br>0 | 24                      | 24                      | 24                 | 24                      | 24                      | 24                      | 24                      | 24                      | 24                      | 24                 | 24                      | 24                      | 288                 |
| Cognac (1)            | 26.00<br>0 | 26                      | 26                      | 26                 | 26                      | 26                      | 26                      | 26                      | 26                      | 26                      | 26                 | 26                      | 26                      | 312                 |
| Eau de vie (1)        | 23.00<br>0 | 23                      | 23                      | 23                 | 23                      | 23                      | 23                      | 23                      | 23                      | 23                      | 23                 | 23                      | 23                      | 276                 |
| Vodka (1)             | 20.00<br>0 | 20                      | 20                      | 20                 | 20                      | 20                      | 20                      | 20                      | 20                      | 20                      | 20                 | 20                      | 20                      | 240                 |
| Vins de Liqueur       | 25.00<br>0 | 25                      | 25                      | 25                 | 25                      | 25                      | 25                      | 25                      | 25                      | 25                      | 25                 | 25                      | 25                      | 300                 |
| Rhum (2)              | 3.200      | 6,4                     | 6,4                     | 6,4                | 6,4                     | 6,4                     | 6,4                     | 6,4                     | 6,4                     | 6,4                     | 6,4                | 6,4                     | 6,4                     | 76,8                |
| Digestif (1)          | 26.00<br>0 | 26                      | 26                      | 26                 | 26                      | 26                      | 26                      | 26                      | 26                      | 26                      | 26                 | 26                      | 26                      | 312                 |
| Champagne (1)         | 40.00<br>0 | 40                      | 40                      | 40                 | 40                      | 40                      | 40                      | 40                      | 40                      | 40                      | 40                 | 40                      | 40                      | 480                 |
| Vin GM (50)           | 3.600      | 180                     | 180                     | 180                | 180                     | 180                     | 180                     | 180                     | 180                     | 180                     | 180                | 180                     | 180                     | 2160                |
| Vin PM (100)          | 2.000      | 200                     | 200                     | 200                | 200                     | 200                     | 200                     | 200                     | 200                     | 200                     | 200                | 200                     | 200                     | 2400                |
| Bière GM (100)        | 1.200      | 100                     | 100                     | 100                | 100                     | 100                     | 100                     | 100                     | 100                     | 100                     | 100                | 100                     | 100                     | 1200                |
| Bière PM (100)        | 800        | 50                      | 50                      | 50                 | 50                      | 50                      | 50                      | 50                      | 50                      | 50                      | 50                 | 50                      | 50                      | 600                 |
| Jus STAR GM (50)      | 1000       | 45                      | 45                      | 45                 | 45                      | 45                      | 45                      | 45                      | 45                      | 45                      | 45                 | 45                      | 45                      | 540                 |
| Jus STAR PM (100)     | 650        | 45                      | 45                      | 45                 | 45                      | 45                      | 45                      | 45                      | 45                      | 45                      | 45                 | 45                      | 45                      | 540                 |
| Jus TIKO GM (50)      | 1.200      | 60                      | 60                      | 60                 | 60                      | 60                      | 60                      | 60                      | 60                      | 60                      | 60                 | 60                      | 60                      | 720                 |
| JusTIKO PM (100)      | 750        | 55                      | 55                      | 55                 | 55                      | 55                      | 55                      | 55                      | 55                      | 55                      | 55                 | 55                      | 55                      | 660                 |
| <b>TOTAL</b>          |            | <b>3<br/>140,<br/>4</b> | <b>3<br/>140,<br/>4</b> | <b>3140<br/>,4</b> | <b>3<br/>140<br/>,4</b> | <b>3<br/>140,<br/>4</b> | <b>3<br/>140,<br/>4</b> | <b>3<br/>140,<br/>4</b> | <b>3<br/>140,<br/>4</b> | <b>3<br/>140,<br/>4</b> | <b>3140<br/>,4</b> | <b>3<br/>140,<br/>4</b> | <b>2<br/>840,<br/>4</b> | <b>37684,<br/>8</b> |

*Source : Enquête du promoteur, décembre 2007*

*PU (en kg) : Coût pour une personne*

**-Achat prévisionnel sur cinq ans :**

**Tableau 33. Achat prévisionnel sur 5 ans (En Ariary)**

| RUBRIQUES | ANNEE 1 | ANNEE 2 | ANNEE 3 | ANNEE 4 | ANNEE 5 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| CARTE     |         |         |         |         |         |

|                 |                 |               |               |               |               |
|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Bœuf            | 1560            | 1580          | 1600          | 1650          | 1680          |
| Porc            | 1920            | 1940          | 1950          | 1960          | 1980          |
| Poisson         | 1500            | 1550          | 1560          | 1600          | 1620          |
| Crevette        | 1800            | 1850          | 1860          | 1870          | 1880          |
| Crabe           | 840             | 860           | 870           | 880           | 890           |
| Soupe           | 2100            | 2200          | 2240          | 2260          | 2280          |
| Mysao – Riz     | 2340            | 2350          | 2360          | 2380          | 2390          |
| Nem             | 2880            | 2900          | 2940          | 2950          | 2980          |
| Œuf et Omelette | 1752            | 1700          | 1750          | 1780          | 1790          |
| Sandwich        | 960             | 980           | 1000          | 1080          | 1090          |
| Légume          | 720             | 740           | 750           | 760           | 780           |
| <b>MENU</b>     |                 |               |               |               |               |
| Jour            | 3480            | 3500          | 3540          | 3560          | 3580          |
| Dimanche § JR   | 1020            | 1040          | 1060          | 1080          | 1120          |
| Réception       | 108             | 110           | 120           | 130           | 140           |
| <b>BOISSON</b>  |                 |               |               |               |               |
| Whiskies        | 288             | 300           | 320           | 340           | 360           |
| Cognac          | 312             | 320           | 330           | 340           | 350           |
| Eau de vie      | 276             | 280           | 290           | 300           | 310           |
| Vodka           | 240             | 250           | 260           | 270           | 280           |
| Vins de Liqueur | 300             | 350           | 400           | 450           | 500           |
| Rhum            | 76,8            | 80            | 85            | 100           | 105           |
| Digestif        | 312             | 320           | 330           | 340           | 350           |
| Champagne       | 480             | 500           | 520           | 540           | 560           |
| Vin GM          | 2160            | 2200          | 2250          | 2300          | 2350          |
| Vin PM          | 2400            | 2480          | 2500          | 2560          | 2580          |
| Bière GM        | 1200            | 1250          | 1300          | 1400          | 1420          |
| Bière PM        | 600             | 620           | 640           | 660           | 680           |
| Jus STAR GM     | 1000            | 1060          | 1080          | 1100          | 1120          |
| Jus STAR PM     | 650             | 560           | 580           | 600           | 620           |
| JusTIKO GM      | 1000            | 1040          | 1080          | 1100          | 1120          |
| JusTIKO PM      | 750             | 780           | 800           | 820           | 860           |
| <b>TOTAL</b>    | <b>34 084,8</b> | <b>34 790</b> | <b>35 465</b> | <b>36 260</b> | <b>36 865</b> |

*Source : Enquête du promoteur, décembre 2007*

D'après ce tableau, nous avons constaté que l'achat prévisionnel ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation du projet.

❖ **Prévision sur salaire du personnel :**

Ce sont les charges du personnel correspondant au travail des ouvriers qui collaborent directement à la fabrication des produits et service. Donc, nous allons présenter dans un tableau ci-dessous le salaire annuel de chaque personnel et la déduction correspondante.

**-Salaire prévisionnel sur cinq ans :**

Nous allons présenter dans un tableau ci-après les salaires prévisionnels sur 5ans.

**Tableau 34. L'évolution du salaire du personnel sur cinq ans (en Ariary)**

| RUBRIQUES | ANNEE 1 | ANNEE 2 | ANNEE 3 | ANNEE 4 | ANNEE 5 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|

|                             |                   |                   |                    |                   |                   |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| Gérant                      | 3.647.360         | 3.647.360         | 3.700.000          | 3.740.000         | 3.780.000         |
| RAF                         | 3 100.080         | 3 100.080         | 3 200.000          | 3 290.000         | 3 350.000         |
| Responsable hébergement     | 2.919.520         | 2.919.520         | 3.080.000          | 3.120.000         | 3.200.000         |
| Responsable restauration    | 2.700.400         | 2.760.400         | 2.810.000          | 2.890.000         | 2.950.000         |
| Chef cuisinier (01)         | 2 626.160         | 2 626.160         | 2.700.000          | 2.740.000         | 2.800.000         |
| Cuisinier                   | 1 494.080         | 1 494.080         | 1 500.000          | 1 540.000         | 1 590.000         |
| Serveuses (02)              | 2.160.400         | 2.160.400         | 2.200.000          | 2.240.000         | 2.280.000         |
| Lingerie                    | 1 159.600         | 1 159.600         | 1 200.000          | 1 240.000         | 1 300.000         |
| Barman                      | 1 276.600         | 1 276.600         | 1 310.000          | 1 386.000         | 1 450.000         |
| Sécurités (02)              | 2 176.600         | 2 176.600         | 2 220.000          | 2 260.000         | 2 310.000         |
| Jardinier                   | 1 159.600         | 1 159.600         | 1 200.000          | 1 240.000         | 1 280.000         |
| Chauffeur                   | 1 594.080         | 1 594.080         | 1 620.000          | 1 660.000         | 1 720.000         |
| <b>TOTAL salaire annuel</b> | <b>25 012.480</b> | <b>25.012.480</b> | <b>26 .744.600</b> | <b>27.346.000</b> | <b>28.010.000</b> |

Source : Prévission du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que le salaire du personnel ne change pas en deuxième année. A partir de la troisième année, ce salaire ne cesse d'augmenter jusqu'à la cinquième année d'exploitation.

*Tableau 35 : Calcul de charge patronale en année 1*

| Fonction  | Effectif | Salaire/an | Charge patronale |         | Total charge de personnel/an |
|-----------|----------|------------|------------------|---------|------------------------------|
|           |          |            | CNaPs13%         | OSIE 5% |                              |
| Gérant    | 1        | 3 647 360  | 474 156          | 182 368 | 4 303 884                    |
| RAF       | 1        | 3 100 000  | 403 000          | 155 000 | 3 658 000                    |
| Res Hébe  | 1        | 2 919 520  | 379 537          | 145 976 | 3 445 033                    |
| Res Resta | 1        | 2 700 400  | 351 052          | 135 020 | 3 186 472                    |
| Chef Cuis | 1        | 2 626 160  | 341 400          | 131 308 | 3 098 868                    |
| Cuisinier | 1        | 1 494 080  | 194 230          | 74 704  | 1 763 014                    |
| Serveuses | 2        | 2 160 400  | 280 852          | 108 020 | 2 549 272                    |
| Lingerie  | 1        | 1 159 600  | 150 748          | 57 980  | 1 368 328                    |
| Barman    | 1        | 1 276 600  | 165 958          | 63 830  | 1 506 388                    |
| Sécurité  | 2        | 2 176 600  | 282 958          | 108 830 | 2 568 388                    |
| Jardinier | 1        | 1 159 600  | 150 748          | 57 980  | 1 368 328                    |
| Chauffeur | 1        | 1 594 080  | 207 230          | 79 704  | 1 881 014                    |

#### ❖ .. -Autres charges prévisionnelles :

Ce sont les charges indirectes qui ne peuvent affecter directement au coût d'un produit.

*Tableau 36. Les autres charges (en millier Ariary)*

| RUBRIQUES       | J  | F  | M  | A  | M  | J  | J  | A  | S  | O  | N  | D  | TOTAL |
|-----------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|
| Petit outillage | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 120   |
| Electricité     | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 480   |

|                      |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |             |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| Gaz                  | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         | <b>480</b>  |
| Carburant            | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | <b>1200</b> |
| Fourniture de bureau | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | 10         | <b>120</b>  |
| Entretien matériel   | 60         |            |            | 60         |            |            | 60         |            |            | 60         |            |            | <b>240</b>  |
| Publicité            | 40         | 40         | 40         |            |            |            |            |            |            |            |            |            | <b>120</b>  |
| Taxe                 | 100        |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | <b>100</b>  |
| Taxe foncière        | 25         |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | <b>25</b>   |
| Carte vignette       | 25         |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            | <b>25</b>   |
| <b>TOTAL</b>         | <b>450</b> | <b>240</b> | <b>240</b> | <b>260</b> | <b>200</b> | <b>200</b> | <b>260</b> | <b>200</b> | <b>200</b> | <b>260</b> | <b>200</b> | <b>200</b> | <b>2940</b> |

Ce tableau nous montre les dépenses pour les autres charges au cours de la première année d'exploitation.

**Tableau 37.** Les autres charges sur cinq ans (en millier Ariary)

| <b>RUBRIQUES</b> | <b>ANNEE 1</b> | <b>ANNEE 2</b> | <b>ANNEE 3</b> | <b>ANNEE 4</b> | <b>ANNEE 5</b> |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Petit outillage  | 120            | 130            | 140            | 150            | 160            |
| Electricité      | 480            | 500            | 520            | 540            | 560            |
| Gaz              | 480            | 500            | 520            | 540            | 560            |

|                      |              |              |              |              |              |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Carburant            | 1200         | 1220         | 1240         | 1250         | 1260         |
| Fourniture de bureau | 120          | 130          | 140          | 150          | 160          |
| Entretien matériel   | 240          | 250          | 260          | 270          | 280          |
| Publicité            | 120          | 130          | 140          | 150          | 160          |
| Taxe                 | 100          | 100          | 100          | 100          | 100          |
| Taxe foncière        | 25           | 25           | 25           | 25           | 25           |
| Carte vignette       | 25           | 25           | 25           | 25           | 25           |
| <b>TOTAL</b>         | <b>3.150</b> | <b>3.260</b> | <b>3.370</b> | <b>3.470</b> | <b>3.570</b> |
|                      |              |              |              |              |              |

Source : Estimation du promoteur

A L'égard de ce tableau, nous constatons que les autres charges ne stoppent d'augmenter au cours de cinq années d'exploitation.

### **3.1.2. Les produits :**

Dans cette section, nous présenterons ci-dessous la capacité de production et d'accueil prévisionnelle, le chiffre d'affaires prévisionnelles.

