|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| |  | | --- | |  | |  |  |   **REPUBLIQUE TUNISIENNE**  **Ministère de la Jeunesse, du Sport et de l’Intégration Professionnelle**  **Collège LaSalle | Tunis** | |
| **Projet de Fin de Formation** | |
| **Création d’entreprise**  **C:\Users\HP\Desktop\1603901337418.jpgChez vous** | |
| **Pour l’obtention du** | |
| **Brevet de Technicien Supérieur**  **&**  **Diplôme de Collège LaSalle International**  **En** | |
| **Comptabilité et finances** | |
| **Réalisé par :** | **Sous la direction de :** |
| **Haithem Rhimi** | **Madame Asma ABIDI** |

**Remerciements**

Tout d’abord ce travail ne serait pas aussi riche et n’aurait pas pu avoir le jour sans l’aide et l’encadrement de Madame Asma Abidi, je le remercie pour la qualité de son encadrement exceptionnel, pour sa patience, sa rigueur et sa disponibilité.

Mes remerciements s’adressent également à tous mes professeurs pour leurs générosités et la grande patience dont ils ont su faire preuve malgré leurs charges académiques et professionnelles.

Mes remerciements vont également à toutes les personnes qui m’ont aidé et soutenue de prés ou de loin.

**Sommaire**

**Remerciement**

**[INTRODUCTION 1](#_Toc3116)**

**[Chapitre 1 : Le projet 2](#_Toc9578)**

[Section 1 : Présentation du projet 3](#_Toc30986)

[Présentation du secteur d’activité : 3](#_Toc10767)

[Présentation de l’idée : 3](#_Toc13702)

[Section 2 : Présentation de fondateur : 5](#_Toc4345)

**[Chapitre 2 :Presentation du marché 6](#_Toc14533)**

[Section 1 : Les clients 10](#_Toc14308)

[Section 2 : Les concurrents 11](#_Toc10287)

[Section 3 : Les fournisseurs 14](#_Toc23238)

**[Chapitre 3 : Marketing mix 15](#_Toc4941)**

[Section 1 : Politique de service 16](#_Toc10438)

[Section 2 : Politique de prix 17](#_Toc23391)

[Section 3 : Politique de distribution 18](#_Toc6645)

[Section 4 : Politique de communication 19](#_Toc3265)

**[Chapitre 4 : Les moyens 20](#_Toc21411)**

[Section 1 : Les moyens de production 21](#_Toc24668)

[Section 2 : Les ressources humaines 27](#_Toc29727)

**[Chapitre 5 : Le montage juridique 29](#_Toc13741)**

[Section 1 : Définition de la forme juridique 30](#_Toc1794)

[Section 2 : Les statuts de la société : 30](#_Toc16052)

[Section 3 : La démarche de création 31](#_Toc2938)

**[Chapitre 6 : Le montage financier 32](#_Toc2194)**

[Section 1 : Tableau des investissements 33](#_Toc736)

[Section 2 : Tableaux des amortissements 35](#_Toc17575)

[Section 3 : plan de financement 40](#_Toc18288)

**[Conclusion 47](#_Toc6188)**

Annexes

Webographie

# INTRODUCTION

Nous avons choisi le concept de la création d’une maison d’hôte touristique. Ce domaine est plus demandé surtout après la période de Covid-19, puisque toute personne cherche l’individualité et l’indépendance constitue à ce titre un logement indépendant aménagé et équipé.

Pour une courte durée (week-end, quelque jours, semaine) dans le cadre de notre projet création d’entreprise nous avons effectué une maison d’hôte **(Chez vous)**, Comme vous avez entendu par le nom du projet notre maison d’hôte a pour but ; la relaxions qui vous permettre de profiter d’une journée entière dans le nature lion du stress de la vie ordinaire, en plus de passer un moment enter famille et amie ce qui nous distingue ou autre maison d’hôte : Pour ce faire nous avons réalisé une enquête « Questionnaire » pour déterminer la fiabilité de ce projet.

Et nous avons constaté qu’il est demandé par le consommateur Tunisien comme les jeunes, Les familles ; Le faite d’avoir un terrain situé dans une zone géographique importante ou se trouve l’une des régions les plus porteuses « Hammamet ».

Il est important de noter que les gîtes vont être entourés de la piscine (chaque maison d'hôte comporte une vue sur piscine et l’autre vue sur la montagne).

En règle générale, une maison d'hôtes aura sinon la plupart, toutes les fonctionnalités d'un logement classique : Une zone géographique proche et loin des embouteillages

* Caractérisé par un adjectif on plein air
* Il se caractérise par la culture et les espaces verts
* Beaucoup d’activités de loisir
* Il y a des espaces familiaux

# Chapitre 1 : Le projet

## Section 1 : Présentation du projet

## Présentation du secteur d’activité :

Le tourisme en Tunisie est l'un des secteurs importants de l'[économie de la Tunisie](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_de_la_Tunisie" \o "Économie de la Tunisie) et une source de [devises](https://fr.wikipedia.org/wiki/Devise_(monnaie)" \o "Devise (monnaie)) pour le pays. Le tourisme a un effet d'entraînement sur d'autres secteurs économiques, tels que le [transport](https://fr.wikipedia.org/wiki/Transport_en_Tunisie" \o "Transport en Tunisie), les communications, l'[artisanat](https://fr.wikipedia.org/wiki/Artisanat_tunisien" \o "Artisanat tunisien), le commerce et le bâtiment.

## Présentation de l’idée :

Les maisons d’hôtes sont d’excellentes destinations à viser pour se reposer, prendre de l’air et passée du bon temps. Ce repos sera capital pour vous donner des ouvertures d’esprit et pour votre épanouissement. Vous bénéficiez de nombreux services avec plusieurs avantages dans ses logements, mais il sera aussi important de choisir les meilleures pour plus de performances.

