



Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion

CESAG

Master en Banque et Finance

MBF

Année Académique 2015-2016

**Option: Marchés financiers et Finance d'entreprise**

PROJET PROFESSIONNEL

Thème:

**FINANCEMENT D'UNE SOCIETE DE  
TRANSPORT HAUT DE GAMME DANS LA  
VILLE D'ABIDJAN :  
LSCC**

Présenté par :  
OUATTARA Bohégué  
Salamata Déborah  
15<sup>ème</sup> Promotion

Sous la direction de :  
Dr Edoh GABIAM  
Professeur associé

Dakar, Juillet 2016

DEDICACES

Qu'il nous soit permis de dédier ce projet professionnel à :

- madame Anne-Marie Antoinette ANOH, notre très chère mère ; merci pour son amour
- monsieur Olo Sib PALE, notre parrain sans qui nous ne serions pas là aujourd'hui ; merci pour le soutien à tous les niveaux ;
- monsieur Edoh Pierre GABIAM, notre encadreur ; merci pour tout ce que vous avez fait pour nous depuis notre arrivée au CESAG ;
- madame Chantal Délia OUEDRAOGO, notre seconde mère, merci pour tout ce que vous avez fait pour nous.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## REMERCIEMENTS

Nous remercions du fond du cœur :

- docteur Aboudou OUATTARA, Enseignant au MBF ;
- professeur Alain Kenmogne SIMO, coordonnateur du Programme MBF ;
- madame BEUGRE TANOI, secrétaire général du CESAG
- monsieur Justin TCHIMOU, sous-directeur des transports à la SITARAIL à la retraite
- madame Massiamy BAMBA Directrice marketing et communication à WTS SARL ;
- madame Adja Nabordjomba GBANE, agent de guichet à Money Gram
- monsieur El Hadj Gaoussou DIABAGATE; directeur général de GIMI Entreprises ;
- monsieur Ladji Idrissa DIABAGATE ; ingénieur projet à SOLDATA
- madame Fatoumata KAMAGATE épouse DRABO assistante de direction à la SOGEPIE ;
- monsieur Mamadou TRAORE ;
- monsieur Constant KOFFI attaché administratif au CROU ;
- monsieur Mamadou TOURE, conseiller à la présidence de la République de CI ;
- monsieur Ali YEO, procureur de la république ;
- monsieur Méré DANIGUE ;
- la promotion 15 du MBF ;
- la promotion 2014-2015 du MPCGF1 B.

## SOMMAIRE

DEDICACES.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
SOMMAIRE .....	iii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	iv
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES .....	vi
INTRODUCTION GENERALE.....	1
CHAPITRE 1 : DIAGNOSTIC DU CONTEXTE GLOBAL DU SECTEUR DU TRANSPORT. 6	
I. Analyse de l'environnement du projet .....	6
II. Diagnostic du secteur du transport.....	13
III. Etude de marché.....	18
CHAPITRE 2 : ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA LSCC .....	23
I. Présentation de la LSCC.....	23
II. Plan marketing de LSCC .....	27
III. Plan des ressources humaines et techniques de LSCC.....	29
CHAPITRE 3 : EVALUATION FINANCIERE DE LA SOCIETE .....	35
I. Coût de la création et de la gestion de LSCC.....	35
II. Modalité de financement et rentabilité de la LSCC .....	39
III. Analyse des risques associés à la création et à la gestion de LSCC.....	46
CONCLUSION GENERALE.....	48
LES REFERENCES DE LECTURES.....	vii
ANNEXES.....	viii
RESUME.....	xxi
ABSTRACT .....	xxii

**LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS**

AGETU : Agence de Gestion du Transport Urbain  
BAD : Banque Africaine du Développement  
BID : Banque Islamique du Développement  
BRVM : Bourse Régionale des Valeurs Mobilières  
CDD : Contrat à Durée Déterminée  
CDI : Contrat à Durée Indéterminée  
CEDEAO : Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest  
CESAG : Centre Africain d'Etudes Supérieures en Gestion  
CMPC : Coût Moyen Pondéré du Capital  
CIMA : Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurance  
DGI : Direction Générale des Impôts  
DRCI : Délai de Récupération du Capital Investi  
DUT : Document Unique de Transport routier de marchandises  
FHB : Félix Houphouët Boigny  
FMI : Fonds Monétaire International  
HKB : Henry Konan Bédié  
GIE : Groupement d'Intérêt Economique  
IDE : Investissements Directs Etrangers  
OHADA : Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique  
PIB : Produit Intérieur Brut  
PME : Petites et Moyennes Entreprises  
PNUD: Programme des Nations Unies pour le Développement  
SA : Société Anonyme  
SARL : Société à Responsabilité Limitée  
SAS : Société par Actions Simplifiées  
SCS : Société en Commandite Simple  
SFI : Société Financière Internationale  
SICTA : Société Ivoirienne de Contrôle Technique Automobile et industriels  
SITA : Salon International du Tourisme d'Abidjan  
SIRHA : Salon International de la Restauration et de l'Hôtellerie d'Abidjan  
SNC : Société en Nom Collectif  
SOTRA : Société de Transport Abidjanaise  
TRI : Taux de Rentabilité Interne

TTU : Taxe sur le transport Urbain

UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

USA : Etats -Unis d'Amérique

VAN : Valeur Actuelle Nette

VTC : Véhicule de Transport avec Chauffeur

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

<b>Tableau 1: Analyse de l'intensité concurrentielle</b> .....	14
<b>Tableau 2: les opportunités et les menaces</b> .....	17
<b>Tableau 3: Description des investissements</b> .....	35
<b>Tableau 4: les dépenses d'exploitation</b> .....	36
<b>Tableau 5: Amortissements des investissements</b> .....	36
<b>Tableau 6 : les besoins en fonds de roulement</b> .....	37
<b>Tableau 7: Plan de financement</b> .....	38
<b>Tableau 8: Compte de résultat prévisionnel</b> .....	42
<b>Tableau 9: Le délai de récupération du capital investi DRCI</b> .....	43
<b>Tableau 10: Le coût du contrat Ijara (leasing) et CMPC</b> .....	44
<b>Tableau 11: Calcul de la valeur nette actualisée VAN et du taux de rentabilité interne TRI</b> .....	45
<b>Figure 1: la représentation de l'analyse PESTEL</b> .....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>
<b>Figure 2: synthèse l'analyse du secteur</b> .....	15
<b>Figure 3: les moyens de déplacement des clients</b> .....	20
<b>Figure 4: les gammes de véhicules utilisés par les clients</b> .....	21
<b>Figure 5: structure organisationnelle</b> .....	30

## INTRODUCTION GENERALE

La Côte d'Ivoire est en plein redécollage économique depuis la fin de la crise politico-militaire qui l'a secouée. Premier producteur mondial de cacao, le pays a enregistré des taux de croissance économique de 9,8% en 2012, de 8% en 2013 et de 8,5% en 2014. Le Fonds monétaire international (FMI) a estimé, dans un communiqué publié le 15 mars, que l'économie ivoirienne devrait enregistrer une croissance de 8,5% en 2016 contre 8,6% en 2015. «Les perspectives macroéconomiques pour 2016 et à moyen-terme sont positives. La croissance réelle du PIB est projetée à 8,5 % en 2016<sup>1</sup>, accompagnée d'une faible inflation», a souligné une mission de l'institution qui a séjourné à Abidjan du 29 février au 15 mars. Cette croissance est aussi le résultat des efforts menés dans le cadre du Plan National de Développement (PND) pour l'amélioration du cadre des affaires et l'accélération des réformes structurelles. Le pays est ainsi devenu plus attractif, notamment pour l'investissement Direct Etranger (IDE)<sup>2</sup>. Cette croissance est soutenue par plusieurs secteurs notamment le secteur tertiaire qui représente 50% du PIB et emploie 22% de la population active<sup>3</sup>. Le secteur touristique est en plein essor en Côte d'Ivoire. Et les projets de construction de complexes hôteliers de différents standings qui ne cessent d'apparaître au grand jour en sont l'un des témoignages. Le dynamisme retrouvé du secteur devrait continuer à s'améliorer grâce à la volonté des autorités ivoiriennes.

En effet, le gouvernement ivoirien compte réhabiliter le patrimoine hôtelier de l'État de Côte d'Ivoire. Il est également question de mettre aux normes les établissements touristiques et d'établir la cartographie de l'offre touristique. À noter que le secteur touristique bénéficie également des retombées de la relance économique enclenchée depuis quelques années, mais aussi des importants travaux réalisés et en cours en matière d'infrastructures routières, aériennes et maritimes.

Ajouté à cela, l'organisation constante de nombreux événements internationaux dont les prochains défis, qui renferment d'ailleurs d'énormes opportunités, constituent les Jeux de la Francophonie de 2017 et la Can de 2021 en Côte d'Ivoire. Les importants investissements réalisés depuis ces dernières années en matière d'infrastructures auront permis de doper le secteur des transports tant au niveau terrestre qu'aérien ou même maritime. Et cette tendance devrait encore se confirmer cette année en raison des investissements annoncés.