#### **➤ Capacité de production et d'accueil prévisionnel**

**Tableau 38. Prévision de vente en quantité pour l'année 1 : En nombre**

| RUBRIQUES       | J   | F   | M   | A   | M   | J   | J   | A   | S   | O   | N   | D   | Total       |
|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------------|
| <b>CARTE</b>    |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |             |
| Bœuf            | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | <b>2400</b> |
| Porc            | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | <b>1200</b> |
| Poisson         | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | <b>2400</b> |
| Crevette        | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | <b>1200</b> |
| Crabe           | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | <b>1200</b> |
| Soupe           | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | <b>4800</b> |
| Mysao –Riz      | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | <b>1200</b> |
| Nem             | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | <b>7200</b> |
| Œuf et Omelette | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | <b>1200</b> |
| Sandwich        | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | <b>1200</b> |
| Légume          | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | <b>2400</b> |
| <b>MENU</b>     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |             |
| Jour            | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 100 | 100 | <b>1200</b> |
| Dimanche § JR   | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | 50  | <b>600</b>  |
| Réception       | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | <b>24</b>   |
| <b>BOISSON</b>  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |             |

|                 |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |              |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Whiskies        | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 12           |
| Cognac          | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 12           |
| Eau de vie (1)  | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 5           | 1           | 1           | 12           |
| Vodka (1)       | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 12           |
| Vins de Liqueur | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 12           |
| Rhum            | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           | 2           | 24           |
| Digestif        | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 12           |
| Champagne       | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 1           | 12           |
| Vin GM          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 600          |
| Vin PM          | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 1200         |
| Bière GM        | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 1200         |
| Bière PM        | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 1200         |
| Jus STAR GM     | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 50          | 600          |
| Jus STAR PM     | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 1200         |
| Jus TIKO GM     | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 50          | 600          |
| JusTIKO PM      | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 1200         |
| <b>TOTAL</b>    | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>5011</b> | <b>3011</b> | <b>3011</b> | <b>36132</b> |

**Tableau 39. Prévision de vente en quantité sur 5ans :**

| <b>RUBRIQUES</b> | <b>ANNEE 1</b> | <b>ANNEE 2</b> | <b>ANNEE 3</b> | <b>ANNEE 4</b> | <b>ANNEE 5</b> |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>CARTE</b>     |                |                |                |                |                |
| Bœuf             | 2400           | 2500           | 2600           | 2700           | 2800           |
| Porc             | 1200           | 1300           | 1400           | 1500           | 1600           |
| Poisson          | 2400           | 2500           | 2600           | 2700           | 2800           |
| Crevette         | 1200           | 1300           | 1400           | 1500           | 1600           |
| Crabe            | 1200           | 1300           | 1400           | 1500           | 1600           |
| Soupe            | 4800           | 4900           | 5000           | 5200           | 5400           |
| Mysao – Riz      | 1200           | 1300           | 1400           | 1500           | 1600           |
| Nem              | 7200           | 7400           | 7500           | 7600           | 7700           |
| Œuf et Omelette  | 1200           | 1300           | 1400           | 1500           | 1600           |
| Sandwich         | 1200           | 1300           | 1400           | 1500           | 1600           |
| Légume           | 2400           | 2500           | 2600           | 2700           | 2800           |
| <b>MENU</b>      |                |                |                |                |                |
| Jour             | 1200           | 1300           | 1400           | 1500           | 1600           |
| Dimanche § JR    | 600            | 700            | 800            | 900            | 900            |
| Réception        | 24             | 25             | 26             | 27             | 28             |

|                 |              |              |              |              |              |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>BOISSON</b>  |              |              |              |              |              |
| Whiskies        | 12           | 12           | 13           | 14           | 15           |
| Cognac          | 12           | 12           | 13           | 14           | 15           |
| Eau de vie      | 12           | 12           | 13           | 14           | 15           |
| Vodka           | 12           | 12           | 13           | 14           | 15           |
| Vins de Liqueur | 12           | 12           | 13           | 14           | 15           |
| Rhum            | 24           | 30           | 35           | 40           | 50           |
| Digestif        | 12           | 12           | 13           | 14           | 15           |
| Champagne       | 12           | 12           | 13           | 14           | 15           |
| Vin GM          | 600          | 800          | 1000         | 1200         | 1300         |
| Vin PM          | 1200         | 1300         | 1400         | 1500         | 1600         |
| Bière GM        | 1200         | 1300         | 1400         | 1500         | 1600         |
| Bière PM        | 1200         | 1300         | 1400         | 1500         | 1600         |
| Jus STAR GM     | 600          | 800          | 1000         | 1200         | 1300         |
| Jus STAR PM     | 1200         | 1300         | 1400         | 1500         | 1600         |
| JusTIKO GM      | 600          | 800          | 1000         | 1200         | 1300         |
| JusTIKO PM      | 1200         | 1300         | 1400         | 1500         | 1600         |
| <b>TOTAL</b>    | <b>36132</b> | <b>38585</b> | <b>41052</b> | <b>43565</b> | <b>45683</b> |

*Source : Enquête du promoteur, décembre 2007*

Ce tableau nous présente la prévision de vente sur cinq ans d'exploitation du projet. Pour cela, nous avons constaté qu'elle ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'activités.

➤ *-Le chiffre d'affaires prévisionnelles :*

*-Chiffre d'affaires prévisionnelles pour l'année 1 : (en millier Ariary)*

**Tableau 40 Chiffre d'affaires prévisionnelles pour la première année :**

| <b>RUBRIQUES</b> | <b>PU</b> | <b>J</b>    | <b>F</b>    | <b>M</b>    | <b>A</b>    | <b>M</b>    | <b>J</b>    | <b>J</b>    | <b>A</b>    | <b>S</b>    | <b>O</b>    | <b>N</b>    | <b>D</b>    | <b>Total</b> |
|------------------|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| <b>CARTE</b>     |           |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |              |
| Bœuf             | 2.000     | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | <b>4800</b>  |
| Porc             | 3.000     | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | <b>3600</b>  |
| Poisson          | 2.000     | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | 400         | <b>4800</b>  |
| Crevette         | 2.400     | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | <b>2880</b>  |
| Crabe            | 2.400     | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | <b>2880</b>  |
| Soupe            | 1.600     | 640         | 640         | 640         | 640         | 640         | 640         | 640         | 640         | 640         | 640         | 640         | 640         | <b>7680</b>  |
| Mysao – Riz      | 1.600     | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | <b>1920</b>  |
| Nem              | 300       | 180         | 180         | 180         | 180         | 180         | 180         | 180         | 180         | 180         | 180         | 180         | 180         | <b>2160</b>  |
| Œuf et Omelette  | 600       | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | <b>720</b>   |
| Sandwich         | 1.200     | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         | 120         | <b>1440</b>  |
| Légume           | 1.200     | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | 240         | <b>2880</b>  |
| <b>MENU</b>      |           |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |              |
| Jour             | 10.000    | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | 1000        | <b>12000</b> |
| Dimanche         | 15.000    | 750         | 750         | 750         | 750         | 750         | 750         | 750         | 750         | 750         | 750         | 750         | 750         | <b>9000</b>  |
| Réception        | 20.000    | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | <b>480</b>   |
| <b>BOISSON</b>   |           |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |              |
| Whiskies         | 30.000    | 30          | 30          | 30          | 30          | 30          | 30          | 30          | 30          | 30          | 30          | 30          | 30          | <b>360</b>   |
| Cognac           | 40.000    | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | <b>480</b>   |
| Eau de vie       | 36.000    | 36          | 36          | 36          | 36          | 36          | 36          | 36          | 36          | 36          | 36          | 36          | 36          | <b>432</b>   |
| Vodka            | 28.000    | 28          | 28          | 28          | 28          | 28          | 28          | 28          | 28          | 28          | 28          | 28          | 28          | <b>336</b>   |
| Vins de Liqueur  | 32.000    | 32          | 32          | 32          | 32          | 32          | 32          | 32          | 32          | 32          | 32          | 32          | 32          | <b>384</b>   |
| Rhum             | 4.000     | 8           | 8           | 8           | 8           | 8           | 8           | 8           | 8           | 8           | 8           | 8           | 8           | <b>96</b>    |
| Digestif         | 40.000    | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | 40          | <b>480</b>   |
| Champagne        | 60.000    | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | <b>720</b>   |
| Vin GM           | 5.000     | 250         | 250         | 250         | 250         | 250         | 250         | 250         | 250         | 250         | 250         | 250         | 250         | <b>3000</b>  |
| Vin PM           | 3.000     | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | 300         | <b>3600</b>  |
| Bière GM         | 1.600     | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | 160         | <b>1920</b>  |
| Bière PM         | 1.000     | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | <b>1200</b>  |
| Jus STAR GM      | 1.200     | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | <b>720</b>   |
| Jus STAR PM      | 600       | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | 60          | <b>720</b>   |
| JusTIKO GM       | 1.600     | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | <b>960</b>   |
| JusTIKO PM       | 800       | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | 80          | <b>960</b>   |
| <b>TOTAL</b>     |           | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>6134</b> | <b>73608</b> |

**-Chiffre d'affaires prévisionnelles sur cinq ans :**

**Tableau 41. Chiffre d'affaires prévisionnelles sur cinq ans :(en millier Ariary)**

| <b>RUBRIQUES</b> | <b>ANNEE 1</b> | <b>ANNEE 2</b> | <b>ANNEE 3</b> | <b>ANNEE 4</b> | <b>ANNEE 5</b> |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>CARTE</b>     |                |                |                |                |                |
| Bœuf             | 4 800          | 5 000          | 5 200          | 5 400          | 5 600          |
| Porc             | 3 600          | 3 900          | 4 200          | 4 500          | 4 800          |
| Poisson          | 4 800          | 5 000          | 5 200          | 5 400          | 5 600          |
| Crevette         | 2 880          | 3 120          | 3 360          | 3 600          | 3 840          |
| Crabe            | 2 880          | 3 120          | 3 360          | 3 600          | 3 840          |
| Soupe            | 7 680          | 7 840          | 8 000          | 8 320          | 8 640          |
| Mysao – Riz      | 1 920          | 2 080          | 2 240          | 2 400          | 2 560          |
| Nem              | 2 160          | 2 220          | 2 250          | 2 280          | 2 310          |
| Œuf et Omelette  | 720            | 780            | 840            | 900            | 960            |
| Sandwich         | 1 440          | 1 560          | 1 680          | 1 800          | 1 920          |
| Légume           | 2 880          | 3 000          | 3 120          | 3 240          | 3 360          |
| <b>MENU</b>      |                |                |                |                |                |
| Jour             | 12 000         | 13 000         | 14 000         | 15 000         | 16 000         |
| Dimanche § JR    | 9 000          | 10 500         | 12 000         | 13 500         | 15 000         |
| Réception        | 480            | 480            | 520            | 560            | 600            |
| <b>BOISSON</b>   |                |                |                |                |                |
| Whiskies         | 360            | 360            | 390            | 420            | 450            |
| Cognac           | 480            | 480            | 520            | 560            | 600            |
| Eau de vie       | 432            | 432            | 468            | 504            | 540            |
| Vodka            | 336            | 840            | 980            | 1 120          | 1 400          |
| Vins de Liqueur  | 384            | 384            | 416            | 448            | 480            |
| Rhum             | 96             | 96             | 104            | 112            | 120            |
| Digestif         | 480            | 480            | 520            | 560            | 600            |
| Champagne        | 720            | 720            | 780            | 840            | 900            |
| Vin GM           | 3 000          | 4 000          | 5 000          | 6 000          | 6 500          |
| Vin PM           | 3 600          | 3 900          | 4 200          | 4 500          | 4 800          |
| Bière GM         | 1 920          | 2 080          | 2 240          | 2 400          | 2 560          |
| Bière PM         | 1 200          | 1 300          | 1 400          | 1 500          | 1 600          |
| Jus STAR GM      | 720            | 960            | 1 000          | 1 200          | 1 300          |
| Jus STAR PM      | 720            | 780            | 840            | 900            | 960            |
| JusTIKO GM       | 960            | 1 280          | 1 600          | 1 920          | 2 080          |
| JusTIKO PM       | 960            | 1 040          | 1 120          | 1 200          | 1 280          |
| <b>TOTAL</b>     | <b>79 608</b>  | <b>84 732</b>  | <b>90 548</b>  | <b>96 684</b>  | <b>101 700</b> |

*Source : Calcul du promoteur*

D'après ce tableau, nous avons constaté que les chiffres d'affaires prévisionnels ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation du projet. Ils sont de Ar 79.608.000 à la première année d'exploitation et atteignent à Ar 101.700.000 à la cinquième année d'exploitation de l'entité.

**Tableau 42. Chiffre d'affaires prévisionnelles pour les Tentes : (en Ariary)**

| <b>Rubriques</b>                                        | <b>Année 1</b>    | <b>Année 2</b>    | <b>Année 3</b>    | <b>Année 4</b>    | <b>Année 5</b>    |
|---------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Nationaux (648)<br>Prix unitaire (15 000) <sup>oo</sup> | 17.100.000        | 19.000.000        | 21.000.000        | 24.000.000        | 26.000.000        |
| Etrangers (1080)<br>Prix unitaire (30 000)              | 55.800.000        | 58.000.000        | 60.800.000        | 61.900.000        | 63.000.000        |
| <b>TOTAL</b>                                            | <b>72.900.000</b> | <b>77.000.000</b> | <b>81.800.000</b> | <b>85.900.000</b> | <b>89.000.000</b> |

Source : Estimation du promoteur

**Tableau 43. Trésorerie pour la première année**

| Rubriques             | Total           | J              | F              | M              | A              | M              | J              | J              | A              | S              | O              | N              | D               |
|-----------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| Solde cumul           |                 | -14362,2       | -26624,4       | -40527,9       | 73486,8        | 18810,1        | 30107,5        | 41508,9        | 52970,4        | 64267,8        | 75669,2        | 87130,7        | 67432           |
| Vente                 | 152508          |                |                |                | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3         |
| <b>T. E</b>           | <b>260698</b>   | <b>91890</b>   |                |                | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3        | 16945,3         |
| Solde du mois         | 6743,2          | -14362,2       | -12262,2       | -13903,5       | 11401,4        | 11461,4        | 11297,3        | 11401,4        | 11461,4        | 11297,3        | 11401,4        | 11461,4        | -80387,57       |
| <b>T. DEC</b>         | <b>258406,2</b> | <b>93326,6</b> | <b>1226,22</b> | <b>1390,35</b> | <b>5543,85</b> | <b>5483,85</b> | <b>5647,98</b> | <b>5543,85</b> | <b>5483,85</b> | <b>5647,98</b> | <b>5543,85</b> | <b>5483,85</b> | <b>97332,96</b> |
| Achat. MP             | 34 084,8        |                |                |                | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63        | 4297,63         |
| Salaire pers          | 25012,4         | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37        | 2084,37         |
| Carburant             | 1200            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100            | 100             |
| Elec                  | 480             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40              |
| Gaz                   | 480             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40             | 40              |
|                       | 240             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20             | 20              |
| Mat<br>professionnels | 120             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10              |
| FDB                   | 120             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10             | 10              |
| Apport                | 19410           | 19410          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| Emprunt               | 72480           | 72480          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| E. matériel           | 240             | 60             |                |                | 60             |                |                | 60             |                |                | 60             |                |                 |
| Publicité             | 120             | 40             | 40             | 40             |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| Taxes                 | 100             | 100            |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| CH. patronales        | 656,524         |                |                | 164,131        |                |                | 164,131        |                |                | 164,131        |                |                | 164,131         |
| Investissements       | 91890           | 91890          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                 |
| CH. Financières       | 13046,4         |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                | 13046,4         |
| Remboursemen<br>t     | 14496           |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                | 14496           |
| CH. E°                | 51440,72        |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                | 51440,72        |
| Impôts                | 813,5           |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                | 813,5           |

### 3 2 : Etats financiers prévisionnels :

Dans cette section, nous allons présenter successivement ci-après le bilan prévisionnel d'ouverture et de clôture de l'entité.