* **Localisation :**

Notre entreprise Nommée **« Chez vous »** sera implantée à Nabeul « Hammamet » dans un local de 7000 m2.

Ce choix est justifié par le fait qu’elle est une zone de forte clientèle et potentiel commercial et loisir mais qui nécessite de faire face à une concurrence par des avantages.

* **Pourquoi ce choix ?**

Le choix de ce projet a été appuyé sur plusieurs éléments :

* L’importance de loisir au nouveau mode de vie.
* L’orientation des clients vers les meilleures maisons d’hôte.
* La diversification de la gamme de produit à offrir sur le marché.
* Le stress de vie
* Les conditions difficiles que traverse le pays (COVID-19)

En effet, le tunisien tend à devenir de plus en plus connaisseur et expérimenté dans son comportement d’achat de ce type de produits.

**Analyse SWOT**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forces** | **Faiblesses** |
| * Hautement sécurisé * Service de qualité * Avoir un terrain * Avoir des moyens financiers * Structures hautes de gamme et de charme | * Petite expérience dans le domaine touristique * Coûteuse au niveau de commercialisation |
| **Opportunités** | **Menaces** |
| * Marché porteur | * Présence des concurrents directs * Peu de notoriété |

## Section 2 : Présentation de fondateur

**Haithem RHIMI**

**FORMATION**

**Collège LaSalle | 2019 – 2021**

Brevet de technicien supérieur en comptabilité et finances

**Collège LaSalle | 2016 – 2018**

Brevet de technicien professionnel en comptable d’entreprise

**EXPERIENCE PROFESSIONNELLE**

Juin 2017 (un mois) Arab Tunisian Bank (ATB) | Chargé clientèle

Novembre - Décembre 2018 (2 mois) |Banque Nationale Agricole (BNA) | Mouvement de guichet |

Juillet 2020 (un mois) |Société BEN YEDDER | Direction Administrative et Financière |

Février 2021| Société BONDIN | Direction Administrative et Financière

**Compétences techniques Langue**

Microsoft Office Arabe (Lu, écrit, parlé)

Logiciel Sage Français (Lu, écrit, parlé)

Logiciel SAP Anglais (Lu, écrit, parlé)

**Compétences personnelles**

Travail en équipe

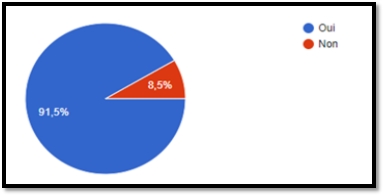
Gestion du stress

Communication

# Chapitre 2 : Présentation du marché

Du point de vue de la demande, l'étude de marché va tenter d'identifier le profil des consommateurs, leurs attentes, et d'estimer la taille du marché.

**Analyses du questionnaire :**

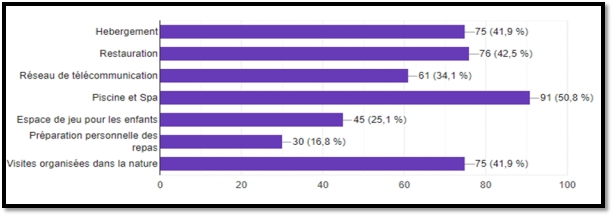


**Figure 1 : La fréquence de personnes intéressées par ce concept**

**91.5 % : oui**

**8.5 % : non**

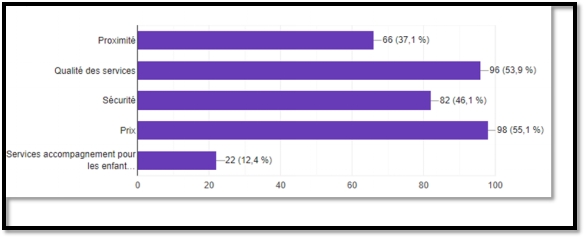
* La majorité de la population est intéressée par ce concept de projet.



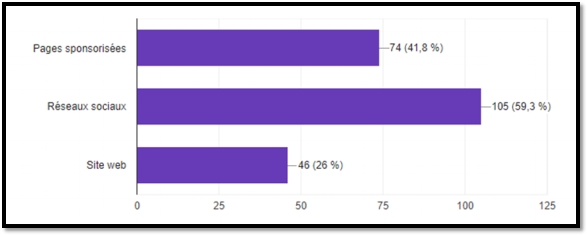
**Figure 2 : Les services attendus**

D’âpres le diagramme à barre, on a constaté que les services les plus demandés sont :

|  |  |
| --- | --- |
| **Hébergement** | 41.9% |
| **Restauration** | 42.5% |
| **Réseau télécommunication** | 34.1% |
| **Piscine** | 50.8% |
| **Espace de jeu pour les enfants** | 25.1% |
| **Visite organisée dans la nature** | 41.9 % |
| **Préparation personnelle des repas** | 16.8% |

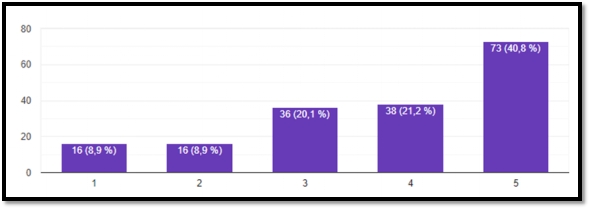


**Figure 3 : Les critères de choix de la maison d’hote**



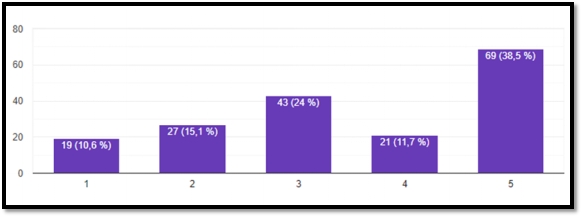
**Figure 4 : Les types de réservation préférée :**