---

<sup>1</sup> <http://www.agenceecofin.com/gestion-publique/1603-36647-cote-divoire-le-fmi-prevoit-un-taux-de-croissance-de-8-5-en-2016>

<sup>2</sup> <http://www.agenceecofin.com/gestion-publique/1603-36647-cote-divoire-le-fmi-prevoit-un-taux-de-croissance-de-8-5-en-2016>

<sup>3</sup> [http://www.africaneconomicoutlook.org/fileadmin/uploads/aeo/2015/CN\\_data/Cn\\_Long\\_FR/Cote\\_d\\_Ivoire\\_2015.pdf](http://www.africaneconomicoutlook.org/fileadmin/uploads/aeo/2015/CN_data/Cn_Long_FR/Cote_d_Ivoire_2015.pdf)

Ainsi, en plus de continuer à renforcer les infrastructures routières, les autorités entendent démarrer les travaux de construction de la ville aéroportuaire dénommée « Aérocity », tout en achevant la réhabilitation des aéroports de l'intérieur du pays pour leur exploitation. Elles comptent également poursuivre les travaux de construction d'un deuxième terminal à conteneurs au Port Autonome d'Abidjan et engager ceux du terminal à conteneurs du Port de San-Pedro.

Enfin, il a été décidé de poursuivre les travaux de la ligne 1 du métro d'Abidjan et démarrer l'exploitation privée du plan d'eau lagunaire avec des bateaux bus de dernière génération et des quais modernes<sup>4</sup>.

Dans le même ordre, la fin de la crise et l'assainissement du climat des affaires en Côte d'Ivoire ont eu des impacts très positifs sur le secteur du tourisme, ainsi que le retour d'institutions comme la Banque Africaine du Développement (BAD) et la certification de l'aéroport Félix Houphouët Boigny (FHB) qui permettra d'avoir des vols directs sur les Etats Unis d'Amérique (USA).

En matière de transport, la Côte d'Ivoire est bien desservie avec les compagnies aériennes comme Air Côte d'Ivoire, Corsair, Tunis air, Air Algérie, Royal Air Maroc, et surtout Air France qui a choisi Abidjan pour sa deuxième destination en A380, après l'Afrique du Sud. Il faut aussi compter les infrastructures routières et ferroviaires telles que le chemin de fer allant jusqu'au Burkina Faso, les autoroutes devant relier le Burkina et le Nigeria, ainsi que le pont Henri-Konan-Bédié, l'échangeur de la Riviera, le Port autonome d'Abidjan et celui de San-Pedro. Selon un rapport de la Banque Mondiale (2015)<sup>5</sup>, en 2014, le transport aérien a explosé, comme en témoigne l'augmentation de 27% du nombre de voyageurs se rendant pour affaires en Côte d'Ivoire (soit 554 832 passagers). Le transport terrestre a connu un développement similaire. Tous ces facteurs favorisent l'arrivée massive d'hommes d'affaires qui ont besoin de moyens de locomotion de qualité, fiable et sécurisé.

Cependant, ce secteur stratégique qui influe sur le quotidien des ivoiriens est confronté depuis bien longtemps à d'énormes difficultés, telles que la désorganisation et le manque de professionnalisme des acteurs et du secteur lui-même ainsi que le parc auto vieillissant. Ces problèmes ont contribué d'une part, à la baisse de la qualité du service offert et d'autre part, à la dégradation des conditions de circulation avec pour conséquence le développement de

---

<sup>4</sup> <http://www.fric-afrique.fr/cote-divoire--les-secteurs-dactivites-qui-vont-bouger-en-2016--a--16585.html>

<sup>5</sup> [http://www.cgeci.org/cgeci/index.php?option=com\\_content&id=1146:economique-ivoirienrapport-banque-mondialen-la-situation-economique-dominee-par-le-secteur-des-services](http://www.cgeci.org/cgeci/index.php?option=com_content&id=1146:economique-ivoirienrapport-banque-mondialen-la-situation-economique-dominee-par-le-secteur-des-services)

l'insécurité routière notamment les braquages et agressions des passagers de taxis qui plombent l'économie.

Capitale économique de la Côte d'Ivoire, Abidjan compte environ 4,707 millions d'habitants selon le dernier recensement de la population et de l'habitat en Côte d'Ivoire<sup>6</sup>. Le transport des biens et des personnes dans la ville d'Abidjan est essentiellement assuré par la Société de Transport Abidjanaise (SOTRA) qui est la société étatique, les taxis communaux communs (wôrô wôrô), les taxis compteurs (environ 12000)<sup>7</sup> et les minibus (gbaka). De plus en plus de structures (hôtels, sociétés de location et VTC) essaient de répondre au besoin de locomotion d'hommes d'affaires qui débarquent à Abidjan pour affaires ou pour des séjours privés. Les hôtels mettent à la disposition des clients des navettes pour les transporter à l'hôtel et les ramener à l'aéroport à la fin de leur séjour. Ces navettes sont communes et ne circulent qu'à certaines heures, ce qui oblige les clients à attendre longtemps et cause d'énormes désagréments. Les sociétés de location de véhicules pour la plupart informelles, essaient tant bien que mal de répondre à ce besoin en offrant des services de transport à des conditions pas toujours adaptées à un certain type de clients. La plupart des véhicules sont loués au client sans chauffeurs et toutes les charges liées au véhicule, telles que le carburant ou les éventuelles réparations sont à sa charge. Il y a aussi l'arrivée sur la scène de sociétés de voitures de transport avec chauffeurs (VTC) telles qu'AFRICAB, TAXIJET, DRIVE et IZICAB, qui essaient quant à elles d'exploiter un créneau haut de gamme avec des véhicules flambant neufs, géo localisés, équipés de prises pour charger les téléphones, voire du wifi, etc... Il y aurait environ 500 VTC<sup>8</sup> en circulation à Abidjan en ce moment.

Pour exploiter ce créneau qui semble présenter des opportunités, nous envisageons de créer une société dénommée LSCC spécialisée dans le transport privé haut de gamme afin de répondre aux besoins des hommes d'affaires désireux de se faire transporter dans le confort, la sécurité et les plus brefs délais. C'est ce qui justifie la rédaction de notre projet professionnel dont le thème est : 'Modalités de financement d'une société de transport haut de gamme dans la ville d'Abidjan'. Le présent projet professionnel constitue une étude complète préalable à la création de l'entreprise.

La problématique de notre projet est la suivante : quels sont le coût et les modalités de mise en place d'un service de transport haut de gamme dans la ville d'Abidjan ?

---

<sup>6</sup> <http://www.ins.ci/n/templates/docss/RGPH2014D.pdf>

<sup>7</sup> [http://www.jeuneafrique.com/mag/315225/economie/transport-urbain-vtc-a-lassaut-dabidjan/?utm\\_source=Facebook&utm\\_medium=Articles&utm\\_campaign=PostFB\\_14042016](http://www.jeuneafrique.com/mag/315225/economie/transport-urbain-vtc-a-lassaut-dabidjan/?utm_source=Facebook&utm_medium=Articles&utm_campaign=PostFB_14042016)

<sup>8</sup> [http://www.jeuneafrique.com/mag/315225/economie/transport-urbain-vtc-a-lassaut-dabidjan/?utm\\_source=Facebook&utm\\_medium=Articles&utm\\_campaign=PostFB\\_14042016](http://www.jeuneafrique.com/mag/315225/economie/transport-urbain-vtc-a-lassaut-dabidjan/?utm_source=Facebook&utm_medium=Articles&utm_campaign=PostFB_14042016)

Notre but est d'évaluer le coût de la création d'un service de transport haut de gamme dans la ville d'Abidjan. Il s'agira plus spécifiquement de :

- ✚ présenter l'opportunité de la création d'un service de transport haut de gamme à Abidjan ;
- ✚ présenter les modalités de financement du projet ;
- ✚ évaluer la rentabilité du projet.

Notre étude présente un intérêt à plusieurs niveaux. Pour les hommes d'affaires, un service de transport haut de gamme, sur mesure, dont l'une des premières vocations est de répondre à leurs attentes particulières et exigeantes. Une clientèle prête à payer le prix pour bénéficier de services premium, à bord d'une voiture de luxe conduite par un chauffeur qualifié qui répondent à tout point de vue aux exigences particulières de cette catégorie d'agents économique.

Pour les hôtels, il s'agira d'un outil de qualité qui valorise l'image de l'hôtel, et de gestion de sa clientèle, d'un réel centre de profit générant une forte valeur ajoutée dans le compte d'exploitation de l'hôtel sans avoir pour autant à réaliser le moindre investissement.

Pour le CESAG, notre projet aura pour vocation d'enrichir la bibliothèque par un cas pratique qui se veut réaliste. Il pourra servir de support à tout étudiant désireux de pousser la réflexion sur le sujet.

Pour nous même, ce travail sera un moyen de parfaire tout ce que nous avons appris au cours de notre prestigieuse formation. Ce projet facilitera notre insertion professionnelle.

La rédaction de notre projet requiert d'abord une collecte de données qui permettra de mettre en exergue l'intérêt de ce projet. Nous ferons une analyse documentaire sur les modalités de financement d'une société de transport en Côte d'Ivoire, ce qui nous permettra d'avoir une vue d'ensemble du secteur du transport en général et celui du transport privé de luxe en particulier. Cette étude nous donnera les éléments de base pour l'analyse de l'environnement et le diagnostic du secteur.

Nous procéderons ensuite à une étude du marché afin de mieux cerner les contours (freins et opportunité) d'un tel projet. Pour ce faire nous aurons des entretiens avec les gérants des hôtels et de certaines sociétés de location de véhicules et, éventuellement, avec quelques clients potentiels, tels que des hommes d'affaires habitués à voyager en Côte d'Ivoire dans le cadre de leurs activités. Nous élaborerons un questionnaire à administrer aux potentiels clients. Les données de l'étude de marché nous permettront de définir le type de service le mieux adapté, les différentes cibles et les tarifs à proposer. Nous collecterons les données aux ministères du

commerce, du tourisme et du transport. Les données nous permettront d'évaluer les coûts, les modalités de financement et la rentabilité du projet, ce qui nous permettra de déterminer la faisabilité de notre projet. Nous procéderons enfin à l'évaluation des risques du projet.