#### 3.2.1-Bilan prévisionnel

##### ❖ Bilan prévisionnel d'ouverture et de clôture :

Le bilan nous permet de connaître la situation globale sur la situation financière de l'entité notamment à propos des patrimoines de l'entité. Donc, pour avoir plus d'explication, nous présenterons dans le tableau ci-après le bilan d'ouverture et la situation financière de l'entité pour l'année 1 jusqu'à la cinquième année d'exploitation du projet.

*Tableau 44. Bilan d'ouverture : en Ariary*

| <b>ACTIF</b>                  | <b>Montant</b>    | <b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b> | <b>Montant</b>    |
|-------------------------------|-------------------|-----------------------------------|-------------------|
| <b>Actif non courant :</b>    | <b>90 690.000</b> | <b>Capitaux propres :</b>         | <b>19 410.000</b> |
| Immobilisation incorporelle : |                   | Capital social                    | 19 410.000        |
| Frais développement           |                   |                                   |                   |
| Immobilisation corporelle :   |                   | <b>Passif non courant :</b>       | <b>72.480.000</b> |
| Terrain                       | 600.000           | Emprunt                           | 72 480.000        |
| Construction                  | 40.000.000        |                                   |                   |
| Mobilier de bureau            | 230.000           |                                   |                   |
| Matériel profession           | 32780000          |                                   |                   |
| Matériel                      | 3.080.000         |                                   |                   |
| informatique                  | 20.000.000        |                                   |                   |
| Matériel de transport         | 4.000.000         |                                   |                   |
| Agencement et installation    |                   |                                   |                   |
| <b>Actif courant :</b>        | <b>1.200.000</b>  |                                   |                   |
| Trésorerie                    | 1.200.000         |                                   |                   |
| <b>TOTAL ACTIF</b>            | <b>91 890.000</b> | <b>TOTAL PASSIF</b>               | <b>91890.000</b>  |

*Source : Calcul du promoteur*

Ce tableau nous présente la situation financière de l'entité au début d'exploitation. Pour cela, nous avons constaté que la tenue de la trésorerie s'élève à Ar 1.200.000.

##### ❖ Bilan de clôtures sur cinq ans d'exploitation :

Dans cette section, nous présenterons ci-après les bilans de clôtures de la première année jusqu'à la cinquième année d'activité.

**Tableau 45. Bilan prévisionnel pour l'année 1 : en Ariary 31-12-N**

| Actif                    | Valeur Brute     | Amortissement  | Valeur Nette      | Cap prop et Passif        | Valeur Nette       |
|--------------------------|------------------|----------------|-------------------|---------------------------|--------------------|
| <b>Actif non courant</b> |                  |                |                   | <b>Capitaux propres</b>   |                    |
| Terrain                  | 600 000          | 0              | 600 000           | Capital                   | 19410-000          |
| Construction             | 30 000 000       | 1 500000       | 28500000          | Reserve légale            |                    |
| MB                       | 230 000          | 23 000         | 207 000           | Report à nouveau          |                    |
| Matériel info            | 3 080000         | 770 000        | 2 310 000         | Résultat net              | 22209800           |
| Matériels professionnels | 32780000         | 3278000        | 29502000          |                           |                    |
| Matériel de transport    | 20000000         | 1000000        | 19000000+         |                           |                    |
| Agencement               | 4 000 000        | 400 000        | 3 600 000         |                           |                    |
| <b>TANC</b>              | <b>90 090000</b> | <b>6971000</b> | <b>83019000</b>   | <b>TCP</b>                | <b>41619 800</b>   |
| <b>Actif courant</b>     |                  |                |                   | <b>Passif non courant</b> |                    |
| Stocks                   | 12 458 900       |                | 12 458 900        | Dettes                    | 72480000           |
| Clients                  | 46398700         |                | 46398700          | Autres dettes             | 0                  |
| Trésorerie               | 6743200          |                | 6743200           | Fournisseurs              | 24520000           |
| <b>TAC</b>               |                  |                | <b>65600800</b>   | <b>TPNC</b>               | <b>107 000 000</b> |
| <b>TOTAL ACTIF</b>       |                  |                | <b>148619 800</b> | <b>TOTAL PASIF</b>        | <b>148619 800</b>  |

*Source : Calcul du promoteur*

Ce tableau nous présente la situation financière de l'entité au cours de la première année d'exploitation. Pour cela, l'entité a encore une créance envers les clients qui s'élève à Ar 52.502.700.

**Tableau 46. Bilan prévisionnel pour l'année 2 : en Ariary 31-12-N + 1**

| Actif | Valeur Brute | Amortissement | Valeur Nette | Cap propre et Passif | Valeur Nette |
|-------|--------------|---------------|--------------|----------------------|--------------|
|-------|--------------|---------------|--------------|----------------------|--------------|

|                          |                   |                  |                   |                           |                  |
|--------------------------|-------------------|------------------|-------------------|---------------------------|------------------|
|                          |                   |                  |                   |                           |                  |
| <b>Actif non courant</b> |                   |                  |                   | <b>Capitaux propres</b>   |                  |
| Terrain                  | 600 000           | 0                | 600 000           | Capital                   | 19 410 000       |
| Construction             | 28 500 000        | 1 500 000        | 26 000 000        | Reserve légale            | 1648988          |
| MB                       | 207 000           | 23 000           | 184 000           | Report à nouveau          | 450600           |
| Matériel info            | 2 310 000         | 770 000          | 1 540 000         | Résultat net              | 24 124 500       |
| Matériels professionnels | 29 502 000        | 3 278 000        | 26 224 000        |                           |                  |
| Matériel de transport    | 19 000 000        | 1 000 000        | 18 000 000        |                           |                  |
| Agencement               | 3 600 000         | 400 000          | 3 200 000         |                           |                  |
| <b>TANC</b>              | <b>80 019 000</b> | <b>6 971 000</b> | <b>73 702 000</b> | <b>TCP</b>                | <b>45634088</b>  |
| <b>Actif courant</b>     |                   |                  |                   | <b>Passif non courant</b> |                  |
| Stocks                   | 9 852 400         |                  | 9 852 400         | Dettes                    | 43488000         |
| Clients                  | 27716120          |                  | 27716120          | Autres dettes             | 10496000         |
| Trésorerie               | 8736688           |                  | 8736688           | Fournisseurs              | 20189120         |
| <b>TAC</b>               |                   |                  | <b>59 309 300</b> | <b>TPNC</b>               | <b>74173120</b>  |
| <b>TOTAL ACTIF</b>       |                   |                  | <b>119807208</b>  | <b>TOTAL PASIF</b>        | <b>119807208</b> |

*Source : Calcul du promoteur*

D'après ce tableau, nous avons constaté que les dettes de l'entité ne cesse de diminuer à la deuxième année. Elles s'élèvent à Ar43 488 000. Nous avons remarqué aussi que l'entité a de créances envers les clients. Ces créances sont de Ar 27 716.120.

**Tableau 47. Bilan prévisionnel pour l'année 3 : en Ariary 31-12-N + 2**

| Actif                    | Valeur Brute | Amortissement | Valeur Nette | Cap propre et Passif    | Valeur Nette |
|--------------------------|--------------|---------------|--------------|-------------------------|--------------|
| <b>Actif non courant</b> |              |               |              | <b>Capitaux propres</b> |              |
| Terrain                  | 600 000      | 0             | 600 000      | Capital                 | 19 410 000   |
| Construction             | 26 000 000   | 1 500 000     | 24 500 000   | Reserve légale          | 2041245      |
| MB                       | 184 000      | 23 000        | 161 000      | Report à nouveau        | 800000       |
| Matériel info            | 1 540 000    | 770 000       | 770 000      | Résultat net            | 26 194 500   |

|                          |                   |                  |                   |                           |                   |
|--------------------------|-------------------|------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|
| Matériels professionnels | 26 224 000        | 3 278 000        | 22 946 000        |                           |                   |
| Matériel de transport    | 18 000 000        | 1 000 000        | 17 000 000        |                           |                   |
| Agencement               | 3 200 000         | 400 000          | 2 800 000         |                           |                   |
| <b>TANC</b>              | <b>73 702 000</b> | <b>6 971 000</b> | <b>67 731 000</b> | <b>TCP</b>                | <b>46 304 500</b> |
| <b>Actif courant</b>     |                   |                  |                   | <b>Passif non courant</b> | <b>48445745</b>   |
| Stocks                   | 5458700           |                  | 5458700           | Dettes                    | 28992000          |
| Clients                  | 22 052 040        |                  | 22 052 040        | Autres dettes             | 0                 |
| Trésorerie               | 9727845           |                  | 9727845           | Fournisseurs              | 15035840          |
| <b>TAC</b>               |                   |                  | <b>37238585</b>   | <b>TPNC</b>               | <b>56523840</b>   |
| <b>TOTAL ACTIF</b>       |                   |                  | <b>104969585</b>  | <b>TOTAL PASIF</b>        | <b>104969585</b>  |

*Source : Calcul du promoteur*

Ce tableau nous présente la situation financière de l'entité au cours de la troisième année d'exploitation. Pour cela, nous avons constaté que l'entité a des créances envers ses clients qui s'élèvent à Ar 22.052.040. En plus de cela, la tenue de la trésorerie est de Ar9727845. Cela explique que l'entité peut payer leurs dettes envers la banque.

*Tableau 48. Bilan prévisionnel pour l'année 4 : en Ariary 31-12-N + 3*

| <b>Actif</b>             | <b>Valeur Brute</b> | <b>Amortissement</b> | <b>Valeur Nette</b> | <b>Passif</b>           | <b>Valeur Nette</b> |
|--------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|
| <b>Actif non courant</b> |                     |                      |                     | <b>Capitaux propres</b> |                     |
| Terrain                  | 600 000             | 0                    | 600 000             | Capital                 | 19 410 000          |
| Construction             | 24 500 000          | 1 500 000            | 23 000 000          | Reserve légale          | 2619450             |
| MB                       | 161 000             | 23 000               | 138 000             | Report à nouveau        | 1000000             |
| Matériel info            | 770 000             | 770 000              | 0                   | Résultat net            | 27754500            |
| Matériels professionnels | 22 946 000          | 3 278 000            | 19 668 000          |                         |                     |
| Matériel de transport    | 17 000 000          | 1 000 000            | 16 000 000          |                         |                     |
| Agencement               | 2 800 000           | 400 000              | 2 400 000           |                         |                     |

|                      |                   |                  |                   |                           |                 |
|----------------------|-------------------|------------------|-------------------|---------------------------|-----------------|
| <b>TANC</b>          | <b>62 208 000</b> | <b>6 971 000</b> | <b>61 714 000</b> | <b>TCP</b>                | <b>50783950</b> |
| <b>Actif courant</b> |                   |                  |                   | <b>Passif non courant</b> |                 |
| Stocks               | 845 000           |                  | 2450000           | Dettes                    | 14496000        |
| Clients              | 3 822 460         |                  | 10822460          | Autres dettes             | 14496000        |
| Trésorerie           | 39 449 380        |                  | 15325330          | Fournisseurs              | 10535840        |
| <b>TAC</b>           |                   |                  | <b>28597790</b>   | <b>TPNC</b>               | <b>39527840</b> |
| <b>TOTAL ACTIF</b>   |                   |                  | <b>90311790</b>   | <b>TOTAL PASIF</b>        | <b>90311790</b> |

Source : Calcul du promoteur

Ce tableau nous présente la situation financière de l'entité. Pour cela, nous avons constaté que le solde de la trésorerie ne cesse d'augmenter à la troisième année qui s'élève à Ar 15325330. Ce dernier permet à l'entité de payer leurs dettes.

**Tableau 49. Bilan prévisionnel pour l'année 5 : en Ariary 31-12-N + 4**

| <b>Actif</b>             | <b>Valeur Brute</b> | <b>Amortissement</b> | <b>Valeur Nette</b> | <b>Cap propre et Passif</b> | <b>Valeur Nette</b> |
|--------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-----------------------------|---------------------|
| <b>Actif non courant</b> |                     |                      |                     | <b>Capitaux propres</b>     |                     |
| Terrain                  | 600 000             | 0                    | 600 000             | Capital                     | 19 410 000          |
| Construction             | 23 000 000          | 1 500 000            | 21500 000           | Reserve légale              | 2775450             |
| MB                       | 138 000             | 23 000               | 115000              | Report à nouveau            | 10050600            |
| Matériel info            | 0                   |                      | 0                   | Résultat net                | 34 894 220          |
| Matériels professionnels | 19 668 000          | 3 278 000            | 16 390 000          |                             |                     |
| Matériel de transport    | 16 000 000          | 1 000 000            | 15 000 000          |                             |                     |
| Agencement               | 2 400 000           | 400 000              | 2 000 000           |                             |                     |
|                          |                     |                      |                     |                             |                     |
| <b>TANC</b>              | <b>61 714 000</b>   | <b>6201000</b>       | <b>43 990 600</b>   | <b>TCP</b>                  | <b>52 304 220</b>   |
| <b>Actif courant</b>     |                     |                      |                     | <b>Passif non courant</b>   | <b>67130270</b>     |

|                    |          |  |                 |                    |                 |
|--------------------|----------|--|-----------------|--------------------|-----------------|
| Stocks             | 950000   |  | 950000          | Dettes             | 0               |
| Clients            | 5485600  |  | 5485600         | Autres dettes      | 17485000        |
| Trésorerie         | 42418350 |  | 42418350        | Fournisseurs       | 8229280         |
| <b>TAC</b>         |          |  | <b>48853950</b> | <b>TPNC</b>        | <b>25714280</b> |
| <b>TOTAL ACTIF</b> |          |  | <b>92844550</b> | <b>TOTAL PASIF</b> | <b>92844550</b> |

*Source : Calcul du promoteur*

D'après ce tableau, nous avons remarqué que la situation financière de l'entité est saine parce que le solde de la trésorerie est largement positif, de même de résultat à la fin de l'exercice. Cela revient à dire que le projet est rentable.