* La majorité de la population préfère réserve par réseaux sociaux

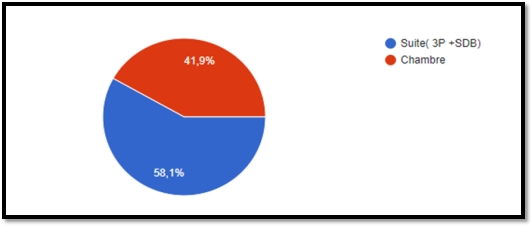


**Figure 5 : Répartition de la population cible selon le Genre**

* La plupart d’effectifs sont des familles avec un pourcentage de 40.8%



* **Figure 6 : Le nombre de séjour souhaité :**
* La majorité de la population souhaite un séjour de 5 jours avec un pourcentage 38.5 %



**Figure 7 : La période de séjour souhaitée (au cours de la semaine ou en week-end)**

* La majorité de la population préfère séjourner en suite.

## 

## Section 1 : Les clients

Nous avons 3 types de client :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Client | Besoin | Attente |
| Jeune | Piscine, réseau de télécommunication, visite organisée dans la nature | Proximité et réductions des tarifs |
| Couple | Piscine, calme hébergement | Sécurité, qualité de service |
| Famille | Animation, piscine, espace de jeux pour les enfants | Service accompagnement pour les enfants |

## Section 2 : Les concurrents

Nous avons 2 types de concurrents

**Concurrents indirectes :**

* Les hôtels :

Les maisons d’hôtes sont aujourd’hui le meilleur compromis entre le confort de chez soi et le service offert par les hôteliers.

En Tunisie, les maisons d’hôtes ont arraché une part importante par rapport aux hôtels ce qui nous a encouragé de le lancer ce nouveau concept de gîte en Tunisie.

Ce concept de gîte n’est pas adapté correctement en Tunisie, nous voulons mieux montrer une autre façon différente pour découvrir le pays afin de dévoiler une autre image de notre belle Tunisie.



**Figure 8 : Hôtel**

* **Les concurrents directs :**

* **DAR BHAR :**

**DAR BHAR** est un endroit qui se caractérise par un service remarquable. Il se situe au cœur de Hammamet, un lieu pour vous évader.

* Point fort : un groupe qualifié et expérimenté
* Point faible : Faible compagne publicitaire / prix élevé



**Figure 9 : Dar BHAR**

|  |
| --- |
| **Prix Dar BHAR**  (**Chambre**) |
| Printemps :140 DT  Eté : 240 DT  Hiver : 105 DT  Automne : 105 DT |

|  |
| --- |
| **Prix Dar BHAR**  **(Suite)** |
| Printemps :300 DT  Eté : 430 DT  Hiver : 250 DT  Automne : 250 DT |

* **DAR NOUR :**

C’est une maison d’hôte qui s’apprête à ouvrir ses portes dans les faubourgs de Nabeul. Cette maison d’hôte se trouve dans une ferme de charme écologique.

* Point fort : service luxe / près de la montagne et la nature
* Point faible : capacité d’accueil limité



**Figure 10 : Dar NOUR**

|  |
| --- |
| **Prix Dar NOUR**  (**Suite**) |
| Printemps :270 DT  Eté : 380 DT  Hiver : 220 DT  Automne : 220 DT |

|  |
| --- |
| **Prix Dar NOUR**  (**Chambre**) |
| Printemps :120 DT  Eté : 200 DT  Hiver : 90 DT  Automne : 90 DT |

## Section 3 : Les fournisseurs

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Fournisseur meubles et décoration** | **Fournisseur matériel de sport** | **Fournisseur matériel de sécurité** |
|  |  |  |

# Chapitre 3 : Marketing mix

Le marketing mix, appelé en français plan de marchéage, regroupe l'ensemble des décisions et actions marketing prises pour assurer le succès d'un produit, service, marque ou enseigne sur son marché.

Nous considérons traditionnellement, que les décisions et actions du marketing mix sont prises essentiellement dans 4 grands domaines qui sont :  
- [la politique produit](https://www.definitions-marketing.com/definition/politique-de-produit/)  
- [la politique de prix](https://www.definitions-marketing.com/definition/politique-de-prix/)  
- [la politique de communication](https://www.definitions-marketing.com/definition/politique-de-communication/)  
- [la politique de distribution](https://www.definitions-marketing.com/definition/politique-de-distribution/)

Section 1 : Politique de service

C’est un service d’hébergement écologique respectueux de l’environnement.

Destiné pour passer des vacances dans un environnement écologique avec les meilleurs conditions (luxe, qualité, confort etc.).

* Raison sociale : **Chez vous**
* Logo



* **Equipements :** Jardin / Parking privé /Salon-séjour /Terrasse/ Barbecue/Salle de sport
* **Activités** : Activités sportives / Animation /Service accompagnement pour les enfants
* **Confort** : Climatiseur / Chauffage électrique / Wifi / SMART TV
* **Environnements :** Une belle vue sur la montagne et des beaux paysages

## Section 2 : Politique de prix

La politique de prix est un élément du marketing mix. Elle comprend la démarche de fixation d'un prix pour un produit ou celle relative à la fixation des prix au sein d'une gamme. La politique de prix n'est pas figée et peut évoluer en fonction des actions promotionnelles, de l'environnement concurrentiel ou selon le cycle de vie du produit.