Le projet professionnel sera rédigé selon un plan tripartite. D'abord nous ferons un diagnostic du contexte global du secteur du transport à Abidjan. Ensuite nous présenterons l'organisation et son fonctionnement. Enfin nous procéderons à l'évaluation financière du projet.

CESAG - BIBLIOTHEQUE

## CHAPITRE 1 : DIAGNOSTIC DU CONTEXTE GLOBAL DU SECTEUR DU TRANSPORT

Notre entreprise de transport privé haut de gamme à Abidjan comme toute autre sera sous l'influence de plusieurs facteurs de l'environnement global du pays. Il est nécessaire de cerner les composantes de cet environnement et de déterminer les éléments qui en constituent des opportunités ou des menaces, afin de définir la stratégie de l'entreprise et lui permettre de s'intégrer au mieux dans le tissu économique local.

### I. Analyse de l'environnement du projet

Nous procéderons dans un premier temps à la présentation des caractéristiques de la ville d'Abidjan et ensuite à l'analyse SPECTRED qui fait ressortir les facteurs économiques, politiques, démographiques, sociologiques, culturels, juridiques, technologiques, écologique, etc. susceptibles d'influencer la situation présente et future de l'entreprise ainsi que ses volontés stratégiques pour l'avenir.

#### 1. Présentation de la ville d'Abidjan

La ville d'Abidjan s'étend sur une superficie de 422 km<sup>2</sup> alors que le district d'Abidjan s'étend sur 2 119 km<sup>2</sup><sup>9</sup>. Abidjan est la capitale économique de la Côte d'Ivoire, dont la capitale administrative et politique est Yamoussoukro. Elle compte selon le dernier recensement de la population et de l'habitat, effectué en 2014, 4 707 000 habitants soit 20 % de la population totale du pays et regroupe 10 communes et 4 sous-préfectures<sup>10</sup>. Considérée comme le carrefour culturel ouest-africain, la ville d'Abidjan connaît une forte croissance caractérisée par une forte industrialisation et une urbanisation galopante

#### 2. Analyse SPECTRED

L'analyse SPECTRED fait ressortir les facteurs économiques, politiques, démographiques, sociologiques, culturels, juridiques, technologiques et écologiques.

---

<sup>9</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Abidjan>

<sup>10</sup> <http://www.ins.ci/n/templates/docss/RGPH2014D.pdf>

### **2.1. Environnement politique de la ville d'Abidjan**

Abidjan est un district autonome sur le plan décisionnel et financier et englobe, en plus de dix communes urbaines, quatre nouvelles sous-préfectures d'Anyama, Brofodoumé, Songon et Bingerville<sup>11</sup>. Bien que n'étant pas la capitale politique de la Côte d'Ivoire, Abidjan regroupe la plupart des institutions ivoiriennes (jusqu'à la fin du transfert de la capitale ivoirienne vers Yamoussoukro)<sup>12</sup> : la présidence au Plateau, la primature (gouvernement), le parlement, le Conseil Constitutionnel, la Cour Suprême (Cour de Cassation, Conseil d'Etat et la Cour des Comptes), la Grande Chancellerie de l'ordre national, le Conseil Economique et Social.

### **2.2. Environnement sécuritaire de la ville d'Abidjan**

La Côte d'Ivoire a connu une crise militaro-politique depuis Septembre 2002 et cette crise s'est accentuée en 2010 à la faveur des élections. Abidjan a été le théâtre de combats violents. Malgré la fin de la crise, la situation sécuritaire reste encore très fragile. L'avènement ces derniers temps d'une nouvelle forme de violence avec des agressions commises par des adolescents appelés « microbes » qui sévissent en pleine impunité dans la ville semant peur et désolation dans la population. Des mesures particulières sont prises avec une opération d'envergure appelée « opération épervier » pour essayer d'enrayer ce phénomène (qui n'honore pas les autorités chargées de la sécurité des biens et des personnes). Globalement, la sécurité est sous contrôle, des efforts ont été fournis mais beaucoup reste encore à faire pour la sécurité.

### **2.3. Environnement économique de la ville d'Abidjan**

En tant que capitale économique, Abidjan représente un véritable poids dans l'économie de la Côte d'Ivoire de par ses industries, son port et son aéroport. Abidjan est la porte d'entrée sur le territoire ivoirien par les airs. Le port autonome d'Abidjan est le deuxième plus grand port de l'Afrique après celui de Lagos au Nigéria. Le district d'Abidjan représente à lui seul 40 % de l'économie ivoirienne. La région des lagunes est la plus industrialisée du territoire national. De nombreuses institutions internationales financières et de développement ont choisi la Côte d'Ivoire pour abriter leurs sièges ou leurs représentations régionales<sup>13</sup>. Il s'agit, entre autres, de la Banque Africaine de Développement (BAD), la Société Financière Internationale (SFI), le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), le Conseil de l'Entente, la

---

<sup>11</sup> <http://www.ins.ci/n/templates/docss/RGPH2014D.pdf>

<sup>12</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Abidjan>

<sup>13</sup> <http://www.goafricaonline.com/ci/articles/19-abidjan>

Commission bancaire de l'UEMOA, la Bourse Régionale des Valeurs mobilières (BRVM), etc. Entretien d'un réseau de 170 guichets, sept établissements financiers et plus d'une trentaine de compagnies d'assurances, Abidjan est une place financière qui anime toute l'Afrique de l'Ouest. La SOTRA (Société des transports abidjanais) assure régulièrement les déplacements urbains à Abidjan par le biais de Bus, Taxi bagage et Ligne Express. Outre les taxis nous avons aussi les "gbaka" qui sont des véhicules urbains de 14 à 26 places circulant dans tout le district. Contrairement aux "wôrô-wôrô" qui sont aussi des moyens de transport, les gbaka ne sont pas limités à une commune. Abidjan dispose d'un aéroport international d'une grande capacité qui lui permet d'accueillir tous les avions gros porteurs existants. Elle se situe à une heure de vol de toutes les capitales de la sous-région. Elle est desservie par de grandes compagnies aériennes telles que Royal Air Maroc et Air France, en direction des grandes capitales du monde, Abidjan connaît un trafic aérien de près de 900 000 passagers (chiffre de septembre 2011) et devait dépasser d'ici le début de l'année 2012 le chiffre de 1 200 000 passagers, selon les chiffres précédant la crise post-électorale. Le district d'Abidjan possède plusieurs boulevards et rues asphaltées reliant les communes entre elles, et menant aux quatre coins du pays. Les deux moitiés de la ville (Abidjan nord et Abidjan sud), sont reliées par les ponts Félix Houphouët-Boigny et Charles de Gaulle. Ces deux ponts se situent entre Treichville et Le Plateau. Le pont Félix Houphouët-Boigny se prolonge par l'immense Boulevard Valéry Giscard d'Estaing qui traverse toute la partie sud de la ville et conduit à l'aéroport. Le troisième pont (pont Henri Konan Bédié) relie le quartier de Marcory (Abidjan Sud) à celui de la Riviera (Abidjan nord). Abidjan possède le plus grand port de la sous-région (Afrique de l'Ouest) qui est aussi le deuxième d'Afrique, après celui de Lagos. Abidjan est une ville cosmopolite en Afrique. Ses divers surnoms, « Manhattan des tropiques » ou « petite Manhattan » ou « perle des lagunes », sont à l'image de cette ville imprévisible et conquérante. Avec ses installations et ses équipements hôteliers modernes tels que le Golf Hôtel, l'emblématique Hôtel Ivoire et voies de communications ainsi que sa monumentalité, Abidjan une ville très fréquentée pour le tourisme d'affaires.

#### **2.4. Environnement juridique**

Le cadre réglementaire du secteur du transport met en exergue :

- ✚ les textes réglementaires ;
- ✚ le cadre légal relatif à la création d'une société de transport ;
- ✚ la fiscalité appliquée aux services de transport ;
- ✚ le contrôle technique automobile ;

- ✚ la couverture des risques d'accident ;
- ✚ la structure des autres charges supportées par les opérateurs.

#### Les textes réglementaires

Le cadre réglementaire est composé de textes juridiques divers et variés qui peuvent être classé selon leur hiérarchie de la façon suivante :

- convention portant réglementation des transports routiers inter- Etats de la CEDEAO signé à Cotonou le 29 Mai 1982
- Loi n°64-294 du 1er aout 1964 organisant la coordination et l'harmonisation des transports routiers
- fondamentaux du régime des transporteurs
- Décret n°2000-100 du 23 février 2000 portant création d'un Comité National des Transports Terrestres
- Décret n°2000-101 du 23 février 2000 portant organisation des transports publics urbains et non urbains de personnes
- Décret n° 2000-102 du 23 février 2000 portant organisation des transports routiers de marchandises ;
- Ordonnance n° 2000-67 du 09 février 2000 déterminant les principes.