### **3.2.2-Compte de résultat prévisionnel par nature :**

Dans notre cas, le compte de résultat prévisionnel nous permet de mesurer la performance de l'entité tandis que le flux de trésorerie nous permet de connaître la variation de la tenue de trésorerie.

Comme nous avons dit ci-dessus, le compte de résultat permet de connaître la performance de l'entité. Donc, à partir de ce compte, le responsable peut faire de prévision ou budget pour les exercices suivant. Alors, nous allons présenter dans le tableau ci-après le compte de résultats par nature du projet.

***Tableau 50. Compte de résultats par nature : (en Ariary, en millier)***

| Rubriques                                      |                |                |                |                |                |
|------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Chiffre d'affaires                             | 152 508        | 161732         | 187.548        | 204.684        | 219.700        |
| <b>1-Production de l'exercice</b>              | <b>152 508</b> | <b>161732</b>  | <b>187.548</b> | <b>204.684</b> | <b>219.700</b> |
| Achats consommés                               | 34 85          | 34.790         | 35.465         | 36.260         | 36865          |
| Autres consommations                           | 3.150          | 3.260          | 3.370          | 3.470          | 3.570          |
| <b>2-Consommation de l'exercice</b>            | <b>37.235</b>  | <b>38.050</b>  | <b>38.835</b>  | <b>39.730</b>  | <b>40.435</b>  |
| <b>3-Valeur ajoutée d'exploitation (1-2)=3</b> | <b>121.773</b> | <b>135.682</b> | <b>148.713</b> | <b>164.954</b> | <b>179265</b>  |
| Charges du personnels (3')                     | 25.012,4       | 25.012,4       | 26.744         | 27.346         | 28.010         |
| Impôts (3')                                    | 150            | 150            | 150            | 150            | 150            |
| <b>4-Excédent brut d'exploitation (3-3')</b>   | <b>97.029</b>  | <b>109.938</b> | <b>121.643</b> | <b>137 564</b> | <b>147195</b>  |
| Dotations aux amortissements                   | 6 971          | 6.971          | 6.971          | 6.971          | 6.201          |

|                                     |               |               |               |               |                |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Charges d'exploitation              | 52 180        | 66 335        | 793698        | 94359         | 105990         |
| <b>5-Résultat opérationnel</b>      | <b>37 878</b> | <b>36634</b>  | <b>35850</b>  | <b>36262</b>  | <b>38813,2</b> |
| Charges financières <sup>5</sup>    | 13046,4       | 10437,1       | 7827,8        | 5.218,5       | 2.609,2        |
| <b>6-Résultat avant impôt</b>       | <b>24210</b>  | <b>26196</b>  | <b>27476</b>  | <b>29044</b>  | <b>36204</b>   |
| Impôt et taxes                      | 1.250         | 1.272         | 1.282         | 1.290         | 1.310          |
| <b>7-Résultat net de l'exercice</b> | <b>22 209</b> | <b>24 824</b> | <b>26 194</b> | <b>27 754</b> | <b>34 894</b>  |

Source : calcul du promoteur

D'après ce tableau, nous avons constaté que les résultats net de l'exercice ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'exploitation du projet. Il est de Ar 22 209 000 année 1 et atteint de Ar 34 842200 à la cinquième année d'activité. Cela explique que la situation financière de l'entité est saine, donc, le promoteur peut élargir les investissements dans la région d'exploitation.

*Tableau 51 : Tableau des affectations ou de répartition de résultat*

| Libellés        | Origines   | Affectation |
|-----------------|------------|-------------|
| Origines        |            |             |
| Résultat net    | 22 209 800 |             |
| Affectation     |            |             |
| RL              |            | 1 648 988   |
| R Stat          |            | 4 550 012   |
| R à N           |            | 450 600     |
| Dividende :     |            |             |
| -IS             |            | 12 950 000  |
| -Superdividende |            | 2 104 200   |
| -Tantième       |            | 506 000     |
|                 | 22 209 800 | 22 209 800  |

### **3.2.3- Flux net de trésorerie par méthode directe :**

Dans cette partie, nous allons présenter ci-dessus le flux de trésorerie de l'entreprise au cours des cinq années d'activités.

**Tableau 52. Flux de trésorerie : (en Ariary)**

| <b>Rubriques</b>                                | <b>Année 1</b>     | <b>Année 2</b>    | <b>Année 3</b>    | <b>Année 4</b>    | <b>Année 5</b>     |
|-------------------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| <b>1-Flux de trésorerie liés à l'activité</b>   |                    |                   |                   |                   |                    |
| Résultat net de l'exercice                      | 22 209 800         | 24 824 500        | 26 194 500        | 27 754 500        | 34 894 220         |
| Dotations aux amortissements                    | 6 971 000          | 6 971 000         | 6 971 000         | 6 971 000         | 6 201 000          |
| Variations des stocks                           | 12 458 900         | -2 606 500        | 8 065 200         | -6515200          | 4 665200           |
| Variation des clients et autres créances        | 32 502 700         | -4 786 580        | 26 838620         | -16 016160        | 21501760           |
| Variations des fournisseurs et autres dettes    | 34520000           | -14330880         | 29366720          | -18830880         | 27060160           |
| <b>Flux de Trésorerie générée A</b>             | <b>108662400</b>   | <b>10071540</b>   | <b>97436040</b>   | <b>-5736740</b>   | <b>94322340</b>    |
| Flux de trésorerie liés aux investissements     | -                  | -                 | -                 | -                 | -                  |
| Décassements sur immobilisations                | -31 480 000        | -                 | -                 | -                 | -                  |
| Encaissements sur cessions                      | -                  | -                 | -                 | -                 | -                  |
| <b>Flux de trésorerie aux investissements B</b> | <b>-31 480 000</b> | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>          | <b>-</b>           |
| Flux de trésorerie de financement               | -                  | -                 | -                 | -                 | -                  |
| Remboursement d'emprunt                         | 27 542 400         | 24 933 120        | 22 323 840        | 19 714 560        | 17 105 280         |
| Emission d'emprunt                              | 72 480 000         | -                 | -                 | -                 | -                  |
| <b>Flux de trésorerie de financement C</b>      | <b>100022 400</b>  | <b>24 933 120</b> | <b>22 323 840</b> | <b>19 714 560</b> | <b>17 105+ 280</b> |
| <b>Variations de trésorerie (A + B + C)</b>     | <b>177204800</b>   | <b>35004660</b>   | <b>119759 880</b> | <b>13 977820</b>  | <b>111 427 620</b> |
| Trésorerie d'ouverture                          | 0                  | 6743200           | 8536688           | 9727845           | 15325330           |
| Trésorerie de clôture                           | 6743200            | 8536688           | 9727845           | 15325330          | 42418350           |
| <b>Variations de trésorerie (CL –OU)</b>        | <b>6743200</b>     | <b>1793488</b>    | <b>1191157</b>    | <b>5597485</b>    | <b>27093020</b>    |

*Source : calcul du promoteur*

Ce tableau nous présente le flux de trésorerie au cours des cinq années d'exploitation du projet. Pour cela, nous avons constaté que la variation de trésorerie est très remarquable à la cinquième année d'exploitation qui s'élève à Ar 27.093.020. Ces variations concernent surtout les flux de trésorerie de financement, des investissements et de générée.

### **3.2.4-Marge brute d'autofinancement :**

Nous allons présenter dans le tableau ci-dessous le calcul de la marge brute d'autofinancement du projet sur cinq années d'activités.

**Tableau 53.** *Calcul de Marge Brute Autofinancement : (En Ar)*

| <b>Rubriques</b> | <b>Année 1</b>    | <b>Année 2</b>    | <b>Année 3</b>    | <b>Année 4</b>    | <b>Année 5</b>    |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Résultat         | 22 209 800        | 24 824 500        | 26194 500         | 27 754 500        | 34 894 220        |
| Amortissement    | 6 971 000         | 6 971 000         | 6 971 000         | 6 971 000         | 6 201 000         |
| <b>MBA</b>       | <b>29 180 800</b> | <b>31 795 500</b> | <b>33 065 500</b> | <b>34 725 500</b> | <b>41 095 220</b> |

*Source : calcul du promoteur*

D'après ce tableau, nous avons constaté que la marge brute d'autofinancement ne cesse d'augmenter au cours de cinq années d'activités. Elle est de Ar 29.180.800 à la première année et atteint de Ar 41.095.220 en cinquième année d'activité de l'entité

## CHAPITRE II : EVALUATION FINANCIERE DU PROJET :

Dans ce chapitre et dernière partie de notre recherche, nous avons pu démontrer la pertinence, l'efficience, l'efficacité, la durée de vie du projet et enfin l'impact du projet dans la région d'exploitation non seulement sur le plan économique mais aussi sur le plan financier et social. La création de ce projet dans le site de Bemanevika donc constitue un investissement très délicat qui se juge sur la rentabilité des activités. Il s'agit maintenant pour valider la création, d'effectuer une évaluation sur le plan économique, financier et social du projet pour dégager les valeurs apportées par l'entité sur les activités. Cette évaluation consiste à mettre en exergue les résultats engendrés par la création au niveau de l'entité mais aussi au niveau macroéconomique de la région SOFIA et aussi de diminuer le taux de chômage. Alors, nous évaluerons successivement ci-après le projet sur le plan économique, financier, et social

### Section 1 : Evaluation financière suivant les outils d'évaluation :

Dans cette section, nous évaluerons ce projet à l'aide des outils et des critères d'évaluation cités dans le dernier chapitre de la première partie de notre recherche.

#### **1.1-Evaluation de la valeur actualisée nette (VAN)**

##### 1.1.1- Définition :

La valeur actualisée nette ou VAN est représentée par la différence entre la somme des marges brutes d'autofinancement actualisé et la somme de capitaux investis actualisés.

##### **Formule :**

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

Nous allons calculer la VAN par la formule suivante :

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

Avec MBA : Marge Brute d'Autofinancement

i : Taux d'emprunt 18 % auprès de la banque primaire

n : la durée de la récupération des capitaux investis

C : montant d'investissement s'élevant à Ar 72.480.000

**Tableau 54. Présentation de calcul de la VAN :**

| Années       | MBA        | $(1,18)^{-j}$ | MBA $(1,18)^{-j}$  |
|--------------|------------|---------------|--------------------|
| 1            | 29 180 800 | 0,8           | 23 344 640         |
| 2            | 31 795 500 | 0,7           | 22 256 850         |
| 3            | 33 065 500 | 0,6           | 19 839 300         |
| 4            | 34 725 500 | 0,5           | 17 362 750         |
| 5            | 41 095 220 | 0,4           | 16 438 088         |
| <b>TOTAL</b> |            |               | <b>106 380 628</b> |

Source : calcul du promoteur

$$\begin{aligned}\text{Donc, VAN} &= 106.380\,628 - 91.890.000 \\ &= 14.490.628 \text{ Ar}\end{aligned}$$

D'où

|                     |
|---------------------|
| VAN = 14.490.628 Ar |
|---------------------|

### 1.1.3-Interprétation

D'après la théorie, si la valeur actuelle nette est positive, le projet est rentable. Dans notre cas, la valeur actuelle nette est largement positive qui s'élève à Ar 14.490.628. Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi. Le projet génère un bénéfice certain. Alors, ce résultat nous permet de dire que le projet est viable à long terme et rentable.

## **1.2-Calcul du taux de rentabilité interne :**

### 1.2.1- Définition :

C'est le taux d'actualisation qui donne une valeur nette actualisée ou VAN égale à zéro ou IP égale à 1.

**Formule :**

|                                              |
|----------------------------------------------|
| $\sum_{j=1}^n \text{MBA} (1+i)^{-j} - C = 0$ |
|----------------------------------------------|

### 1.2.2- Application pour le projet :

C'est le taux d'actualisation annulant le bénéfice net du projet. Ce taux est calculé à partir de la somme de marge brute d'autofinancement au taux de 18 % et de 28 %.

**Tableau 55. Présentation de calcul du taux de rentabilité interne :**

| Années       | MBA        | $(1,28)^j$ | MBA $(1,28)^j$    |
|--------------|------------|------------|-------------------|
| 1            | 29 180 800 | 0,7        | 20 426 560        |
| 2            | 31 795 500 | 0,6        | 19 077 300        |
| 3            | 33 065 500 | 0,5        | 16 532 750        |
| 4            | 34 725 500 | 0,4        | 13 890 200        |
| 5            | 41 095 220 | 0,3        | 12 328 566        |
| <b>TOTAL</b> |            |            | <b>82 289 076</b> |

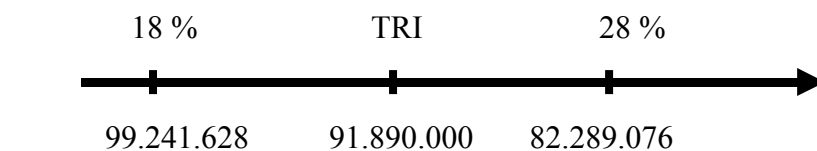
Source : calcul du promoteur

**Tableau 56: (Suite du calcul du TRI)**

| Années       | MBA        | 18%               | 28%               |
|--------------|------------|-------------------|-------------------|
| 1            | 29 180 800 | 23 344 640        | 20 426 660        |
| 2            | 31 795 500 | 22 256 850        | 19 077 300        |
| 3            | 33 065 500 | 19 839 300        | 16 532 750        |
| 4            | 34 725 500 | 17 362 750        | 13 890 200        |
| 5            | 41 095 220 | 16 438 088        | 12 328 566        |
| <b>TOTAL</b> |            | <b>99 241 628</b> | <b>82 289 076</b> |

Source : calcul du promoteur000

Pour calculer le taux de rentabilité interne, nous effectuerons une interpolation linéaire par la relation suivante :



$$\frac{91890000 - 99241628}{82289076 - 99241628} = \frac{TRI - 18\%}{28\% - 18\%}$$

$$82289076 - 99241628$$

$$(TRI - 18\%) = (28\% - 18\%) \times 0,47$$

$$TRI - 18\% = 10\% \times 0,47$$

$$TRI - 18\% = 4,70\%$$

|               |
|---------------|
| TRI = 22,70 % |
|---------------|

### 1.2.3-Interprétation :

D'après la théorie, si le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'emprunt, le projet est rentable.