* **Politique d’ alignement :**

La politique d'alignement consiste à établir la grille tarifaire des produits ou services d'une entreprise sur la base des prix du marché sur lequel elle évolue. Ainsi, le prix de vente d'un produit ou service sera aligné sur celui de la concurrence.

|  |  |
| --- | --- |
| **Prix Chez vous**  **(Chambre)** | **Prix Chez vous**  **(Suite)** |
| Printemps :100 DT  Eté : 170 DT  Hiver : 75 DT  Automne : 75 DT | Printemps :270 DT  Eté : 380 DT  Hiver : 220 DT  Automne : 220 DT |

## Section 3 : Politique de distribution

La politique de distribution est un élément du marketing mix.   
  
La politique de distribution englobe principalement le choix de la stratégie et des canaux de distribution utilisés.

**Vente directe :** Site web, Par téléphone, page Instagram

**Vente à travers les intermédiaires :** Travel to do, Tunisie Booking, Gem voyage

## Section 4 : Politique de communication

La communication permet à l’entreprise d’établir un contact et un dialogue avec les clients.

Elle contribue à l’ensemble des attitudes et comportement des consommateurs associés à une

marque et aux ventes de l’entreprise. Si la communication est menée efficacement, elle peut

avoir un énorme effet sur la performance des entreprises.

La politique de communication est un élément du marketing mix.  
  
La politique de communication entendue au sens large dans le cadre du marketing mix regroupe principalement les actions de publicité, de marketing direct et de promotion des ventes.

**Publicité hors média** : WEB

**Promotion de vente** : réseaux sociaux

# Chapitre 4 : Les moyens

**Présentation de l’étude technique :**

Dans l’étude technique du projet, nous proposons de détailler l’ensemble de besoins :

bâtiment, besoin en équipement et besoin en matière, qui sont nécessaires pour assurer la production correspondante à notre objectif commercial.

## Section 1 : Les moyens de production

* **Les meubles prix en (TND) :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Elément** | **Quantité** | **Prix unitaires** | **Total** |
| Chambre à coucher | 10 | 1800 | 18000 |
| Bibliothèque | 10 | 250 | 2500 |
| Meubles TV | 5 | 300 | 1500 |
| Salle à manger | 10 | 400 | 4000 |
| Salon de séjour | 10 | 1500 | 15000 |
| Bureau | 1 | 350 | 350 |
| Chaises longues | 20 | 70 | 1400 |
| Salon de jardin | 10 | 800 | 8000 |
|  | **TOTAL** |  | 50750 |

**Décoration de la maison d’hôte (TND)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ELEMENT** | **QUANTITE** | **PRIX UNITAIRES** | **MONTANT** |
| Tapis | 20 | 25 | 500 |
| Tableau peinture | 15 | 35 | 525 |
| Lampe déco | 30 | 20 | 600 |
| Bougie de décoration | 30 | 15 | 450 |
| Plante artificielle | 80 | 35 | 2800 |
| **TOTAL** |  |  | 4875 |

* **Les cuisines en TND :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ELEMENT | QUANTITE | PRIX UNITAIRE | MONTANT |
| **Plats en carrée** | 30 | 20 | 600 |
| **Day Porte gâteau** | 20 | 25 | 500 |
| **Cuillère et fourchette** | 100 | 5 | 500 |
| **Café de machine** | 1 | 1500 | 1500 |
| **Frigo** | 2 | 3000 | 6000 |
| **Marmite** | 5 | 30 | 150 |
| **Cuisinière professionnelle** | 2 | 1000 | 2000 |
| **Four** | 2 | 2500 | 5000 |
| **Microonde** | 2 | 400 | 800 |
| **Machine de barbecue** | 5 | 200 | 1000 |
| **Tasse de café** | 70 | 10 | 700 |
| **TOTAL** |  |  | 18750 |

* **Jardin en (TND) :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ELELMENT** | **QUANTIE** | **PRIX UNITAIRE** | **MONTANT** |
| **Pergola de jardin en bois** | 5 | 700 | 3500 |
| **Hamac oscillant** | 10 | 150 | 1500 |
| **Table en bois** | 5 | 100 | 500 |
| **Chaise longue en bois** | 10 | 45 | 450 |
|  |  | **TOTAL** | 5950 |

* **Jeux pour les enfants :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eléments** | **Quantités** | **Prix TTC** |
| Aire de jeux avec toboggan | 1 | 1500 |
| Air flow Play center | 1 | 2000 |
| Balançoire métallique avec double chaise | 1 | 800 |
| Maison pilotis | 1 | 1 250 |
|  | **TOTAL** | 5550 |

* **Équipements salle de sport (TND):**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ELELMENT** | **QUANTIE** | **PRIX UNITAIRE** | **MONTANT** |
| Paire de Disque de Musculation HAMMER 1.25 Kg | 35.500 | 5 | 177.500 |
| Barre Curl HAMMER 4658 - 120 Cm | 103.600 | 5 | 518 |
| Barre de Musculation HAMMER 4657 - 160 cm | 173.900 | 5 | 869.500 |
| Disque Fonte Noir HAMMER 4655 | 563.500 | 2 | 1127 |
| Barre Push Up BODY SCULPTURE | 43.900 | 5 | 219.5 |
| HAMMER VÉLO Elliptique Speed-Motion BT 4107 | 2838 | 1 | 2838 |
| Tapis Roulant HAMMER 4336 Race Runner 2200i 22 Km/h | 4158 | 1 | 4158 |
| Banc de musculation HAMMER BERMUDA XT Pro 4508 | 985 | 10 | 9850 |
| **TOTAL** |  |  | 19757.5 |