#### Le cadre légal relatif à la création d'une société de transport

A ce niveau, nous avons recensé trois (03) décrets qui peuvent être classés selon leur date de signature. Il s'agit des décrets suivants :

- Décret n°2015-270 du 08 avril 2015 instituant et réglementant l'utilisation du Document Unique de Transport routier de marchandises (DUT) Il est institué un Document Unique de Transport (DUT) obligatoire pour tout transport routier de marchandises à l'intérieur et aux frontières de la Côte d'Ivoire. Le DUT matérialise le contrat de transport routier de marchandises et établit la propriété des marchandises.
- Décret n°2015-269 du 22 avril 2015 déterminant les conditions d'accès à la profession de transporteur et d'exercice de l'activité de transport routier

Ce décret détermine les conditions d'accès à la profession de transporteur et d'exercice de l'activité de transport routier. Il s'applique aux activités de transport routier exercées en entreprise telles que le transport public routier de personnes ou de marchandises, urbain, non urbain, intérieur ou international, le transport privé ou pour compte propre de personnel ou de marchandises. Toute entreprise de transport, outre, son inscription

au Registre du Commerce et du Crédit Mobilier est soumise à une inscription au registre des transporteurs routiers tenu par l'administration de transport routier.

- Décret n°2015-235 du 22 avril 2015 déterminant les conditions de création et d'exploitation des gares routières

Ce décret détermine les conditions de création et d'exploitation des gares routières. La création d'une gare routière publique ou privée est soumise à l'obtention d'une autorisation délivrée par arrêté du Ministre chargé du transport, après avis favorable de la commission technique d'agrément.

Le régime de l'autorisation ou de l'agrément où les services de transports urbains de personnes sont non conventionnés. Chaque véhicule accède au marché par l'obtention d'un agrément annuel renouvelable auprès de l'AGETU pour l'exploitation d'un service régulier de transport urbain sous certaines conditions définies par la réglementation en vigueur qui exige notamment :

- l'inscription au registre des transports urbains de personnes de tout opérateur du marché pour identifier de manière exhaustive les exploitants. L'inscription sur ce registre est non cessible et la radiation peut être prononcée pour toute personne ne disposant, depuis plus d'un an, d'aucune autorisation de transport en cours de validité.

Le registre est subdivisé en transport public et transport privé. La catégorie transport public comprend les « personnes physiques » qui sont des nationaux et les « personnes morales » qui concernent les sociétés de droit ivoirien. L'inscription fait obligation du paiement préalable d'une taxe de 50 000 FCFA pour les « personnes physiques » et de 100 000 FCFA pour les « personnes morales » et le transport privé ;

- l'autorisation annuelle d'exploitation qui permet notamment d'assurer une régulation de l'offre de transport en vue d'en maîtriser son évolution pour l'adapter à la demande de déplacements. Les catégories régulièrement autorisées par la réglementation en vigueur sont énumérées ci-après :
  - transport public effectué par des véhicules (au nombre de 5 370) d'une capacité de plus de 9 places notamment les minibus « gbakas » et cars (catégorie C1) suivant des itinéraires autorisés du centre-ville vers la banlieue ;
  - transport public effectué par des véhicules (au nombre de 656) d'une capacité de 5 à 9 places dénommés taxis collectifs (catégorie C2) exploités suivant des itinéraires autorisés du centre-ville vers la banlieue ;

- transport public effectué par des véhicules (au nombre de 11 636) d'une capacité de 5 places dénommés taxis communaux communément appelés woros-woros (catégorie C3) exploités dans les limites du territoire communal ;
- transport public effectué par des véhicules (au nombre de 11 343) d'une capacité de moins de 9 places munis de compteurs horokilométriques dénommés taxis-compteurs (catégorie C4) exploités sur tout le territoire du PTU ;
- transport public par voie d'eau effectué par des embarcations (au nombre de 91) fluvio-lagunaires (catégorie C5) suivant des itinéraires autorisés ;
- transport privé du personnel d'entreprises, d'institutions nationales et d'établissements scolaires, effectué par des véhicules (au nombre de 148) d'une capacité de 9 places et plus (catégorie C6) ;
- transport public du personnel d'entreprises, d'institutions nationales et d'établissements scolaires, effectué par des véhicules (au nombre de 107) d'une capacité de 9 places et plus (catégorie C7).

L'exploitation de ces services de transports urbains est subordonnée à l'obtention d'une autorisation de transport auprès de l'AGETU après paiement d'une taxe de transport urbain (TTU) à la Direction Générale des Impôts (DGI).

#### La fiscalité appliquée aux services de transport urbain.

Concernant les services conventionnés, le concessionnaire est soumis aux dispositions fiscales en vigueur notamment à l'impôt sur le Bénéfice Industriel et Commercial (BIC). Pour les services non conventionnés, le dispositif fiscal en vigueur à Abidjan fait de la Direction Générale des Impôts (DGI) la structure habilitée à percevoir toute la fiscalité du secteur. La DGI apparaît comme un guichet fiscal unique des transports urbains qui vise à instaurer :

- la transparence dans les prélèvements fiscaux ;
- la rationalisation de la pression fiscale ;
- la réduction des déperditions fiscales ;
- la suppression des frais parasites notamment les coûts supplémentaires payés aux intermédiaires ;
- la transparence dans la répartition du produit fiscal ;
- vignette : Le tarif est fixé en fonction de l'âge et de la puissance fiscale du véhicule ;
- patente public ou privé de personnes et de marchandises ;
- taxe de stationnement : payée au District ou à la mairie.

Les différents impôts et taxes prélevés aux exploitants des services non conventionnés de transports urbains sont la vignette, la patente, le papier timbré et la TTU.

#### Le contrôle technique automobile

La réglementation en vigueur a institué une visite technique obligatoire tous les 6 mois pour les véhicules de transport public. Un certificat de visite technique est délivré par la Société Ivoirienne de Contrôle Technique Automobile et industriels (SICTA) à chaque véhicule ayant satisfait l'épreuve de contrôle technique.

#### La couverture des risques d'accident

La couverture des risques d'accident des véhicules automobiles notamment les dommages causés aux tiers est une obligation prescrite par le Code des Assurances des Etats membres de la Conférence Interafricaine des Marchés d'Assurance (CIMA). Cette couverture est assurée par les sociétés d'assurances contre paiement de primes fixées dans le contrat d'assurance.

#### Structure des autres charges supportées par les opérateurs

Pour fournir le service à la clientèle, les opérateurs supportent également les dépenses de carburant, d'entretien et de réparation des véhicules exploités ainsi que de rémunération du personnel.

A côté de ces charges qui concourent directement à la production du service offert aux usagers, des dépenses indirectes sont imposées aux opérateurs à travers le racket subi au niveau syndical et policier qui apparaît comme une « fiscalité parallèle » plombant leurs résultats d'exploitation.

## **II. Diagnostic du secteur du transport**

Nous procéderons d'abord au diagnostic de la demande qui nous permettra de définir la clientèle potentielle. Ensuite le diagnostic de l'offre nous aidera à définir et analyser les stratégies adaptées par les concurrents et à détecter leurs forces et leurs faiblesses. Enfin le diagnostic du groupe stratégique et de l'intensité concurrentielle qui mettra en exergue les 5 forces de PORTER.

### **1. Diagnostic de la demande**

La demande est circonscrite aux clients des hôtels soucieux d'avoir des services de qualité, hauts de gamme et de satisfaire leurs exigences particulières en matière de transport. Les grandes entreprises et autres particuliers devraient constituer une nouvelle clientèle. Le secteur touristique est en pleine croissance avec l'arrivée de grands groupes hôteliers plusieurs projets de constructions d'hôtels sont en cours d'exécution. L'arrivée sur la scène des VTC démontre le dynamisme du secteur du transport privé haut de gamme.

### **2. Diagnostic de l'offre**

L'offre de transport privé est caractérisée par des sociétés de transport privé qui offrent des services à toutes les catégories de clients. Le secteur du transport haut de gamme qui s'adresse exclusivement à un certain type de client reste encore très peu exploité ce qui constitue une réelle opportunité pour un nouvel entrant qui propose des services sur mesure adaptés aux goûts et exigences du client.

### **3. Diagnostic du groupe stratégique**

Dans le groupe stratégique, la concurrence se résume surtout aux sociétés de VTC qui peuvent offrir ou qui offrent pour certaines des services hauts de gamme et des sociétés de location de véhicules qui évoluent pour la plupart dans l'informel. Ces sociétés ne sont pas en mesure de satisfaire toujours les demandes de certains clients car n'offrant pas des services exclusivement dédiés à ceux-ci. Malgré les bonnes capacités financières, matérielles et humaines de ces sociétés, des opportunités existent pour un nouvel entrant exclusivement dédié au haut de gamme.

**4. Analyse de l'intensité concurrentielle**

**Tableau 1: Analyse de l'intensité concurrentielle**

<b>ACTEURS</b>	<b>FORCE DE L'INTENSITE CONURRENTIELLE*</b>	<b>COMMENTAIRES</b>
<b>LES FOURNISSEURS</b>	2	Faible pouvoir de négociation des fournisseurs
<b>LES CLIENTS</b>	4	Pouvoir fort des clients des hôtels parce que constituants la principale cible
<b>LES CONCURENTS</b>	3	Positionnement différent des concurrents. Possibilité de repositionnement de ces derniers
<b>LES ENTRANTS POTENTIELS</b>	3	Marché très dynamique possibilité pour de nouveaux entrants
<b>LES SUBSTITUTS</b>	2	Existence de substituts
<b>SYNTHESE</b>	14	Intensité concurrentielle moyenne

\*la force de l'intensité concurrentielle est évaluée de 1 à 5 pour chaque acteur.