Dans notre cas, le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'intérêt s'élevant à 18 %. Donc, le projet dispose d'une marge de sécurité de 4,70 % pour l'emprunteur. Alors, cette marge de sécurité permet à l'entreprise de s'endetter davantage.

### 1.3-Estimation de l'indice de profitabilité :

#### 1.3.1- Définition :

L'indice de profitabilité est représenté par le rapport entre la somme des marges brutes d'autofinancement actualisé et la somme des capitaux investis actualisés.

**Formule :**

$$IP = \frac{\sum MBA (1+i)^{-j}}{C}$$

#### 1.3.2- Application pour le projet :

$$IP = 99.241.628 / 91.890.000 \\ = 1,13$$

$$IP = 1,13$$

#### 1.3.3-Interprétation :

D'après la théorie, si l'indice de profitabilité est supérieur à 1, le projet est rentable. Dans notre cas, nous avons constaté que l'indice de profitabilité est supérieur à 1 qui s'élève à 1,13. Donc, la rentabilité est supérieure aussi au taux de capitalisation mais cela risque aussi sur l'investissement car 1 Ar investi rapporte 0,13 Ar environ seulement.

### 1.4-Recherche du délai de récupération des capitaux investis :

#### 1.4.1- Définition :

Le délai de récupération des capitaux investis est représenté par le temps au bout duquel le cumul de marges brutes d'autofinancement est égal au montant du capital investi.

**Formule :**

$$\sum_{j=1}^n \text{MBA} (1+i)^j = C$$

#### 1.4.2- Application pour le projet

Pour connaître la capacité de récupération des capitaux investis, nous le calculons à l'aide de la MBA. Le tableau ci-après nous présente les informations pour calculer la durée de récupération des capitaux investis.

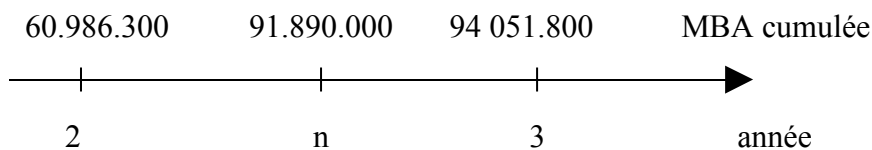
**Tableau N°57: Présentation de calcul de la DRCI :**

| Rubriques      | Année 1    | Année 2    | Année 3    | Année 4     | Année 5     |
|----------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| MBA            | 29 180 800 | 31 795 500 | 33 065 500 | 34 725 500  | 41 095 220  |
| MBA Cumulée    | 29 180 800 | 60 986 300 | 94 051 800 | 128 777 300 | 165 872 520 |
| Investissement |            | 91 890 000 |            |             |             |

*Source : calcul du promoteur*

D'après ce tableau, les capitaux investis seront récupérés entre la deuxième et la troisième année d'exploitation.

Soit « n » la date à déterminer, donc nous avons :



$$\frac{91.890.000 - 94.051.800}{n - 3} = \frac{60.986.300 - 91.890.800}{2 - 3}$$

$$-0,15 = n - 3 \rightarrow n = 3 - 0,15 = 2,85$$

$n = 2,85$  années

$0,85 \times 12 \text{ mois} = 10,20 \approx 10 \text{ mois}$

$0,20 \times 30 \text{ jours} = 6 \text{ jours}$

#### 1.4.3-Interprétation :

D'après la théorie, si les capitaux investis sont récupérés avant la durée de vie du projet, le projet est rentable. Dans notre cas, les capitaux investis sont récupérés durant la troisième année d'exploitation ou plus exactement 10 mois et 6 jours de l'année 3. Donc, les capitaux investis seront récupérés au cours de mois de novembre, c'est-à-dire que le 6 novembre de l'année 3.

### **Section 2 : Evaluation financière suivant les critères d'évaluation :**

Dans cette section, nous évaluerons ce projet sur les critères d'évaluations, c'est à dire que nous allons voir la pertinence, l'efficacité, l'efficience, la durée de vie et l'impact du projet de la région d'exploitation.

#### ***2.1-Pertinence :***

Au cours de l'analyse de la situation financière du projet, nous avons constaté que le projet est rentable et viable à long terme car la VAN est largement positive, le TRI est supérieur au taux d'emprunt. Donc, il rapporte des impacts directs pour la population de la région SOFIA non seulement sur le plan social et financier mais aussi sur le plan de l'économie de la région.

#### ***2.2-Efficacité du projet :***

Notre projet est efficace car les objectifs sont atteints sans réduire les moyens utilisés tels que matériels informatiques, matériels et outillages, pendant les cinq années d'exploitations. Cela veut dire que ce projet n'utilise que les matériels au début des activités. Donc, le projet est efficace et produit un effet attendu de la population dans la région SOFIA notamment dans le village de Bemanevika.

#### ***2.3-Efficience du projet :***

A la première année d'activité, les matériels utilisés sont une partie neufs, autre partie occasion. Après un an d'utilisation, ces matériels sont amortis environ de 20 % à 25 % de la valeur d'origine. Donc, il y a une diminution de la valeur des matériels utilisés.

Et si nous regardons le chiffre d'affaires prévisionnels de l'année 3 par rapport à l'année 4, il y a une augmentation de Ar 17.136.000. Alors, notre projet est efficient.

#### ***2.4-Durée de vie du projet :***

Comme nous avons vu dans le calcul de la valeur actuelle nette du projet, nous avons constaté qu'elle est largement positive et s'élève à Ar 14 490 628. Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi et le projet génère un bénéfice certain. Alors, ce résultat nous permet de dire que le projet est viable à long terme et rentable.

### **Section 3:-Etudes des impacts**

#### ***3.1 : Impact du projet :***

Après l'analyse à l'aide des outils d'évaluation du projet, nous avons constaté que le projet est rentable et viable à long terme. Donc, la rentabilité de ce projet entraîne une évolution dans la région d'exploitation surtout au point de vue économique et aussi sur le plan social et environnemental car la création du projet engendre des emplois pour les jeunes dans la région SOFIA. Et cette création d'emploi peut diminuer le taux de chômage et de banditisme de la région et aussi favoriser l'amélioration du paysage.

##### **❖ *Impacts économiques :***

Un des impacts majeurs sur le plan économique demeure la création d'emplois et la réduction du taux de chômage.

Le projet va aussi aider au développement de l'économie en participant à la création de valeur ajoutée ; mais aussi en participant à la rentrée de devises pour maintenir la balance de paiement. Pour l'Etat, il y aura augmentation des impôts et taxes.

##### **❖ *Impacts sociaux :***

Ce projet a un impact social important puisqu'il va aider à la création d'emplois en embauchant 14 personnes. Ceci va leur permettre de se nourrir et de satisfaire leur besoin mais aussi de résoudre le problème de désœuvrement.

Le camping favorisera la rencontre et l'échange entre différentes personnes de différentes générations et de cultures en leur permettant de profiter d'une ambiance rassurante et dynamique.

❖ ***Impacts environnementaux :***

L'impact environnemental de ce projet se manifeste par la prévention et l'atténuation de la pollution de l'air et de l'eau. En plus, l'apparence du camp et de son environnement favorise l'amélioration du paysage.

***3.1.1-Evaluation économique***

La création de ce projet dans le site de Bemanevika entraîne un développement sur le plan Tourisme de découverte. Elle crée aussi des emplois pour les jeunes qui anticipent aussi à la diminution du taux de chômage dans la région. En plus, nous avons remarqué que le chiffre d'affaires prévisionnelles du projet ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'activités vue la rentabilité des activités non seulement sur le plan tourisme mais aussi sur le plan économique de la région d'exploitation. Ils sont d'Ar 152.508.000 à la première année et atteignent de Ar 190.700.000. Cette augmentation stimule la valeur ajoutée de l'entité. Elle est d'Ar 121.773.000 à la première année d'exploitation et atteint d'Ar 179.265.000 à la cinquième année. En outre, la création du projet dans cette zone contribue directement à l'accroissement de la richesse de la région d'exploitation. Abordons maintenant l'évaluation sociale du projet.

***3 1 2-Evaluation sociale***

Durant l'étude financière de ce projet, nous avons constaté que le projet est rentable car la valeur actuelle nette est largement positive et le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'emprunt. Dans ce cas, l'entité a une marge de sécurité 4,70 %. Nous avons remarqué aussi que la situation de la trésorerie ne cesse d'augmenter au cours des cinq années d'activités. Donc, le promoteur peut augmenter les investissements dans la région d'exploitation. Alors, le projet pourra contribuer à une création d'emploi dans la région SOFIA et le responsable du projet pourra aussi améliorer les conditions de travail ou augmenter les masses salariales de ses employés qui auront un impact favorable et fiable pour l'ensemble du personnel. D'où, le pouvoir d'achat de travailleur augmente en fonction de la rentabilité du projet.

D'après ce que nous avons vu dans la deuxième chapitre, notre projet de campement dans la zone de Bemanevika ont des impacts notamment positifs pour la population locale soit par l'augmentation de volume de sa vente et l'obtention d'emploi ; et pour les jeunes d'inciter leur esprit de créativité

#### Conclusion de la troisième partie

La réalisation du présent projet nécessite un investissement de quatre vingt un million huit cent quatre vingt dix mille Ariary (Ar91.890.000.) pour démarrer toute les activités. Ainsi, une demande de financement est nécessaire pour renforcer les dix neuf million quatre cent dix mille (Ar 19.410.000) que compte apporter le promoteur. Il constitue la capitale sociale de la société à créer. Il faut encore soixante douze million quatre cent quatre vingt mille Ariary pour subvenir au coût total du projet.

L'analyse des états financiers prévisionnels permet de déterminer les résultats prévisionnels au cours de 5 premières années. Les résultats sont positifs et le bénéfice augmente d'année en année. Le projet présente une trésorerie saine dès la première année.

L'examen des outils d'évaluation du projet nous a permis de confirmer la rentabilité de notre investissement. Avec une VAN égale à 14.490.628, le taux de rentabilité interne atteint 22.70 %. Si l'indice de profitabilité est de 1,13 les capitaux investis seront récupérés dans 2 ans 10 mois et moins de 6 jours. Toutes ces valeurs sont comprises dans les normes exigées pour la rentabilité d'un projet. En plus, le projet est pertinent compte tenue de la situation économique actuelle et surtout de la potentialité touristique régionale. Il répond aux attentes du secteur et présente une durabilité certaine. L'efficience de cet investissement est constaté à partir des moyen mobiliser qui permettent d'envisagé des bons résultats à moindre coût.

### **Chapitre III : CADRE LOGIQUE**

#### **Section.1 : Cadre logique**

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 levées afin de parvenir aux fixés. C'est un moyen indispensable l'évaluation à temps de l'intervention et de réorienter la décision en cas de nécessité. La présentation du cadre logique se fait dans un tableau à double entrée avec une logique verticale et horizontale.

##### **a) logique verticale**

Elle comprend cinq 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 intrant qui constituent facteurs de production exigés pour exécuter les activités,
- Les extrants qui sont de produit obtenus à l'issu des processus d'exploitation de l'entreprise.

##### **⌚Ⓢ Logique horizontale**

Il s'agit des éléments descriptifs du projet comme :

- les indicateurs objectivement vérifiables ou IOV qui décrivent décrivent la quantité, le groupe cible, le temps, le lien des objectifs et résultats de l'intervention,
- les moyens de vérification 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 : les facteurs externes qui existent et pouvant détruire l'IOV.