* **Equipement de sécurité (TND):**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ELELMENT** | **QUANTIE** | **PRIX UNITAIRE** | **MONTANT** |
| MINI CAMERA D-LINK HD WIFI DCS-8000LH | 3 | 115 | 345 |
| CAMÉRA DE SURVEILLANCE TUBE AHD 4 MP 3,5MM | 3 | 109 | 327 |
| **TOTAL** |  |  | 672 |

* **Piscine :**
* Surface 80 m²

Prix de la construction et l’installation y compris moteur : 50 000 DT

## Section 2 : Les ressources humaines

**Organigramme :**

**Moyens humains** :

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Poste** | **Profil exigés** | **Nombre** | **Rémunération** | **Type de contrat** |
| Femme de ménage | Age de 18 à 40 | 2 | 400 DT | CDD |
| Chef de cuisiner | 2 ans d’expérience Diplôme bac+2 | 1 | 900 DT | CDD |
| Serveur | 1 ans Expérience Age de 18 à 35 | 2 | 650 DT | CDD |
| Réceptionnistes | Femme Age de 18 à 30  Français ( lu, écrit, parlé)  Anglais (lu, écrit, parlé) | 2 | 500 DT | CDD |
| Jardinier | 1 ans d’expérience | 1 | 350DT | CDD |
| Agent de sécurité | Age de 18 à 40 | 2 | 400 DT | CDD |

**Charges du personnel :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Poste** | **Effectifs** | **Salaire net à payer (DT)** |
| Femme de ménage | 2 | 400 |
| Chef de cuisiner | 1 | 900 |
| Serveur | 2 | 650 |
| Réceptionnistes | 2 | 500 |
| Jardinier | 1 | 350 |
| Agent de sécurité | 2 | 400 |

Total charges du personnel = 3600

Charge personnel annuelle = 3600\*12= 43200

# Chapitre 5 : Le montage juridique

## Section 1 : Définition de la forme juridique

**SUARL :**

 La société unipersonnelle à responsabilité limitée c'est une société à responsabilité limitée composée d’une seule personne. L'associé unique ne peut être qu'une personne physique. ... La SUARL est dissoute par le décès, l'incapacité ou la faillite de l'associé unique.

## Section 2 : Les statuts de la société :

**ARTICLE 1 :** Formation : Il est formé par les présents entre les propriétaires des parts sociales ci-après créées et les propriétaires des parts qui pourront l'être par la suite, une société à responsabilité limitée qui sera régie par les présents statuts et les lois et règlements applicables à ces sociétés.

**ARTICLE 2 :** Objet de la Société : La société a pour objet, d’offrir un service de logement dans un environnement écologique y compris des services annexe comme : piscine, terrain mini foot, salle de sport et petit déjeuner.

**ARTICLE 3 :** Dénomination Sociale : La société prend la dénomination de : **Chez vous** (SUARL).

**ARTICLE 4 :** Siège social : Le siège social est fixé à l’adresse suivante NABEUL « Hammamet »

**ARTICLE 5 :** Durée : La durée de la société est fixée à 99 années à compter de son immatriculation au registre de commerce, sauf les cas de dissolution anticipée ou de prorogation décidée par les associés statuant aux conditions de délibérations dans les assemblées générales extraordinaires.

**ARTICLE 6 :** Capital social : Le capital est fixé à la somme de 510.000 Dinars Tunisiens et est divisé en 51000 part sociale de 10 Dinars chacune, attribuées aux associés en proportion de leurs apports.

* Les parts sociales :

510000 DT SOIT 51000DT

## Section 3 : La démarche de création

* **Les étapes :**
* Autorisation préalable de la part de L’ONTT (direction de la promotion des investissements) :
* **Dépôt d’un dossier composé des documents ci-après :**

Délais de 30 jours

* **Formulaire à remplir**
* **Projet des statuts avec liste des actionnaires**
* **Projet de contrat de gestion de l’unité en prendre en gestion**

* Attestation de dépôt de déclaration de la part de L’ONTT (direction de la promotion des investissements) :
* **Dépôt d’un dossier composé des documents ci-après :**

Délais de 30 jours

* **Déclaration d’investissement selon le formulaire fournit**
* **Statut enregistré avec liste des actionnaires**
* **Contrat de gestion enregistré**

## Montage juridique :

* **Raison sociale : Chez vous**
* **Forme juridique :** SUARL (société unipersonnelle à responsabilité limitée)
* **Capital social :** 510000 TND
* **Nombre des associés :** 1 associé
* Haithem rhimi
* **Gérance :** Haithem Rhimi

# Chapitre 6 : Le montage financier

## Section 1 : Tableau des investissements

**-Les investissements**

**Terrain**:

Un terrain de superficie égal a un hectare situé à Hammamet sud pour un valeur de 300000 DT

**Construction**:

Construction pur une valeur de 200000 DT

**Piscine**:

Frais d’installation compris moteur pour une valeur de 50000 DT

**Équipements nécessaires :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Matériel** | **Prix (DT)** |
| Terrain | 300000 |
| Construction | 200000 |
| Piscine | 50000 |
| Matériel de sport | 19757.5 |
| Matériel de sécurité | 672 |
| Equipement de jardin | 5950 |
| Equipement de cuisine | 18750 |
| Meuble | 50750 |
| Matériel de loisir | 5550 |
| Matériel de décoration | 4875 |
| Autre actif non courant | 3600 |