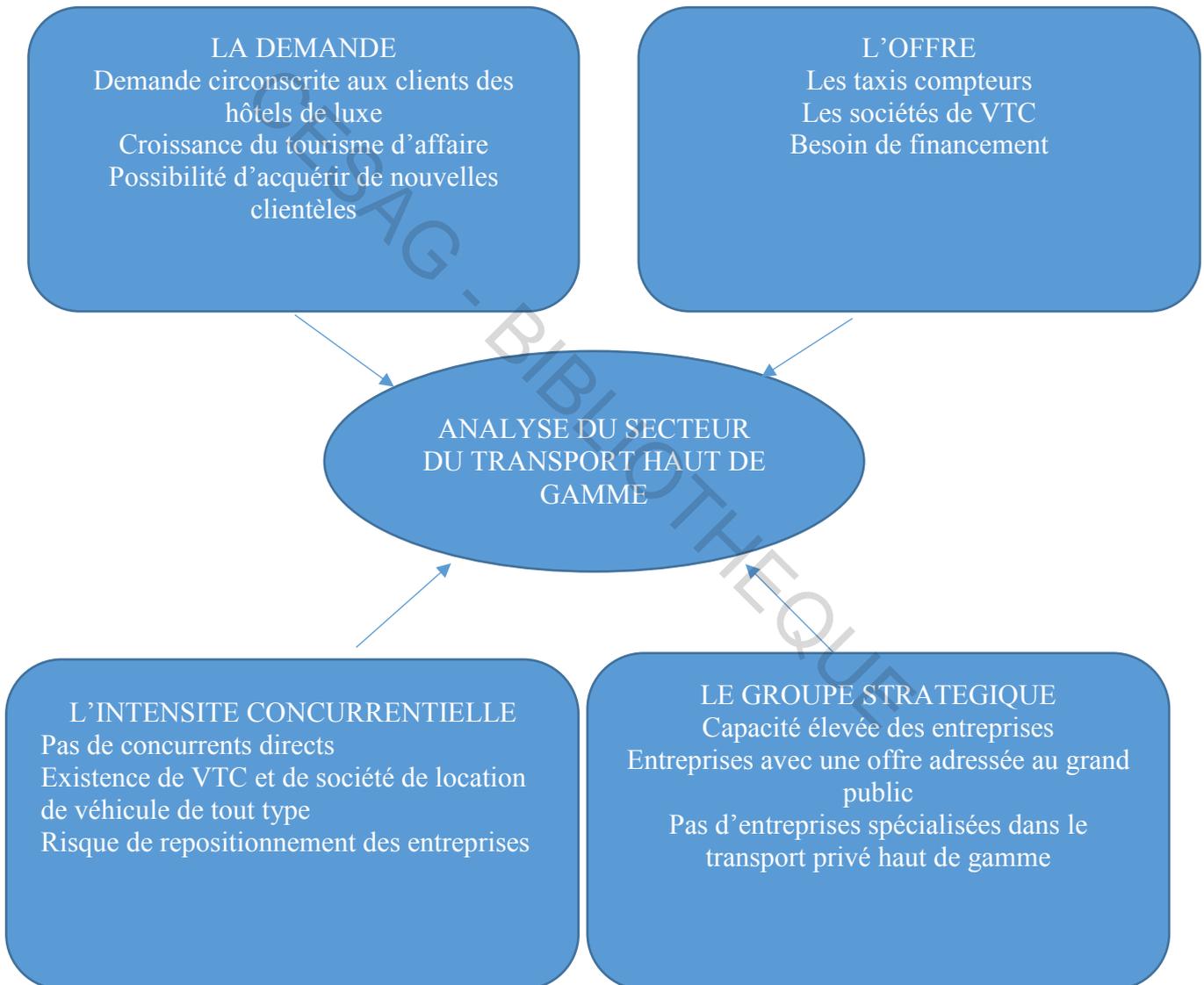
Source : nous-même

## 5. Synthèse de l'analyse du secteur

La synthèse de l'analyse de l'offre se répartit en quatre grands points :

- la demande
- l'offre
- l'intensité concurrentielle
- le groupe stratégique

Figure 1: synthèse l'analyse du secteur



## **6. Les facteurs clés du succès**

L'analyse du secteur du transport haut de gamme, nous a permis d'identifier un certain nombre de critères qui déterminent les facteurs clés du succès dans le secteur. Les différents facteurs clés du succès sont :

- la disponibilité du financement qui permet de couvrir les charges nécessaires au lancement du projet
- visibilité et promotion internet et la communication hors médias seront les outils de vulgarisation de la société
- la rapidité et la disponibilité du service est un facteur essentiel qui mettra en exergue l'avantage comparatif dans l'utilisation des services de la société
- la qualité du service est un critère déterminant pour la pérennité des activités de la société

## **7. Synthèse du diagnostic du secteur**

En prélude au lancement de la LSCC, le diagnostic du secteur a permis de mettre en exergue les avantages et les risques que présente le secteur du transport haut de gamme à Abidjan. Plusieurs innovations seront mises en place pour assurer un succès à la société. Caractérisé par l'absence de sociétés spécialisées exclusivement dans le transport haut de gamme, le secteur présente plusieurs avantages :

- l'absence de concurrents directs spécialisés uniquement dans le transport haut de gamme
- la croissance du secteur du tourisme d'affaires
- secteur favorable aux nouveaux entrants
- la politique d'assainissement du climat des affaires des pouvoirs publics favorable à l'arrivée d'hommes d'affaires
- politique de construction d'infrastructures routières et de réhabilitation des complexes hôteliers

Parmi les risques, on peut noter :

- le repositionnement de certaines sociétés de VTC dans l'offre de transport haut de gamme exclusivement ;
- le besoin de financement très important pour l'acquisition des véhicules de luxe préalable au lancement du projet.

Selon l'évolution du secteur du transport privé haut de gamme, dont la croissance dépendra de plusieurs facteurs exogènes, la LSCC devra envisager la mise en œuvre de nouvelles stratégies telles que :

- l'augmentation de l'investissement initial ;
- les alliances éventuelles avec d'autres sociétés de transport ;
- les partenariats avec des institutions et grandes entreprises pour le transport de leurs hauts cadres.

L'analyse globale de l'environnement et le diagnostic du secteur, nous ont permis de relever les opportunités et les menaces suivantes :

**Tableau 2: les opportunités et les menaces**

<b>Transport privé haut de gamme</b>	
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<b>Croissance soutenue de l'économie</b>	Le repositionnement de certaines sociétés de VTC dans l'offre de transport haut de gamme exclusivement
<b>La politique d'assainissement du climat des affaires des pouvoirs publics</b>	Le besoin de financement très important pour l'acquisition des véhicules de luxe préalable au lancement du projet
<b>Politique de construction d'infrastructures routières et de réhabilitation des complexes hôteliers</b>	Contexte politico- sécuritaire très fragile : élections processus de réconciliation précaire
<b>Secteur favorable aux nouveaux entrants</b>	Désorganisation du secteur du transport
<b>La croissance du secteur du tourisme d'affaire</b>	Possible montée des cours pétrole : indexation du prix du carburant aux cours du pétrole
<b>L'absence de concurrents directs spécialisés uniquement dans le transport haut de gamme</b>	
<b>Organisation d'évènements internationaux tels que les jeux de la francophonie (2017) et la Coupe d'Afrique des nations CAN (2021)</b>	

Source : nous- même

### **III. Etude de marché**

Cette étape concerne l'étude du marché potentiel du transport privé haut de gamme. Elle permettra de comprendre les freins et les motivations pour l'installation d'une société de transport privé haut de gamme. Il s'agira de collecter et d'analyser des informations qui seront prises en compte lors de la conception du projet et dans le plan marketing de la société.

#### **1. Objectifs de l'étude de marché**

Cette étude permettra de bien définir les besoins et de proposer une offre adaptée aux attentes particulières des clients. Dans cette optique, nous allons procéder à une étude qualitative qui sera réalisée sous forme d'enquête auprès des populations cibles.

Les objectifs de l'étude de marché sont multiples et peuvent se présenter comme suit :

- apprécier l'opportunité de lancer une offre de services de transport haut de gamme et mesurer l'intérêt qu'elle suscite ;
- comprendre les ressorts psychologiques d'acceptation d'un tel service ;
- se rendre compte de la fréquence d'une opinion ou d'un désir ;
- évaluer les besoins en termes de qualité en vue de dimensionner nos services ;
- se faire une idée du prix moyen acceptable par la cible ;
- disposer de données pour la définition de la stratégie marketing.

Une étude qualitative est indispensable dès lors que l'on souhaite comprendre les motivations et le comportement des clients vis-à-vis d'un produit ou d'une offre. Ainsi, lorsqu'un besoin d'explication se fait sentir, une étude qualitative doit être menée. La population cible est constituée des clients des hôtels avec lesquels nous allons travailler. Nous allons effectuer d'abord une étude qualitative au niveau des hôtels ensuite au niveau de quelques clients potentiels.

#### **2. Méthodologie de la rédaction de l'étude de marché**

L'étude qualitative est constituée essentiellement de trois étapes.

Etape1 : préparation

- Constitution de l'échantillon
- Confection du guide d'entretien

Etape2 : Réalisation des entretiens

- Entretien face-à-face avec les gérants d'hôtel
- Entretien téléphonique avec les gérants d'hôtel

- Entretien avec les clients des hôtels

Etape3 : Analyse du contenu

- Traitement des informations
- Analyse des données

### **3. Rédaction du questionnaire**

Le questionnaire est sous forme d'un formulaire qui s'adresse aux hôtels et aux clients potentiels. Nous avons administré deux différents questionnaires pour ces deux groupes d'individus. Il comporte vingt-neuf (29) questions pour les hôtels et une fiche de renseignements et vingt et une (21) questions pour les clients avec aussi une fiche de renseignements. L'utilisation du questionnaire a pour objectif de comprendre le processus décisionnel des clients, leurs motivations et comportements vis-à-vis d'une offre de transport privé haut de gamme pour leurs déplacements.