## **Section.2 : Tableau de la cadre logique**

**Tableau 58.** Cadre logique du projet

|                       | <b>Logique d'intervention</b>                                                   | <b>Indicateurs objectivement vérifiables</b>                          | <b>Moyen de vérification</b>                                                | <b>Hypothèses critiques</b>                                              |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Objectifs globaux     | Contribution au développement de la région d'exploitation et d'investissements. | 1 projet sur 5ans                                                     | Rapport auprès du Ministère du Tourisme.                                    | En fonction de la rentabilité des activités.                             |
|                       | Développement économique de la région surtout en matière de Tourisme.           | Recrutement au sein du projet                                         | Diminution du taux de chômage dans la région de SOFIA.                      | En condition que ce projet fonctionne de façon rentable.                 |
|                       | Satisfaction des clients sur les services offerts.                              | Réduction et annulation de certain du prix                            | Présentation des bailleurs                                                  | Entraînant la faiblesse des autres services.                             |
| Objectifs spécifiques | Renforcer la capacité des services sur le marché.                               | Sur la qualité et quantité des produits offerts aux clients.          | Satisfaction des clients sur les services offerts sur le marché.            | Possibilité d'élargir les investissements dans la région d'exploitation. |
| Résultats             | Extension des investissements                                                   | Rentabilité des activités.                                            | Van: Ar14 490 628<br>TRI : 22,70 % , IP : 1,13<br>DRCI : 2ans 10 mois 6 jrs | Si respecter les délais de livraison des produits aux clients.           |
| Activités             | Aménagement de terrain pour la construction.                                    | Besoin de terrain                                                     | Titre foncier si nécessaire.                                                | Consentement de terrains                                                 |
|                       | Exécution des travaux                                                           | Achat de matières premières pour la restauration.                     | Présentation de menu du jour et autres.                                     | Si compatible au besoin des clients.                                     |
|                       | Acquisition des matériels.                                                      | Agencement et installation des matériels                              | Bon de réception                                                            | Consentement des fournisseurs                                            |
|                       | Montage des matériels                                                           | Installation fonctionnelle                                            | Réalisation                                                                 | Connaissance sur l'exploitation d'hôtellerie et restauration.            |
|                       | Acquisition des matériels roulants                                              | 1 véhicule                                                            | Bon de livraison                                                            | Existence des matériels roulants.                                        |
|                       | Gestion des fonds                                                               | Etat financiers.                                                      | Livre de compte                                                             | Budget prévisionnel                                                      |
|                       | Achat des MP                                                                    | Riz, viande, crabe, et boissons                                       | Avec ou sans facture.                                                       | A condition que les MP existent.                                         |
|                       | Salaire de personnel                                                            | Personnels du projet y compris gérant                                 | Fiche de paie                                                               | Consentement des employés                                                |
| Intrants              | Organisation                                                                    | Raison sociale : entreprise individuelle.                             | Titre de constitution                                                       |                                                                          |
|                       | Dossiers techniques                                                             | Services envisagés                                                    | Manuel de production                                                        |                                                                          |
|                       | Techniques de production.                                                       | Gérant, responsable production et responsable commercial et ouvriers. | Contrat de travail pour les personnels                                      |                                                                          |
|                       | Ressources financières                                                          | Apport + emprunt auprès de BOA                                        | Relevé bancaire                                                             |                                                                          |

Source : Auteur

## **CONCLUSION**

La recherche que nous avons effectuée dans la région SOFIA, notamment dans la zone de Bemanevika, nous permet de dégager un certain nombre des problèmes surtout en matière d'accessibilité, d'hébergement, restauration dans cette région. Nous avons remarqué aussi que cette recherche déroule d'une façon fructueuse et dans un climat favorable avec la population dans la région, et les responsables auprès de l'hôtel restaurant dans le district de Bealanana. Pendant la descente dans la région SOFIA en passant à la région de BETSIBOKA, nous avons rencontré des problèmes pour le service de restauration et hôtellerie, il n'y a que deux entreprises qui font ce genre de service et le service offert avec les clients est trop cher et insuffisant. Par contre, dans la ville de Bealanana, il n'y a pas de restauration et hôtellerie de haut standing. Vu ces problèmes, la recherche que nous avons effectuée dans le district de Bealanana est pointée au service de restauration et hébergement des touristes. En plus, dans la région SOFIA, les investissements sur le plan de tourisme sont encore insuffisants à cause de mauvais état de route.

La création de ce projet permet aux clients d'obtenir de la satisfaction vis-à-vis de produits offerts, aux fournisseurs d'accroître sa vente, et ses revenus, à l'Etat d'augmenter sa caisse à l'aide du paiement des droits, des taxes et impôts comme la TVA sur achat, IRSA, et aux jeunes une création d'emploi pouvant diminuer le taux de chômage et les actes de banditismes et aussi pour la population locale l'amélioration de la condition environnementale et du paysage environnant

Sur l'étude de marché, nous avons constaté que le projet domine en accaparant jusqu'à 50 % du marché global pour les clients étrangers qui sont les clients potentiels du projet. Cela veut dire que les concurrents occupent 20 % seulement sa part de marché dans la région SOFIA. Mais cela dépendra objectivement de notre politique et de notre stratégie d'exploitation.

Pour les stratégies adoptées, nous avons choisi la stratégie pull pour minimiser les dépenses sur le déplacement.

Pour la politique marketing, le projet pratique de marketing mix. Pour cela, la politique de produits a pour objet d'améliorer la position du projet ou de l'entité sur le marché. Sur le prix,

nous avons besoin la procédure de fixation de prix à partir de l'analyse des facteurs externes et internes du projet.

Sur la distribution, nous utiliserons la stratégie intensive pour toucher le maximum de clients. Même on a fait de service, nous avons encore besoins des intermédiaires comme les agences de voyage et les tours opérateurs; c'est un circuit de distribution indirecte.

Pour la promotion, elle a pour rôle de mettre en contact permanent par le biais d'un canal de l'entité et sa clientèle en communiquant un message ; c'est l'information tandis que la communication concerne l'ensemble des actions permettant de faire connaître les produits.

En ce qui concerne les dépenses sur achat de matières premières, nous avons constaté qu'elles ne cessent d'augmenter au cours des cinq années d'activités, de même sur les chiffres d'affaires. Pour le premier, elles sont de Ar 34.084.800 à la première année et atteint de Ar 36.865.000 à la cinquième année d'exploitation du projet. Et la deuxième, ils sont de Ar 159.008.000 à la première année et atteint de Ar 219.700.000 en cinquième année. Sur la structure organisationnelle, le projet a adopté une structure celui d'une entreprise individuelle pour faciliter le contrôle et suivi des activités à chaque poste de travail.

Enfin, d'après l'évaluation du projet sur le plan économique, nous avons constaté que le projet est rentable : augmentation de la valeur ajoutée et de la capacité d'autofinancement. Dans ce cas, la valeur ajoutée est de Ar121.773.000 pour l'année 1 et atteint de Ar179.265.000 à la cinquième année.

Sur le plan financier, nous avons de la valeur actuelle nette largement positive qui s'élève à Ar 14.490.628. Cela veut dire que la rentabilité de l'investissement est positive aussi. Le projet génère un bénéfice certain. Alors, ce résultat nous permet de dire que le projet est viable à long terme et rentable. Le taux de rentabilité interne est supérieur au taux d'actualisation s'élevant à 18 %. Donc, le projet dispose d'une marge de sécurité de 4,70 % pour l'emprunteur. Alors, cette marge de sécurité permet à l'entreprise de s'endetter davantage. Pour l'indice de profitabilité, nous constatons qu'il est supérieur à 1. Donc, la rentabilité est supérieure aussi au taux de capitalisation. Cela veut dire que 1 Ar investi rapporte 0,13Arenviron. Sur la durée de récupération des capitaux investis, elle sera récupérée au cours de mois décembre, c'est-à-dire que le 6 novembre de l'année 3. D'où, plus la durée est courte, plus le projet est rentable.



# ANNEXES

## *LISTES DES ANNEXES*

**ANNEXE 1 : CARTE DE LA REGION SOFIA**

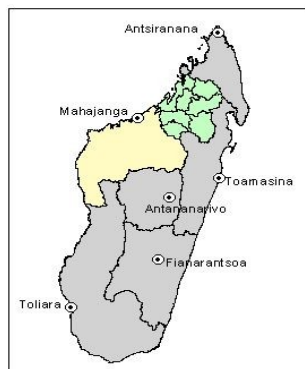
**ANNEXE 2 : AXES STRATEGIQUES DE DEVELOPEMENT TOURISTIQUE DE  
MADAGASCAR (Source plan directeur de Tourisme)**

**ANNEXE 3 : DOCUMENTS ET INFORMATIONS NECESSAIRES\_**

**ANNEXE 4 : TYPES DE QUESTIONNAIRES AUPRES DES PROFESSIONNELS DE  
TOURISME (tour opérateur et agence de voyages)**

## ANNEXE- 1

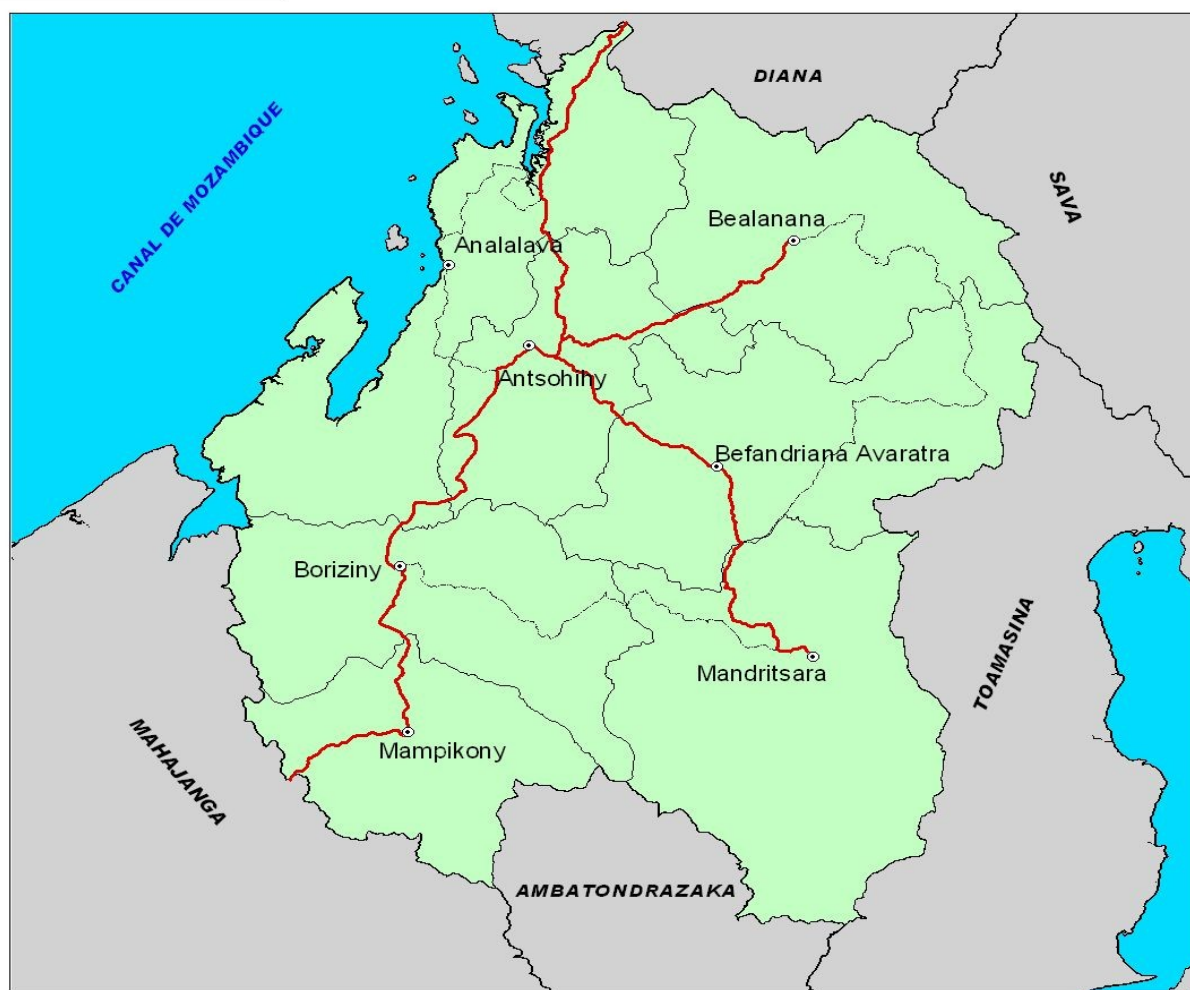
## ANNEXE 1 : CARTE DE LA REGION SOFIA



### CARTE DE LOCALISATION DE LA REGION DE SOFIA

DIRECTION REGIONALE de DEVELOPPEMENT RURAL DE SOFIA

| Codepostal | Nom SSP               |
|------------|-----------------------|
| 405        | Analalava             |
| 408        | Bealanana             |
| 407        | Antsohihy             |
| 409        | Befandriana Avaratra  |
| 419        | Boriziny (Port-Bergé) |
| 415        | Mandritsara           |
| 414        | Mampikony             |



Source: BD 500 FTM / MAEP / SAGE

40 0 40 80 Km

Edition: Mars 2003

#### LEGENDE :

- Chef lieu de Sous préfecture
- Route Nationale
- - - - - Route d'Intérêt Provincial

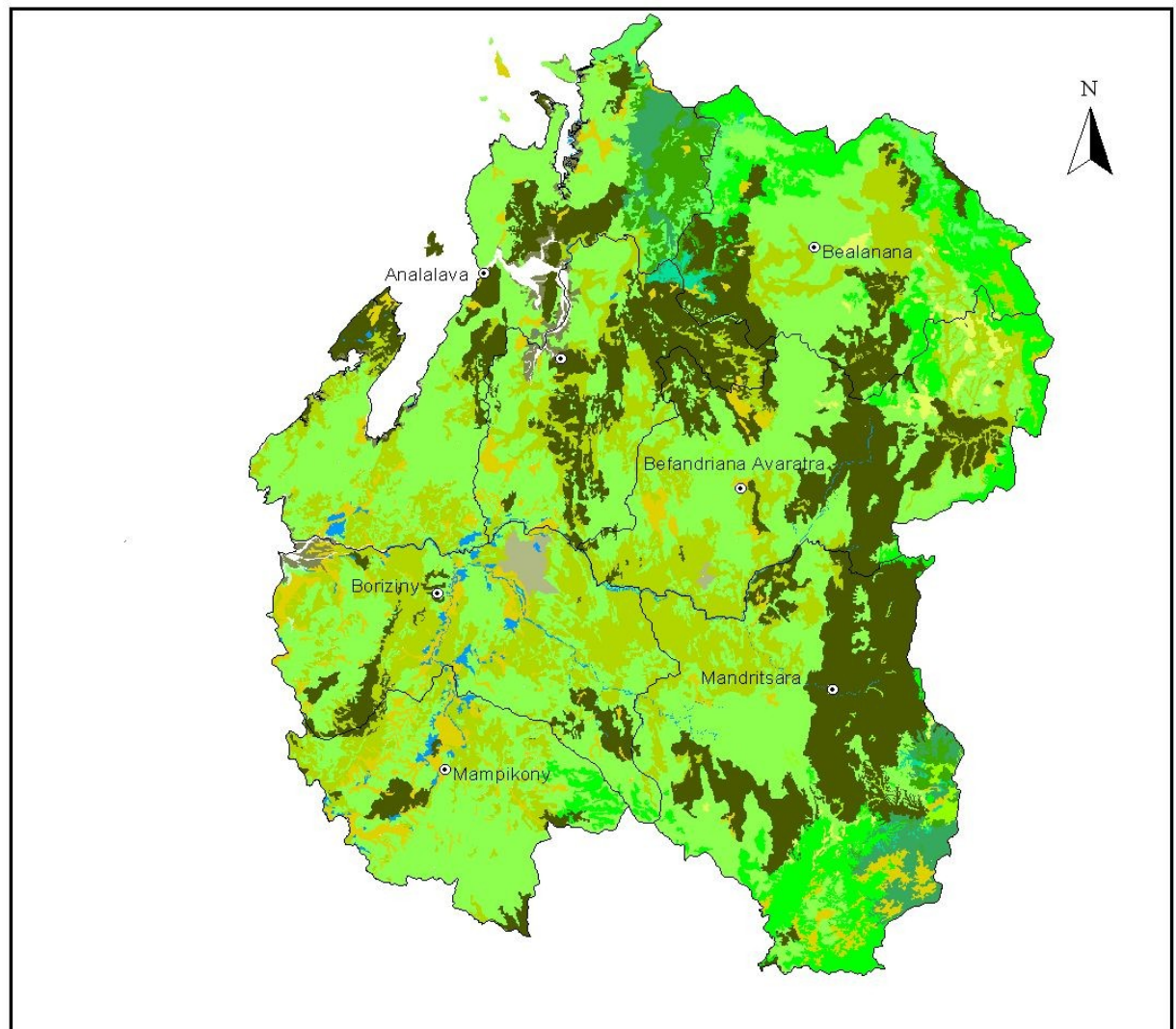
- Délimitation des Sous préfectures
- Régions limitrophes