**Tableau des investissements :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Investissement** |  |
| Eléments | Montant (DT) |
| Terrain | 300000 |
| Construction | 200000 |
| Piscine | 50000 |
| Matériel de sport | 19757.5 |
| Matériel de sécurité | 672 |
| Equipement de jardin | 5950 |
| Equipement de cuisine | 18750 |
| Meuble | 50750 |
| Matériel de loisir | 5550 |
| Matériel de décoration | 4875 |
| Frais préliminaire | 3600 |
| **Total** | 659904.5 |

## **Section 2 : Tableaux des amortissements**

**PISCINE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| 1 | 50000 | 10000 | 10000 | 40000 |
| 2 | 50000 | 10000 | 20000 | 30000 |
| 3 | 50000 | 10000 | 30000 | 20000 |
| 4 | 50000 | 10000 | 40000 | 10000 |
| 5 | 50000 | 10000 | 50000 | 0 |

**Matériel de sport**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| **1** | 19757.5 | 3951.5 | 3951.5 | 23709 |
| **2** | 19757.5 | 3951.5 | 7903 | 11854.5 |
| **3** | 19757.5 | 3951.5 | 11854.5 | 7903 |
| **4** | 19757.5 | 3951.5 | 15806 | 3951.5 |
| **5** | 19757.5 | 3951.5 | 19757.5 | 0 |

**Matériel de sécurité**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| **1** | 672 | 134.4 | 134.4 | 537.6 |
| **2** | 672 | 134.4 | 268.8 | 403.2 |
| **3** | 672 | 134.4 | 403.2 | 268.8 |
| **4** | 672 | 134.4 | 537.6 | 134.4 |
| **5** | 672 | 134.4 | 672 | 0 |

**EQUIPEMENT DE JARDIN**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| **1** | 5950 | 1190 | 1190 | 4760 |
| **2** | 5950 | 1190 | 2380 | 3570 |
| **3** | 5950 | 1190 | 3570 | 2380 |
| **4** | 5950 | 1190 | 4760 | 1190 |
| **5** | 5950 | 1190 | 5950 | 0 |

**Equipement de cuisine**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| **1** | 15800 | 3160 | 3160 | 12640 |
| **2** | 15800 | 3160 | 6320 | 9480 |
| **3** | 15800 | 3160 | 9480 | 6320 |
| **4** | 15800 | 3160 | 12640 | 3160 |
| **5** | 15800 | 3160 | 15800 | 0 |

**MEUBLE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| **1** | 50750 | 10150 | 10150 | 40600 |
| **2** | 50750 | 10150 | 20300 | 30450 |
| **3** | 50750 | 10150 | 30450 | 20300 |
| **4** | 50750 | 10150 | 40600 | 10150 |
| **5** | 50750 | 10150 | 50750 | 0 |

**Matériel loisir**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| **1** | 5550 | 1110 | 1110 | 4440 |
| **2** | 5550 | 1110 | 2220 | 3330 |
| **3** | 5550 | 1110 | 3330 | 2220 |
| **4** | 5550 | 1110 | 4440 | 1110 |
| **5** | 5550 | 1110 | 5550 | 0 |

**Frais préliminaire**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| **1** | 3600 | 1200 | 1200 | 2400 |
| **2** | 3600 | 1200 | 2400 | 1200 |
| **3** | 3600 | 1200 | 3600 | 0 |

**CONSTUCTION**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **V0** | **Dotation aux amortissement** | **Somme des amortissement** | **VCN** |
| 1 | 200000 | 20000 | 20000 | 180000 |
| 2 | 200000 | 20000 | 40000 | 160000 |
| 3 | 200000 | 20000 | 60000 | 140000 |
| 4 | 200000 | 20000 | 80000 | 120000 |
| 5 | 200000 | 20000 | 100000 | 100000 |
| 6 | 200000 | 20000 | 120000 | 80000 |
| 7 | 200000 | 20000 | 140000 | 60000 |
| 8 | 200000 | 20000 | 160000 | 40000 |
| 9 | 200000 | 20000 | 180000 | 20000 |
| 10 | 200000 | 20000 | 200000 | 0 |

## Section 3 : plan de financement

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Emplois** | **Montants** | **Ressources** | **Montants** |
| **ANC :**  Immobilisations incorporelles  Immobilisations corporelles  AANC (frais préliminaires)  **AC :**  Stocks  Liquidités | 648479.5  3600  7825  95.5 | **Capitaux propres :**  -Apports personnels  **Dettes long et moyen terme :**  -Emprunts bancaires | 510000  150000 |
| Total | 660000 | Total | 660000 |

**Emprunt bancaire :**

**Banque BTS**

**Condition**

Être de nationalité tunisienne, être âgé d’au moins 20 ans et au maximum 60 ans

Avoir un diplôme universitaire, une qualification professionnelle ou certificat d’aptitude professionnelle (CAP)

S’engager à se consacrer personnellement et à plein temps à la gestion du projet :

Le coût total du projet y compris le fonds de roulement, ne dépasse pas 150000 DT si vous êtes diplômés de l’enseignement supérieur.

Le projet doit être sous la forme d’une entreprise individuelle ou d’une société unipersonnelle à responsabilité limité (SUARL).