### **4. Administration du questionnaire et échantillonnage**

Notre étude a été menée au cours du mois de mai 2016. Il s'agit d'entretiens semi-directifs basés sur le guide d'entretien décrit plus haut. Les méthodes de collecte utilisées sont l'entretien en face à face (70% des cas) et l'entretien par téléphone (30% des cas). L'échantillon comporte trente-cinq (35) individus composés de cinq (05) responsables d'hôtels et 30 clients. Concernant les hôtels, nous nous sommes basée essentiellement sur les 5, 4 et 3 étoiles. Pour les clients, nous avons privilégié les clients hauts de gamme des hôtels car constituant notre population cible.

### **5. Traitement des données : analyse du contenu**

Le traitement des données de l'étude qualitative du marché du transport privé haut de gamme consistera à faire l'analyse du contenu des entretiens. Il s'agira de ressortir à partir des réponses des interviewés les principaux axes de réflexion liés à la problématique de l'offre de transport privé au haut de gamme à Abidjan.

### **6. Transcription des entretiens**

Les entretiens sont scindés par thèmes et les données enregistrées sont retranscrites suivant les thèmes identifiés.

Les thèmes ou axes d'investigation qui ont été abordés avec les répondants, dans le cadre de l'enquête sur le transport privé haut de gamme, sont les suivants :

- Les moyens de déplacements utilisés par les clients

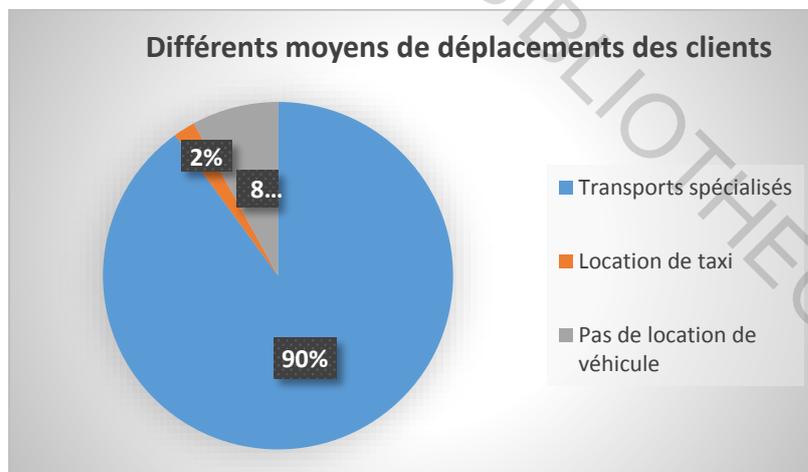
- Les motivations et facteurs influençant les choix
- L'appréciation sur le transport privé
- Les contraintes et les freins
- Les attentes et suggestions sur le projet

## 7. Synthèse

Nous avons tenu compte des avis les plus fréquents pour chaque thème traité.

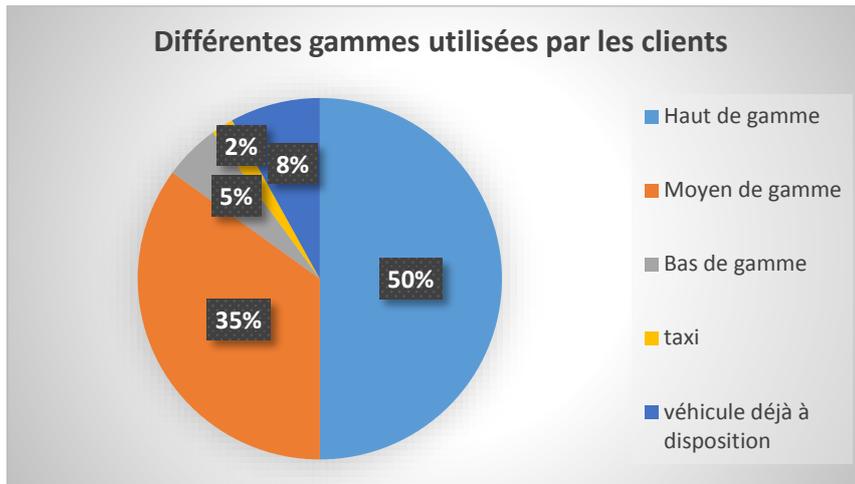
- Les différents moyens de déplacement des clients
  - 90% des répondants trouvent que le niveau de service de transport offert est bon et sont disposés à recourir aux services d'une société spécialisée dans le transport pour des raisons d'image et d'exigences professionnelles ;
  - 8% des répondants n'ont pas recours à la location parce que leurs déplacements sont déjà assurés par leurs sociétés ;
  - 2% des répondants ont recours aux services des taxis par souci de moyens.

Figure 2: les moyens de déplacement des clients



- Les différentes gammes utilisées par les clients
  - 90% des répondants constitués d'hommes d'affaires et de patrons ont recours à la location d'un véhicule pour leurs séjours; véhicules haut de gamme (50%) ; moyen de gamme (35%) et bas de gamme (5%) ;
  - 8% des répondants constitués de cadres et agents de sociétés et d'institutions sont pris en charge par leurs structures ;
  - 2% des répondants utilisent des taxis pour leurs déplacements.

Figure 3: les gammes de véhicules utilisés par les clients



➤ Les motivations et facteurs influençant les choix

- Les répondants qui louent des véhicules haut de gamme le font pour une question d'image, de distinction, de classe.
- Les répondants qui louent des véhicules moyen de gamme le font par souci de discrétion pour ne pas être pris pour cible ni reconnus
- Les répondants qui utilisent les véhicules bas de gamme et les taxis le font par souci de budget.

➤ Les contraintes et les freins

Clients :

- pour (65%) des répondants favorables au projet, la mauvaise qualité du service, le manque de fiabilité et professionnalisme pourraient constituer un frein dans leur choix ;
- pour (10%) des répondants, un prix exorbitant constituerait un frein ;
- pour (25%) des répondants, le fait de disposer de véhicules de leurs sociétés constitue un frein.

Hôtels :

- existence de partenariats avec une autre société de transport privé.

➤ Les attentes et suggestions sur le projet

Les répondants attendent un service de qualité qui réponde à leurs exigences et à des prix raisonnables.

### **7.1. Le marché potentiel et la demande prévisionnelle**

80% des hôtels interrogés se disent disposés à travailler en partenariat avec une société spécialisée dans le transport privé haut de gamme. Ils se disent prêts à recourir aux services d'une telle société par rapport à la demande des clients. 70% des clients interrogés sont prêts à payer le prix pour un service de transport personnalisé. La demande de location de véhicule de chaque hôtel interrogé est estimée à environ 20 clients par jour.

### **7.2. L'offre globale et la concurrence**

L'offre est assurée par des sociétés de location de véhicules et les taxis. Ceux –ci représentent nos concurrents. Cependant ces derniers n'offrent pas des services personnalisés et sur mesure aux clients.

### **7.3. Prix moyens proposés**

Après notre enquête sur les prix moyens pratiqués par les sociétés de location de véhicules, il est ressorti que les prix moyens pratiqués pour les différentes gammes de véhicules sous certaines conditions (sans carburant) sont les suivants :

Véhicule haut de gamme : 100.000 FCFA et plus par jour

Véhicule moyen de gamme : de 50.000 F CFA à 80.000 F CFA par jour

Véhicules bas de gamme : moins de 50.000 F CFA par jour.

Afin de conquérir le marché, nous allons prendre en compte certaines charges telles que le carburant, offrir un service de qualité et sur mesure. Nous allons tenir compte du prix moyen que les clients sont prêts à payer pour ce genre de service. Le moyen que nous allons proposer pour nos services est de 150.000 F CFA par jour tous frais compris. Il faut aussi noter que c'est le prix moyen proposé par les clients interrogés.

## CHAPITRE 2 : ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA LSCC

### I. Présentation de la LSCC

La LSCC sera une société formellement constituée, spécialisée dans le transport privé haut de gamme et personnalisé.

#### 1. Vision

Notre vision est de devenir à moyen terme une référence en matière de transport de luxe en Côte d'Ivoire et dans le long terme dans la sous- région.

#### 2. Mission

Notre mission est d'offrir un service de transport de qualité sur mesure aux hommes d'affaires qui viennent en Côte d'Ivoire afin de participer à l'émergence à laquelle le pays aspire.

#### 3. Objectif

Notre objectif est de donner une autre vision du transport privé en Côte d'Ivoire par une offre de transport personnalisée et sur mesure qui répond aux exigences très particulières de notre cible.

#### 4. Statut juridique de la LSCC

La Côte d'Ivoire, étant membre de l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA), est soumise à la réglementation en vigueur dans cette organisation ; qui regroupe, 17 Etats membres. L'OHADA a pour principal objectif, d'une part, d'harmoniser le droit des affaires et, d'autre part, de remédier à l'insécurité juridique et judiciaire dans les Etats parties. Le statut juridique de l'entreprise détermine, très largement, sa vie et celles des associés. Il est donc important d'opter pour un statut qui correspond le mieux :

- aux motivations et objectifs des entrepreneurs ;
- au contexte socio-économique et juridique du pays ;

Les formes juridiques en vigueur en Côte d'Ivoire sont régies par l'acte uniforme de l'OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du G.I.E. Il s'agit notamment, outre le GIE de ;

- la Société à Responsabilité Limitée (SARL)
- la Société anonyme (SA)
- la Société en Nom Collectif (SNC)
- la Société en Commandite Simple (SCS)

Chaque société a ses propres caractéristiques administratives, fiscales, sociales et financières.