**(SUITE ANNEXE 1)**

**CARTE DE COUVERTURE VEGETALE DE LA REGION DE SOFIA**

DIRECTION REGIONALE DE DEVELOPPEMENT RURAL DE SOFIA



Source: BD 500 FTM / MAEP / SAGE

30 0 30 60 Km

Edition: Mars 2003

**LEGENDE:**

**Occupation des sols**

- Forêts denses humides sempervirentes de basse altitude
- Forêts denses humides sempervirentes de basse altitude dégradées et/ou secondaires
- Forêts denses humides sempervirentes de moyenne altitude
- Forêts denses humides sempervirentes de moyenne altitude dégradées et/ou secondaires
- Forêts denses sclérophylles de montagne
- Forêts denses sclérophylles de montagne dégradées et/ou secondaire
- Forêts denses sèches-série à Dalbergia, Commiphora et Hildegardia
- Forêts denses sèches-série à Dalbergia, Commiphora et Hildegardia - dégradées et/ou secondaires
- Formations marécageuses
- Mosaïque de cultures, jachères, lambeaux forestiers, formations graminéennes
- Mosaïque de cultures, jachères, lambeaux forestiers, formations graminéennes
- Prairies altimontaines, savanes et/ou pseudosteppes avec éléments ligneux
- Prairies côtières, savanes et/ou pseudosteppes avec éléments ligneux
- Prairies côtières, savanes et/ou pseudosteppes sans éléments ligneux
- Savanes et/ou pseudosteppes avec éléments ligneux
- Savanes et/ou pseudosteppes sans éléments ligneux

○ Chef lieu de SSP

Region vakinakaratra

- Autres ou mélangées
- Mangroves
- Non classifié
- Plans d'eau
- Riz
- Sols nus et sables
- Surfaces bâties



**(SUITE ANNEXE 1)**

**CARTE DES PROBLEMATIQUES ENVIRONNEMENTALES  
DE LA REGION DE SOFIA**

DIRECTION REGIONALE de DEVELOPPEMENT RURAL DE SOFIA



Source: BD 500 FTM / MAEP / SAGE

30 0 30 60 Km

Edition: Mars 2003

**LEGENDE:**

**Problèmes environnementaux**

-  Exploitation irrationnelle de la forêt
-  Feux de brousse
-  Inexistence eau potable
-  Erosion
-  Insuffisance eau de pluie

**Localité Administrative**

-  Chef lieu de Sous Préfecture
-  Route Nationale
-  Délimitation des Sous Préfectures

## **ANNEXE- 2**

## **ANNEXE 2: AXES STRATEGIQUES DE DEVELOPEMENT TOURISTIQUE DE MADAGASCAR (Source plan directeur de Tourisme)**

Plan directeur du Tourisme

MADAGASCAR

### **Les phases**

Afin d'atteindre les objectifs et les buts pour la croissance du tourisme (voir 4.3 Le pronostic du potentiel touristique), il est recommandé que pour le développement du produit touristique comme pour le marketing qui y est lié, l'accent soit mis sur les destinations suivantes:

#### ***Court terme: 1 à 2 ans***

Les régions avec une infrastructure existante sont prioritaires puisque l'accès à la destination, la qualité, la compétitivité et la durabilité du produit touristique peuvent facilement être améliorés. L'objectif est l'amélioration qualitative des structures existantes des lieux touristiques principaux.

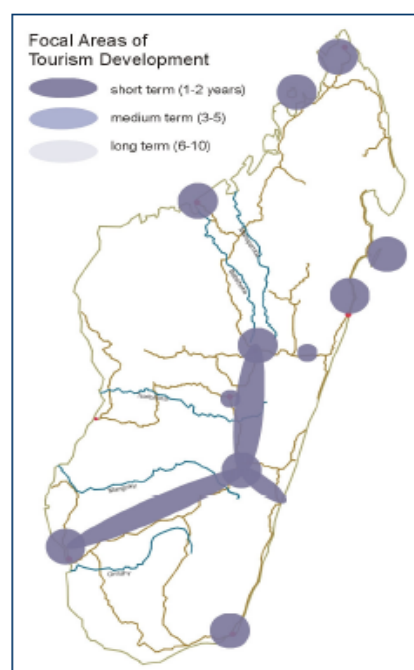
Cette phase verra une planification intensive pour le développement de nouveaux lieux et de nouveaux projets touristiques. L'augmentation des revenus / de l'apport en devises étrangères pourrait contribuer au financement des objectifs à moyen et à long termes.

#### **Le développement d'un point focal**

- Antsiranana (Diego Suarez)
- Parc national de Montagne d'Ambre
- Parc national d'Ankarana
- Nosy Be
- Mahajanga
- Antananarivo
- Andasibe
- Ste. Marie
- Foulpointe / Mahambo
- Antsirabe
- Fianarantsoa
- Parc national d'Isalo
- Toliara (Tulear) / Ifaty
- Toalanaro (Fort Dauphin)

#### **Les développement d'axes:**

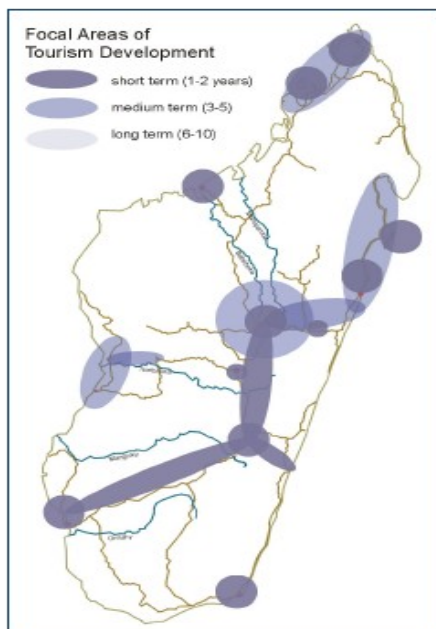
- Route du Sud
- Antananarivo – Toamasina





## (SUITE ANNEXE 2) : PLAN DIRECTEUR DU TOURISME

### **Moyen terme: 3 à 5 ans**



La prochaine phase tente de relier des sites existants: axes ou développement régional. L'accent ici retombe sur les régions où les projets d'infrastructure serviront à améliorer l'accès.

#### **Le développement d'axes**

- Antananarivo – Mahajanga
- Antananarivo – Toamasina
- Morondava – Tsingy
- Toamasina (Tamatave) – Maroantsetra

#### **Le développement régional**

- Antananarivo et sa région
- La Côte des îles Vierges (région), partie nord:  
Nosy Be – Antsiranana (Diego Suarez)

### **Long terme: 5 à 10 ans**

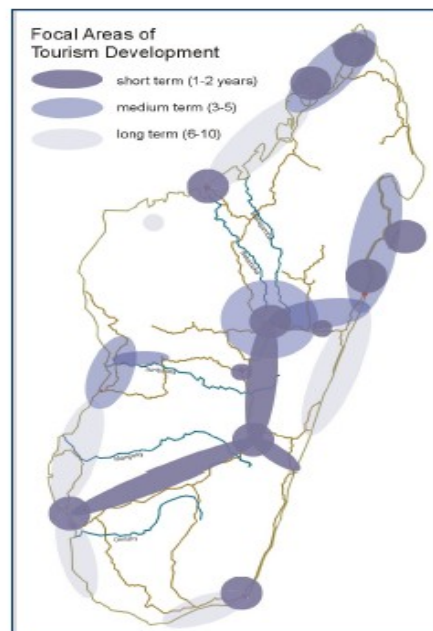
L'objectif à long terme est de développer des produits touristiques complémentaires économiquement prometteurs et d'agrandir les développements existants dans 5 ans, les points focaux devenant des axes, et les axes devenant des régions.

#### **Le développement des axes**

- Toliara (Tulear) – Morondava
- Toliara (Tulear) – Itampolo
- Canal des Pangalanes

#### **Le développement des régions**

- La Côte des îles Vierges partie sud:  
Nosy Be - Mahajanga
- La Côte du Capricorne  
au nord et au sud de Toliara





## **ANNEXE- 3**

## **ANNEXE 3 : DOCUMENTS ET INFORMATIONS NECESSAIRES**

### **----- SECTION 3 : DOSSIER DE DEMANDE D'AUTORISATION -----**

#### **II. FICHE DE RENSEIGNEMENTS SUR L'IDENTITE DU DEMANDEUR, SUR LES INSTALLATIONS, LES EQUIPEMENTS, LES MATERIELS D'EXPLOITATION ET SUR LE PERSONNEL**

##### **A – RENSEIGNEMENTS SUR L'IDENTITE DU DEMANDEUR**

###### **1 – Société :**

- Dénomination sociale :
- Adresse du siège social :
- N° registre du Commerce :
- Raison sociale :
- Mandataire :
- Nom et prénoms :
- Nationalité :
- Adresse :

###### **2 – entreprise individuelle :**

- Enseigne commercial :
- Nom et prénoms :
- Nationalité :
- Adresse :

##### **B – RENSEIGNEMENTS SUR LES INSTALLATIONS, LES EQUIPEMENTS ET LES MATERIELS D'EXPLOITATION DE L'ETABLISSEMENT :**

###### **1 – Lieu d'implantation :**

Faritany :  
Fivondronana :  
Commune :  
Adresse :

###### **2 – Catégorie de classement sollicitée :**

Ravinala      1 ☐      2 ☐      3 ☐  
Etoile      1 ☐      2 ☐      3 ☐      4 ☐      5 ☐

###### **3 – type d'établissement :**

Hôtel ☐      Motel ☐      Relais ☐      Ecolodge ☐      Restaurant ☐

###### **4 – type de construction :**

En bloc R + (nombre d'étages)  
Pavillonnaires : (nombre d'unités)

###### **5 – Nature de l'ouvrage :**

En dur ☐      En matériaux locaux ☐      En semi dur ☐

- (1) rayer la mention inutile  
(2) cas d'une entreprise individuelle  
(3) cas d'une société

Fait à ....., le.....  
Signature

### (SUITE ANNEXE 3)

#### *REGLEMENT INTERIEUR DU FINARITRA CAMPING*

La direction recommande gentiment aux hôtes du camping d'observer les règles de réciproque politesse suivantes afin de leur assurer un séjour tranquille et confortable.

Ce règlement est affiché à l'entrée et à l'intérieur du camping et également distribué.

La signature sur la déclaration d'arrivée en constitue l'entière acceptation.

##### 1. CONDITIONS D'ADMISSION :

Pour être admis à pénétrer, à s'installer et séjourner sur le terrain de camping du « MILAMINA CAMPING » il faut y avoir été autorisé par le gestionnaire ou son représentant.

Il a pour obligation de veiller à la bonne tenue et au bon ordre du terrain de camping ainsi qu'au respect de l'application du présent règlement intérieur.

Le bureau de réception remet à chaque arrivant le catalogue des prix, le règlement du camping ainsi qu'une « Tessera di Entrata » qui doit être montrée sur la demande du personnel du camping, et être restituée au moment du départ. Chaque hôte est tenu de contrôler l'exactitude, de signaler toute erreur et de faire part d'éventuels changements (arrivée et départ de personnes...)

##### 2. FORMALITES DE POLICE :

Toute personne devant séjourner une nuit dans le terrain de camping doit au préalable présenter au gestionnaire ou son représentant ses pièces d'identité et remplir les formalités exigées par la police.

L'entrée de mineurs de moins de 18 ans est soumise à l'accompagnement d'une personne majeure ou d'une autorisation écrite formelle de cette dernière, se portant responsable de la conduite des mineurs.

##### 3. RESERVATIONS :

Les réservations ne sont effectives qu'à partir de la réception d'un acompte équivalent à 20 % de la somme totale de séjour.

##### 4. BUREAU D'ACCUEIL :

Le camping et le resto bar sont ouverts de 07h00 à 22h00. L'accueil est ouvert de 08h00 à 12h00 et de 14h00 à 18h00.

On trouvera au bureau d'accueil tous les renseignements sur les services du terrain de camping, les richesses touristiques des environs et diverses adresses qui peuvent s'avérer utiles.

Un livre de réclamations ou une boîte spéciale destinée à recevoir les réclamations est tenue à la disposition des usagers. Les réclamations ne seront prises en considération que si elles sont signées, datées, aussi précises que possible et se rapportant à des faits relativement récents.

##### 5. REDEVANCES :

Les redevances sont payées au bureau d'accueil. Leur montant fait l'objet d'un affichage à l'entrée du terrain de camping et au bureau d'accueil. Elles sont dues selon le nombre de nuits passées sur le terrain.

### (SUITE ANNEXE 3)

Les usagers du terrain de camping sont invités à prévenir le bureau d'accueil de leur départ dès la veille de celui-ci. Les campeurs ayant l'intention de partir avant l'heure d'ouverture du bureau d'accueil doivent effectuer la veille le paiement de leurs redevances.

#### 6. BRUITS ET SILENCE :

Le temps de repos entre 23h00 et 06h30 doit être strictement respecté. Ni la musique, ni le bruit ne doivent déranger les voisins et surtout pas après 23h00. Il est interdit de faire du tapage ou du bruit, la radio est tolérée si employée avec modération.

Chien et aucun autre animal ne sont pas admis.

#### 7. VISITEURS :

Après avoir été autorisés par le gestionnaire ou son représentant, les visiteurs peuvent être admis dans le terrain de camping sous la responsabilité des campeurs qui les reçoivent.

Les visiteurs journaliers doivent également respecter le règlement intérieur du camping.