**Taux de 12 %**

**Durée 5 ans**

**Tableau d’amortissement d’emprunt**

Emprunt 150000 à 12% intérêt et sur 5 ans avec amortissement constant

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Capital** | **Amortissement** | **Intérêt** | **Annuité** | **Capital restant** |
| **1** | 150000 | 30000 | 18000 | 48000 | 120000 |
| **2** | 120000 | 30000 | 14400 | 44400 | 90000 |
| **3** | 90000 | 30000 | 10800 | 40800 | 600000 |
| **4** | 60000 | 30000 | 7200 | 37200 | 30000 |
| **5** | 30000 | 30000 | 3600 | 33600 | 0 |
| **TOTAL** |  | 150000 | 54000 |  |  |

**Etat de revenu :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Les saisons** | **Nombre de clients prévisionnelles** | **Prix (DT)** | **Revenus (DT)** |
| **Printemps** | 500  50 (CHAMBRE)  450 (SUITE) | 100  270 | 5 000  121500 |
| **Eté** | 800  100(CHAMBRE)  700 (SUITE) | 170  380 | 17 000  266 000 |
| **Hiver** | 300  50 (CHAMBRE)  250 (SUITE) | 75  220 | 3750  55000 |
| **Automne** | 300  30 (CHAMBRE)  270 (SUITE) | 75  220 | 2250  59400 |
| **TOTAL** | 1900 |  | 526750 |

**Etat des charges :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Rubrique** | **Montant** |
| **Les achats (100 DT pour les déjeuners /personne \*600 nbr estimatif de visiteurs)** | 60000 |
| **Autres charges d’exploitation (eaux, électricité, internet, assurance…)** | 12500 |
| **Charge du personnel** | 43200 |
| **Les dotations aux amortissements** | 30895.9 |
| **Les charges financières** | 18000 |
| **Total** | 164595.9 |

**Etat de résultat prévisionnel**

|  |  |
| --- | --- |
| **Rubrique** | **Montant** |
| Produit d’exploitation |  |
| Revenus | 526750 |
| **Total des produits d’exploitation** | 526750 |
| **Charge d’exploitation** |  |
| Achat d’approvisionnement consommé | 60000 |
| Charge personnel | 43200 |
| Les dotations aux amortissements | 50895.9 |
| Autre charge d’exploitation | 12500 |
| **Total des charges d’exploitation** | 166595.9 |
| Résultat d’exploitation | 360154.1 |
| Charges financière nette | 18000 |
| **Résultat des activités ordinaires avant impôt** | 342154.1 |
| Impôt sur les bénéfices 25 % | 85538.525 |
| **Résultat des activités ordinaires après impôt** | 256615.575 |
| Eléments extraordinaires |  |
| **Résultat net de l’exercice** | 256615.575 |

**Calcul de cash-flow**

Le calcul des cash-flows est basé sur les hypothèses suivantes :

* Les revenus augmentent de 15% et les charges augmentent de 12%.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rubrique** | **N** | **N +1** | **N+2** | **N+3** | **N+4** |
| **Produits d’exploitation** | 526750 | 605762.5 | 696626.875 | 801120.9063 | 921289.0422 |
| **Charges d’exploitation** |  |  |  |  |  |
| Achats consommés | 60000 | 67200 | 75264 | 84295.68 | 94411.1616 |
| Charges de personnel | 43200 | 48384 | 54190.08 | 60692.8896 | 67976.0364 |
| Dotations aux amortissements | 50895.9 | 50895.9 | 50895.9 | 50895.9 | 50895.9 |
| Autres charges d’exploitation | 12500 | 12500 | 12500 | 12500 | 12500 |
| **Résultat d’exploitation** | 360154.1 | 426782.6 | 503776.895 | 592736.437 | 695505.927 |
| Charge financier | 18000 | 14400 | 10800 | 7200 | 3600 |
| Impôt sur les bénéfices 25% | 90038.525 | 106695.65 | 125944.224 | 148184.109 | 173876.482 |
| Résultat | 252115.575 | 305686.95 | 367032.671 | 437352.328 | 518029.445 |
| **Cash-flow** | 252115.575 | 305686.95 | 367032.671 | 437352.328 | 518029.445 |

**Calcul d’indicateur de performance**

Le calcul de valeur actualisée nette avec un taux d’actualisation de 12%

**VAN = - I0 + la somme des cash-flows actualisés**

**I0 = 659904.5**

**Cash-flows actualisés :**

**C.F. An =** 252115.575/1.12 1 =225103.192

**C.F. An+1 =** 305686.95/1.122= 243691.765

**C.F. An+2 =** 367032.671/1.12 3 =261246.606

**C.F. An+3 =** 437352.328/1.12 4 = 277945.311

**C.F. An+4 =** 518029.445/1.12 5 = 293943.819

**Somme des cash-flows actualisés =**225103.192+243691.765+261246.606+277945.311+293943.819=1301930.69

**VAN =** -659904.5+ 1301930.69= 642026.19

La VAN>0 donc, nous concluons que le projet est rentable.

# Conclusion générale

La Tunisie connaît actuellement un grand problème socio-économique. Nous avons toute la possibilité d’y remédier. Pour participer activement au développement économique de notre pays, nous devons prendre notre responsabilité. Avoir l’esprit d’entreprise est important car de tout temps, cela a constitué un reproche des investisseurs étrangers. En plus, il faut savoir utiliser ses connaissances. Ces deux caractères constituent un point de départ de l’augmentation des productions. La politique gouvernementale favorise et encourage les initiatives du secteur privé pour le développement de ce secteur.

Dans la première partie, nous avons identifié le projet dans ses détails, la présentation, l’étude du marché visé, le marché sur la transformation et la théorie générale sur les outils et les critères d’évaluation. Cette partie nous a permis d’approuver que le projet est en mesure de trouver un bon créneau pour se développer. Nous avons pu constater que le secteur de tourisme est bien exploité, ce qui nous offre une opportunité pour saisir ce marché. . Dans la deuxième partie, nous avons mis en exergue la conduite du projet qui a démontré l’étude technique, le processus de production et l’étude organisationnelle qui sera mise en place pour l’instauration du projet. Une structure qui permet l’utilisation optimale des ressources. Cette partie décrit la structure de l’organisation du travail par la présentation de l’organigramme, la description de la fonction de chaque poste ainsi que le planning de réalisation des différentes tâches à mettre en œuvre. Alors, nous avons pu établir toutes les démarches nécessaires à la réalisation du projet et ce depuis la construction jusqu’à l’ouverture des portes.