- Société à Responsabilité Limitée (SARL)

Les droits sont représentés par des parts sociales. Le capital social est librement fixé par les associés. Les associés ne sont responsables qu'à concurrence de leurs apports.

- Société Anonyme (SA)

Les droits des actionnaires sont représentés par des actions. La Société Anonyme doit être constituée avec un capital minimum de 10.000.000 FCFA, divisé en actions dont la valeur nominale est librement fixée par les actionnaires mais en nombre entier.

Les actionnaires ne sont responsables qu'à concurrence de leurs apports.

- Groupement d'intérêt économique (G.I.E)

Le GIE est constitué par deux ou plusieurs personnes physiques ou morales et met en œuvre pour une durée déterminée, tous les moyens propres à faciliter ou à développer l'activité économique de ses membres, à améliorer ou à accroître les résultats de cette activité.

L'activité du GIE doit se rattacher essentiellement à l'activité économique de ses membres et ne peut avoir un caractère auxiliaire par rapport à celle-ci.

Il est administré par une personne physique ou morale (qui désigne un représentant permanent)

- Société en Nom Collectif (SNC)

Tous les associés sont des commerçants devant répondre indéfiniment et solidairement des dettes sociales.

- Société en Commandite simple (SCS)

Le capital de la société est divisé en parts sociales. Elle est régie par deux types d'associés : les associés commandités (un ou plusieurs associés indéfiniment et solidairement responsables des dettes sociales) ou les associés commanditaires ou associés en commandite (un ou plusieurs associés responsables des dettes sociales dans la limite de leurs apports).

- Société en participation

La société n'a pas besoin d'immatriculation au Registre du Commerce et du Crédit Mobilier. Elle n'a pas de personnalité morale. Pas de publicité. Preuve par tous les moyens.

- Société de fait

Deux ou plusieurs personnes (physiques ou morales) se comportent comme des associés sans avoir constitué une société ou ayant constitué une société non reconnue.

Lorsque l'existence est reconnue par le Juge, on applique aux associés les règles de la société en nom collectif. Preuve de l'existence par tous les moyens.

- Société par actions simplifiées (SAS)

Société instituée par un ou plusieurs associés et dont les statuts prévoient librement son organisation et son fonctionnement.

Le montant du capital social ainsi que celui du nominal des actions est fixé par les statuts.

- Société à capital variable

Société anonyme ne faisant pas appel public à l'épargne et société par actions simplifiées dont le capital varie suivant des versements successifs d'associés ou l'entrée de nouveaux associés, ou suivant la reprise totale ou partielle des apports effectués.

- Société coopérative

Il est institué la société coopérative par l'Acte Uniforme OHADA relatif au droit des sociétés coopératives et entré en vigueur depuis le 15 mai 2011.

La société coopérative est un groupement autonome de personnes volontairement réunies pour satisfaire leurs aspirations et besoins économiques, sociaux et culturels communs, au moyen d'une entreprise dont la propriété et la gestion sont collectives et où le pouvoir est exercé démocratiquement et selon les principes coopératifs.

Le capital de la société coopérative est variable.

Nous avons opté pour la Société à Responsabilité limitée (SARL) pour notre société parce que moins contraignante par rapport aux formalités administratives requises par la Société Anonyme (SA). Elle jouit aussi d'une crédibilité importante auprès des tiers. La SARL LSCC aura un capital social de 103.700.000 FCFA entièrement détenue par les promoteurs (dix 10 associés).

## **5. Nos services**

La LSCC offrira un service de qualité supérieure taillé sur mesure pour chaque client. Un service prompt, fiable, rapide et sécurisé. Des véhicules de luxe avec toutes les commodités afin que le client se sente comme un roi à bord et tout le long de son séjour. Le client pourra réserver sa voiture en même temps que sa réservation de chambre afin que le service puisse commencer dès son entrée sur le territoire ivoirien.

## **6. Notre équipe**

La LSCC sera composée d'une équipe bureau qui se chargera de coordonner toutes les activités à distance ainsi nous aurons, des spécialistes en informatique et en sécurité numérique afin de suivre les trajectoires des véhicules et s'assurer de la sécurité des clients à distance. Notre équipe terrain sera composée des chauffeurs bien formés à la conduite défensive. Nos chauffeurs seront bilingues, discrets, propres, en costume cravate et avec des compétences en

matière de conciergerie. Nos chauffeurs seront non-fumeurs et à la disposition du client tout le temps qu'il voudra. Ils serviront de guides touristiques en cas de besoin.

### **7. En termes de différenciation**

La LSCC disposera d'une flotte de véhicule de luxe de type MERCEDESS CLASS S et RANGE ROVER essentiellement. Nos services seront adressés exclusivement aux clients des hôtels partenaires et des entreprises partenaires, ils seront personnalisés. Nos véhicules ne porteront aucun LOGO visible. Ils seront discrets mais équipés de tablettes pour permettre au client de suivre sa trajectoire ou son trajet. A la fin de son séjour, le client pourra répondre à certaines questions afin de nous dire son niveau de satisfaction. Il pourra dans le même temps faire des suggestions pour l'amélioration de la qualité du service. Le client pourra choisir le mode de règlement qui lui sied.

### **8. Partenariats**

La LSCC travaillera exclusivement avec les clients des hôtels, dans ce cadre un partenariat sera signé avec ces hôtels afin qu'ils nous mettent à disposition de façon prioritaire, leurs clients qui ont besoin d'un véhicule pour leurs déplacements.

- Un partenariat sera envisagé avec des garages spécialisés pour la maintenance et la réparation des véhicules.
- Un partenariat avec les stations-services sera utile pour la fourniture du carburant.
- Notre cible est constituée des clients des hôtels de luxe (5, 4, 3 étoiles). Les avantages comparatifs pour ces clients seront :
  - la disponibilité et la rapidité du service
  - un service personnalisé sur mesure
  - la sécurité et la fiabilité du service
  - un réel centre de profit générant une forte valeur ajoutée dans le compte d'exploitation de l'hôtel sans avoir pour autant à réaliser le moindre investissement

### **9. Localisation**

Les bureaux de la LSCC seront situés au quartier MARCORY. En effet, Marcory est une commune stratégique pour notre entreprise dans la mesure où elle est située non loin de l'aéroport international FHB, des hôtels ONOMO et RADISSON BLU. Elle est reliée par le pont HKB au quartier résidentiel de la Riviera dans la commune de Cocody qui abrite les hôtels

tels que le Golf Hôtel, le Sofitel Hôtel Ivoire etc. Marcory est traversé par un grand boulevard appelé (VGE) qui permet de rallier facilement le centre des affaires le quartier du Plateau en passant soit par le pont FHB ou le pont du Général DE GAULE. Le plateau abrite des hôtels de luxe tels que le PULLMAN, LE TIAMA, LE NOVOTEL etc. Le quartier Marcory est voisin de Treichville dans lequel se trouve le port autonome d'Abidjan et les plus grandes entreprises y ont leurs industries. Marcory a aussi en son sein des quartiers résidentiels qui abritent la plupart des expatriés européens et libanais. La majeure partie des concessionnaires automobiles d'Abidjan y ont élu domicile, des hôtels et autres restaurants de luxe.

## **II. Plan marketing de LSCC**

L'étude de marché et du secteur nous permet de disposer d'informations nécessaires à l'élaboration de notre stratégie marketing.

### **1. Le marketing stratégique**

La segmentation, le ciblage et le positionnement sont les composantes de notre stratégie marketing.

#### **1.1. La segmentation**

Après étude, deux segments principaux ont été identifiés dans le marché potentiel :

- le segment des clients des hôtels de luxe dont le prix moyen des chambres est supérieur à 100.000F CFA ;
- le segment des clients des hôtels dont le prix moyen des chambres est inférieur à 100.000F CFA.

Afin de répondre au mieux à la demande des clients et de concentrer nos forces pour leur offrir un service sur mesure, nous avons décidé de nous focaliser sur un seul segment qui est celui des clients haut de gamme des hôtels de luxe d'Abidjan.

#### **1.2. Le ciblage**

Partant d'une stratégie de concentration, notre entreprise va se centrer sur la cible des clients haut de gamme des hôtels. Avec un service personnalisé qui s'adapte aux exigences du client. Cette stratégie nous permettra d'éviter l'affrontement avec les concurrents qui ont des moyens puissants et qui bénéficient d'une expérience dans le milieu.

### **1.3. Le positionnement**

La LSCC mettra sur le marché une offre de service de transport haut de gamme destinée aux clients des hôtels de luxe durant leurs séjours Abidjanais. Notre offre mettra l'accent sur la sécurité, la fiabilité, la disponibilité, le confort, le luxe et l'adaptabilité. Tous ces facteurs nous permettront de nous différencier de nos concurrents et de fidéliser nos clients.

## **2. Marketing opérationnel**

En plus du marketing stratégique, un marketing opérationnel est indispensable au succès du projet. Nous adopterons une stratégie qui intègre les aspects du marketing mix à savoir la politique de produit, la politique de prix, la politique de distribution et la communication.