Les visites après 22h00 ne sont pas permises. Au delà de ce laps de temps, ils seront redevables du tarif correspondant.

L'horaire des visites est limité de 08h00 à 22h00.

#### 8. CIRCULATION ET STATIONNEMENT DES VEHICULES :

La circulation est interdite entre 22h00 et 07h00.

#### 9. TENUE ET RESPECT DES INSTALLATIONS :

Chacun est tenu de s'abstenir de toute action qui pourrait nuire à la propreté, à l'hygiène et à l'aspect du terrain du camping et de ses installations, notamment sanitaires.

Il est interdit de jeter des ordures sur le sol ou dans les caniveaux. Les ordures ménagères, les déchets de toute nature, les papiers doivent être déposés dans les poubelles.

Les plantations et les décorations florales doivent être respectées.

Toute dégradation commise à la végétation, aux clôtures, au terrain ou aux installations du terrain de camping sera à la charge de son auteur.

L'emplacement qui aura été utilisé durant le séjour devra être maintenu dans l'état dans lequel le campeur l'a trouvé à son entrée dans les lieux.

Les enfants de moins de 7 ans ne peuvent utiliser les installations sanitaires que sous la surveillance d'un adulte.

Le lavage est strictement interdit en dehors des bacs prévus à cet usage.

#### 10. SECURITE :

##### ❖ Incendie :

Les feux (bois, charbon,...) sont rigoureusement interdits.

Les réchauds doivent être tenus en bon état de fonctionnement et ne pas être utilisés dans des conditions dangereuses.

En cas d'incendie, aviser immédiatement la direction. Les extincteurs sont utilisables en cas de nécessité.

Une trousse de secours de première urgence se trouve au bureau d'accueil.

## **ANNEXE- 4**

**ANNEXE 4 : TYPE DES QUESTIONNAIRES AUPRES DES PROFESSIONNELS DE  
TOURISME (tour opérateurs et agences de voyages)**

**QUESTIONNAIRES**

***1-Combien de touristes recevez-vous chaque année ?***

- Etrangers

300

☐ 500

☐ 1000

-Nationaux

☐ 100

☐ 300

☐ 500

***2 A quel moment préfèrent-ils ?***

Week-end

Jours ouvrables

Jours fériés

Grandes vacances

***3 Quel lieu ont-ils choisi?***

A la campagne

Sur la côte

A la périphérie de Tananarivo

***4- Quel axe routier?***

RN1 : Tsiroanimandidy

RN2 : Tamatave

RN3 :Anjozorobe

RN4 : Mahajanga

☐ RN6 : Antsiranana

☐ RN7 : Tuléar

***5-Quelle est la raison de leurs choix ?***

Bon état de la route

Nombre de sites à découvrir

☐ Tranquillité

☐ Autres(à préciser)

***6-Ils déplacent?***

En famille

En couple

Avec des amis

En groupe(à préciser)

***7-Combien du jour, en général, la durée de leur séjour ?***

☐ 1 à 7 jours

☐ 8 à 15 jours

☐ 15 à 30 jours

☐ + de 30 jours

***8-Si leurs déplacements dure quelques jours***

☐ Descendent à l'hôtel

☐ Séjournent dans une maison familiale

☐ Campent à la belle étoile

***9-Si un lieu de camping est aménagé à Bemanevika, ils s'intéressent-ils ?***

Entièrement

Pas du tout

☐ Cela dépend (à préciser)

***10-Si oui, quelle est la raison ?***

☐ Détente

☐ Découverte

☐ Aventure

☐ Curiosité

☐ Sortie de l'ordinaire

☐ Autres (à préciser)

***11-Si non, quel est le motif de leurs choix ?***

☐ Manque de moyen de locomotion

☐ Insuffisance de moyens financiers

☐ Problème de sécurité

☐ Autres (à préciser)

***12 Quel sont leurs profession ?***

|  |
|--|
|  |
|--|

# BIBLIOGRAPHIE

- ❖ BAUGARD Fabien (*Direction des relations économiques extérieures*), « **Le métier de la publicité et du Marketing** », Edition CECOM, 01 octobre 1999, 180 pages,
- ❖ BAUGARD Fabien, « **Management et gestion d'entreprise** », Edition JEUNE, Année 1999, 240 pages.
- ❖ BAUGARD Fabien, « **Gestion et création d'entreprise** », Edition Foucher, Année 2000, 220pages.
- ❖ CRISTIAN. C. P, « **Notion fondamentale de la gestion d'entreprise** », Edition Foucher, Année 1996, 180 pages.
- ❖ CRISTIAN. C. P, « **Analyse de rentabilité d'entreprise** », Edition FOUCHER, Année 2002, 180 pages.
- ❖ GINGLINGER Edith, **Gestion financière de l'entreprise**, Mémentos Dalloz, 1991
- ❖ GELINIER Octave, « **Stratégie de l'entreprise et motivation des hommes** », Paris, Hommes et techniques, Année 1996, 311 pages.
- ❖ MONCHAL A et GIRIEUD, **Techniques quantitatives de gestion par la pratique**, Edition Foucher, Année 2000, 180 pages.
- ❖ SOULIE Daniel, « **Analyse économique et stratégique d'Entreprise** », Edition CEF, Année 2000, 200 pages.
- ❖ « **Dictionnaire du Marketing** », Ouvrage collectif, Hatier, Année 1998, 748 pages,
- ❖ SEGUELA Jacques, « **La publicité** », les Essentiels Milan, Année 1997, 200 pages,
- ❖ **Manuel de Marketing pour Madagascar**, Edition CECOR.

## Référence de cour à l'Université

- ❖ ANDRIAMASIMANANA Olivier Origène, Maître de conférences, Chef du Département Gestion « **cours de Gestion de Trésorerie en 4<sup>ème</sup> année gestion(2006-2007)** ».
- ❖ RANOROVOLOLONA Aimée, Enseignant chercheur au Département Gestion « **Cours de Comptabilité des Sociétés en 3<sup>ème</sup> Année gestion (2004-2005), et comptabilité générale en 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> Année gestion** ».
- ❖ RAVALITERA Farasoa Enseignant chercheur au Département Gestion, Directeur des études et des recherches en Gestion « **Cours d'Entreprenariat et Gestion du projet en 4<sup>ème</sup> année gestion(2006-2007)** ».

# ❖ *TABLE DES MATIERES*

|                           |          |
|---------------------------|----------|
| <b>REMERCIEMENTS.....</b> | <b>2</b> |
|---------------------------|----------|

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| <b>LISTE DES TABLEAUX.....</b> | <b>6</b> |
|--------------------------------|----------|

|                                    |          |
|------------------------------------|----------|
| <b>LISTE DES ABREVIATIONS.....</b> | <b>8</b> |
|------------------------------------|----------|

|                                                 |          |
|-------------------------------------------------|----------|
| <i>Section 1 : Environnement du projet.....</i> | <i>6</i> |
|-------------------------------------------------|----------|

|                                                       |   |
|-------------------------------------------------------|---|
| 1.1- Généralité sur la situation géographique : ..... | 6 |
|-------------------------------------------------------|---|

|                                            |   |
|--------------------------------------------|---|
| 1.2-Environnement socio-économique : ..... | 6 |
|--------------------------------------------|---|

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| 1.2.1-Environnement physique : ..... | 6 |
|--------------------------------------|---|

|                                        |   |
|----------------------------------------|---|
| 1.2.2-Environnement économique : ..... | 7 |
|----------------------------------------|---|

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 1.2.3-Environnement social : ..... | 9 |
|------------------------------------|---|

|                                                      |          |
|------------------------------------------------------|----------|
| <i>Section 2 : Caractéristique du projet : .....</i> | <i>9</i> |
|------------------------------------------------------|----------|

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 2.2 :- Nature du projet : ..... | 10 |
|---------------------------------|----|

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Pour cela, nous offrons au visiteur : ..... | 10 |
|---------------------------------------------|----|

|                        |    |
|------------------------|----|
| 2.2.1 Hébergement..... | 10 |
|------------------------|----|

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 2.2.3-Snack Bar : ..... | 11 |
|-------------------------|----|

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 2.3 :- But et objectif : ..... | 12 |
|--------------------------------|----|

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 2.4- Intérêt du projet : ..... | 13 |
|--------------------------------|----|

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>Section 3 : Identification de promoteur du projet .....</i> | <i>13</i> |
|----------------------------------------------------------------|-----------|

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| <i>Section 1 :-La description du marché.....</i> | <i>15</i> |
|--------------------------------------------------|-----------|

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 1.1-Définition du marché : ..... | 15 |
|----------------------------------|----|

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 1.2-Domaine de création. du projet : ..... | 15 |
|--------------------------------------------|----|

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 1.3-Clientèle cible : ..... | 15 |
|-----------------------------|----|

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>A: Etude de marché dans la région d'exploitation.....</i> | <i>15</i> |
|--------------------------------------------------------------|-----------|

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 2- Analyse de l'offre : ..... | 17 |
|-------------------------------|----|

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 3- Analyse de la concurrence : ..... | 17 |
|--------------------------------------|----|

|                                                   |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| <i>Section 2: Aspect marketing du projet.....</i> | <i>24</i> |
|---------------------------------------------------|-----------|

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 2.1Théories sur les stratégies..... | 24 |
|-------------------------------------|----|

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 2.1.1Stratégie « push » et « pull » : ..... | 24 |
|---------------------------------------------|----|

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 2.1.2Stratégie marketing Mix:..... | 25 |
|------------------------------------|----|

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| 2.2-Stratégie à appliquer pour le projet : ..... | 25 |
|--------------------------------------------------|----|

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| 2.2.1-Stratégie push à dominante pull : ..... | 25 |
|-----------------------------------------------|----|

## **DEUXIEME PARTIE**

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ORGANISATIONNELLE DU PROJET.....</b> | <b>30</b> |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|

|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| <i>Section 1-La structure de l'entreprise : .....</i> | <i>30</i> |
|-------------------------------------------------------|-----------|

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>1.3-Description des tâches et responsabilités : .....</i> | <i>34</i> |
|--------------------------------------------------------------|-----------|

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>Section2 :-Ressources nécessaires à mettre en place : .....</i> | <i>36</i> |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 2.1-Ressources financières : ..... | 36 |
|------------------------------------|----|

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 2.2-Ressources humaines : ..... | 37 |
|---------------------------------|----|

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 2.3- Ressources matérielles : ..... | 39 |
|-------------------------------------|----|

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 3.2.1 Achat de matériaux et matières premières : ..... | 42 |
|--------------------------------------------------------|----|

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Evaluation de stock à choisir : ..... | 44 |
|---------------------------------------|----|

|                                                       |           |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CHAPITRE II : CAPACITE D'ACCUEIL ENVISAGE.....</b> | <b>44</b> |
|-------------------------------------------------------|-----------|

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>Section 1 : Capacité d'accueil de l'établissement :</i>                            | 45        |
| -Autres :                                                                             | 47        |
| <i>Section 2 :-La mise en place d'un environnement convivial.....</i>                 | 49        |
| <i>Section 3 : Chronogramme d'activité.....</i>                                       | 50        |
| <b>TROISIEME PARTIE</b>                                                               |           |
| <b>ETUDE FINANCIERE ET EVALUATION DU PROJET.....</b>                                  | <b>52</b> |
| <b>CHAPITRE I : ETUDE FINANCIERE DU PROJET : .....</b>                                | <b>53</b> |
| <i>Section 1 : Investissements .....</i>                                              | 53        |
| 1.3.-Budget de trésorerie pour l'année 1 :                                            | 56        |
| 1-4-Fond de roulement initial .....                                                   | 58        |
| 1.4.1. Besoin en fond de roulement initial :                                          | 58        |
| <i>Section 2 : Financement.....</i>                                                   | 60        |
| <i>Section 3 : -Les comptes de gestion et les états financiers prévisionnels.....</i> | 62        |
| 3 1 : Les comptes de gestion.....                                                     | 62        |
| -Prévision d'achat de matières premières :                                            | 64        |
| -Achat prévisionnel pour l'année 1 :                                                  | 64        |
| 3 2 : Etats financiers prévisionnels :                                                | 76        |
| 3.2.1-Bilan prévisionnel .....                                                        | 76        |
| 3.2.2-Compte de résultat prévisionnel par nature :                                    | 81        |
| Année 1.....                                                                          | 81        |
| Année 2.....                                                                          | 81        |
| Année 3.....                                                                          | 81        |
| Année 4.....                                                                          | 81        |
| Année 5.....                                                                          | 81        |
| 3.2.3- Flux net de trésorerie par méthode directe :                                   | 82        |
| 3.2.4-Marge brute d'autofinancement :                                                 | 84        |
| <b>CHAPITRE II : EVALUATION FINANCIERE DU PROJET : .....</b>                          | <b>85</b> |
| <i>Section 1 : Evaluation financière suivant les outils d'évaluation :</i>            | 85        |
| 1.2-Calcul du taux de rentabilité interne :                                           | 86        |
| 1.2.1- Définition :                                                                   | 86        |
| 1.2.2- Application pour le projet :                                                   | 86        |
| 1.2.3-Interprétation :                                                                | 87        |
| 1.3.1- Définition :                                                                   | 88        |
| 1.3.3-Interprétation :                                                                | 88        |
| 1.4.1- Définition :                                                                   | 89        |
| 1.4.2- Application pour le projet.....                                                | 89        |
| 1.4.3-Interprétation :                                                                | 90        |
| <i>Section 2 : Evaluation financière suivant les critères d'évaluation :</i>          | 90        |
| 2.1-Pertinence :                                                                      | 90        |
| 2.2-Efficacité du projet :                                                            | 90        |
| 2.3-Efficience du projet :                                                            | 90        |
| 2.4-Durée de vie du projet :                                                          | 91        |
| <i>Section 3:-Etudes des impacts.....</i>                                             | 91        |
| 3.1 : Impact du projet :                                                              | 91        |
| <i>Chapitre III : CADRE LOGIQUE .....</i>                                             | 94        |

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| <i>Section.1 : Cadre logique .....</i>               | <i>94</i> |
| <i>Section.2 : Tableau de la cadre logique .....</i> | <i>95</i> |
| <b>CONCLUSION.....</b>                               | <b>96</b> |
| <b>ANNEXES.....</b>                                  | <b>]</b>  |
| <b>LISTES DES ANNEXES.....</b>                       | <b>]</b>  |
| <b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>                            | <b>2</b>  |