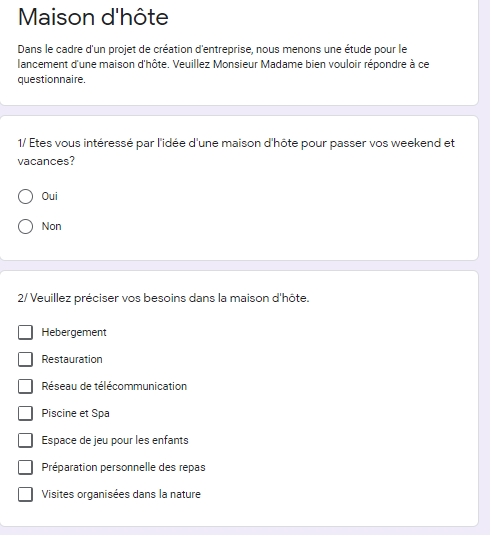
Et dans la dernière partie, nous avons vu l’étude financière de ce projet à partir du coût des investissements, de l’étude de faisabilité. Cette étape d’analyse nous permet d’estimer le volume d’investissement et de vérifier si la proposition est convenablement saine, rentable et faisable avant d’engager des sommes importantes par l’évaluation économique, sociale et financière de ce projet.

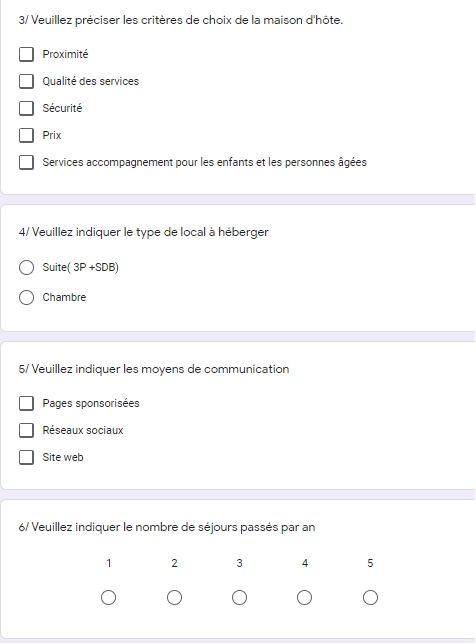
**Les annexes**

* **Lien :**

**<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfoH-GE6QZVH036yiDBmrxwBpfWPqe2pYOa9nxO8etN7nK5qg/viewform>**

* **Les questions :**



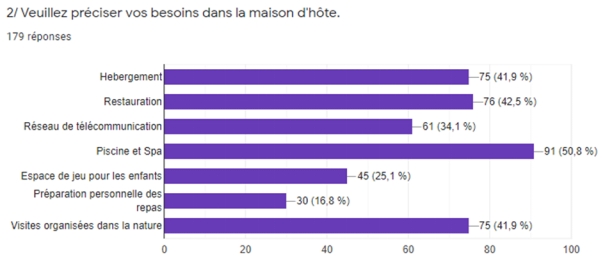


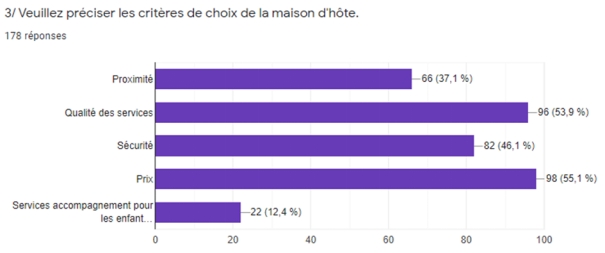
* **Google formulaire :**

**Figure 1 :**

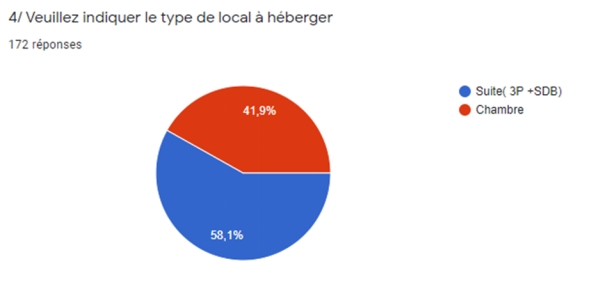


**Figure 2 :**

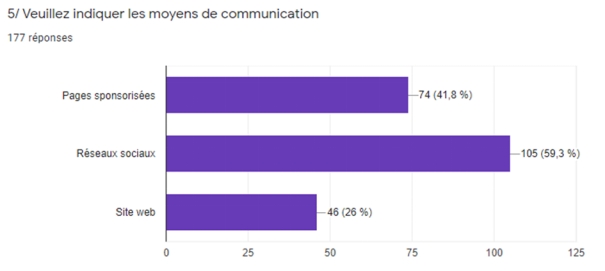


**Figure 3 :** 

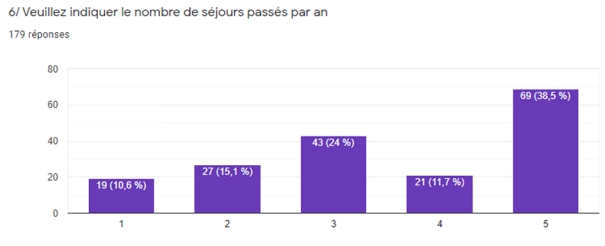
**Figure 4 :**



**Figure 5 :**



**Figure 6 :**



**Figure 7 :**