### **2.1. La politique de produit**

La LSCC proposera un service adapté à la cible. Notre produit est une offre de service de transport haut de gamme personnalisé. En partenariat avec les hôtels, nous proposerons nos services à leurs clients. A la réservation d'une chambre dans nos hôtels partenaires, les clients se verront proposer un service de transport qui leur permettra d'effectuer tous leurs déplacements durant leur séjour. Ainsi dès son arrivée sur le territoire ivoirien, le client sera pris en charge au niveau de l'aéroport ; il n'aura pas besoin d'attendre la navette de l'hôtel. Le véhicule et le chauffeur seront à sa disposition tout le long de son séjour. Mis à part le montant du service, le client n'aura à prendre en compte aucune autre charge (carburant, éventuelles réparations,...) liée à la voiture.

### **2.2. La politique de prix**

Une bonne politique de prix est déterminante pour convaincre les potentiels clients à recourir à nos services. La méthode de fixation des prix que nous retenons est l'application du prix moyen du marché et en fonction du prix moyen proposé par les clients. Bien entendu le coût global de la prestation sera pris en compte pour la fixation définitive du prix.

### **2.3. Politique de distribution**

Comme indiqué plus haut, le client sera pris en charge à l'aéroport. En fonction des informations qui nous aurons reçues par rapport à l'heure d'arrivée, les informations d'identification du client, un véhicule l'attendra à sa sortie de l'aéroport. A partir de là. Le client pourra disposer de la voiture comme il veut en fonction de son emploi du temps. Le chauffeur appliquera ces consignes dans la discrétion.

## 2.4. Communication

Notre cible est constituée essentiellement des clients des hôtels. Une approche spécifique sera mise en place pour une communication efficace à l'endroit des hôtels pour qu'ils signent des partenariats avec notre société. La communication hors médias sera privilégiée. Ainsi nous aurons :

- les relations publiques constituées d'une cérémonie de lancement officielle, exposition-cocktails ou déjeuners d'affaires à l'endroit des professionnels de l'hôtellerie, des concessionnaires automobiles et des agences de voyages, participation aux salons du tourisme et de l'hôtellerie (SITA et SIRHA).
- le marketing direct constitué de la création d'un site internet qui présentera nos offres et nos prix et qui permettra de faire des réservations en ligne, la confection de catalogues et annonces promotionnels, des dépliants qui seront disponibles dans les hôtels partenaires.

Notre stratégie marketing a été élaborée en fonction de notre cible qui est composée des clients des hôtels de luxe d'Abidjan. Le positionnement stratégique, le ciblage, notre politique de prix et la communication que nous comptons déployer nous permettront de conquérir le marché du transport de luxe et nous y installer de façon durable.

## III. Plan des ressources humaines et techniques de LSCC

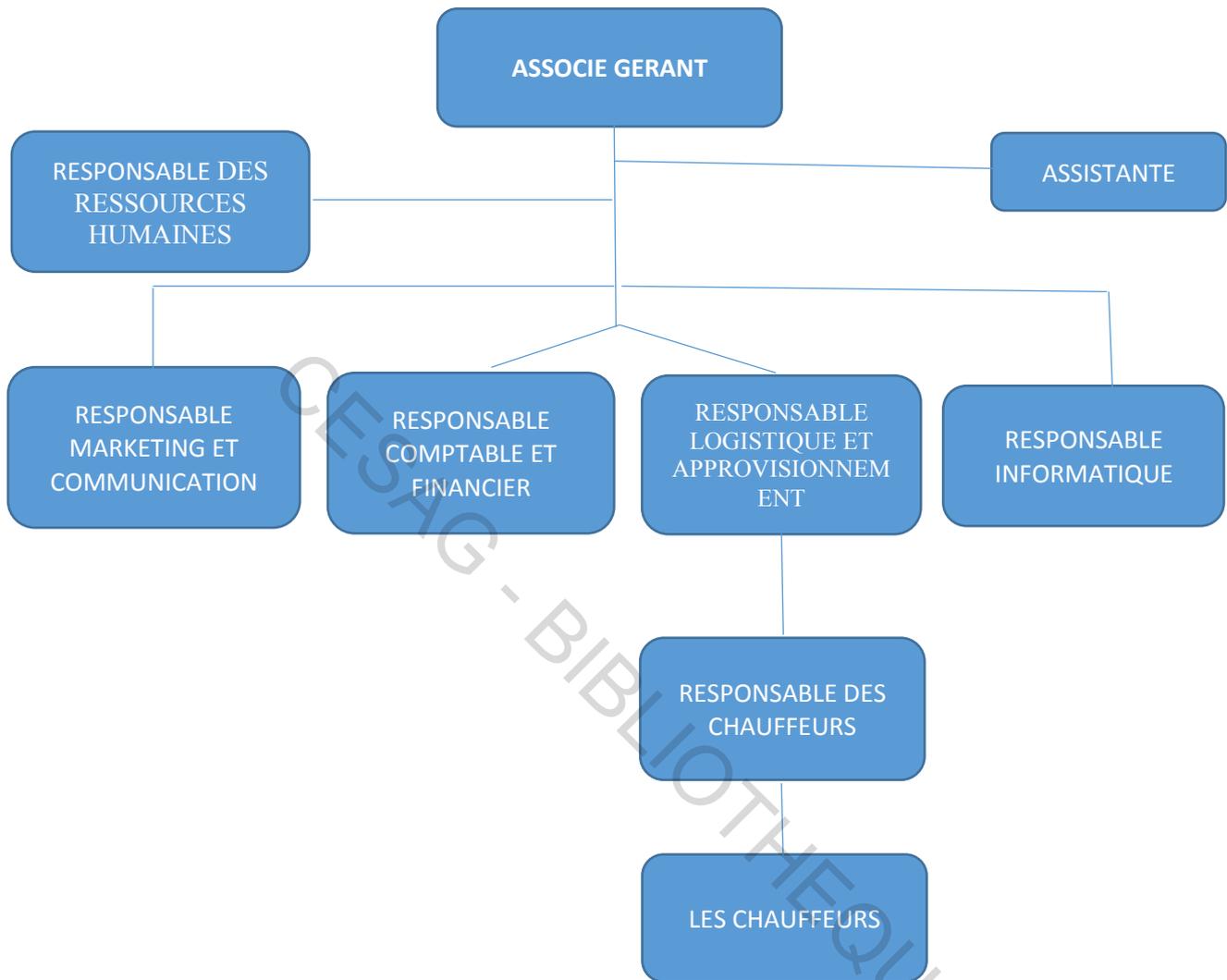
Nous présenterons l'organisation de la LSCC sur le plan des ressources humaines et son fonctionnement.

### 1. Structure organisationnelle

La structure organisationnelle de la LSCC est du type fonctionnel centralisé ; elle est composée d'un directeur général, un responsable logistique et approvisionnements, un responsable marketing et communication, un responsable comptable et financier, un chargé des ressources humaines, un informaticien, un responsable des chauffeurs et des chauffeurs.

### 1.1. Organigramme

Figure 4: structure organisationnelle



### 1.2. Le Directeur général

Il aura pour mission d'assurer la direction, la gestion globale et quotidienne de l'organisation; de planifier, organiser, diriger, gérer, et évaluer l'ensemble des activités, des projets et du personnel de l'entreprise pour atteindre les buts qu'elle s'est fixée. Son rôle est de trouver des solutions visant à améliorer les opérations de transport. Il est responsable du développement marketing, de la gestion financière, des projets opérationnels et des activités de la Société afin d'augmenter sa rentabilité et d'assurer la réalisation des plans et objectifs d'affaires respectifs.

Il devra avoir une vision, assigner une mission à ses collaborateurs afin d'atteindre les objectifs. Il devra définir la stratégie de gestion et guider aussi ses collaborateurs. Il sera aidé dans sa tâche par une assistante.

Il devra être titulaire d'un Master (BAC+5) en gestion et en finance

### **1.3. Le responsable de la logistique et des approvisionnements**

Avec de grandes compétences en matière de négociation et d'achat, il sera chargé de toutes les acquisitions en matière d'immobilisations, de matériels et de mobiliers de l'entreprise. Il sera aussi chargé des négociations avec les fournisseurs. Il aura à charge :

- le suivi des entretiens et de la maintenance des véhicules ;
- mettre à disposition et Suivre les travaux de la logistique et d'entretien (parc automobile, dressing, prestataires externes... ;
- inventorier les besoins en moyens généraux de toutes les directions et veiller à leur mise à disposition; gérer les besoins en logistique avec les achats ;
- faire la mise au point régulière de la logistique, le parc auto et l'accueil (téléphonique et physique) ;
- établir un rapprochement entre les engagements d'achats et le budget en cours.

Il devra être titulaire d'une Licence (BAC+3) en transport et logistique au minimum. Une expérience en achats et serait un atout.

### **1.4. Le responsable marketing, communication et commercial**

Il sera en charge de la définition de stratégie de valorisation de l'image de l'entreprise. Il devra pouvoir mettre en place une stratégie pour conquérir le marché. A cet égard, il devra rencontrer les dirigeants des hôtels afin de les convaincre de travailler avec nous. Il est tenu d'améliorer la réputation de la Société et les relations avec ses clients clés afin de promouvoir ses intérêts commerciaux. Il aura pour missions de :

- identifier les axes de développement commercial : cibles clientèles, segments porteurs, canaux de commercialisation ;
- définir les objectifs de commercialisation (volumes et marges) en lien avec la Direction Générale ;
- analyser l'évolution des marchés ;
- analyser la concurrence ;
- identifier de nouvelles cibles de prospection ;

- organiser le merchandising et la politique de communication sur la gamme de produits ;
- développer des argumentaires de vente et des plaquettes de présentation (en lien avec les fournisseurs) ;
- développer les supports de communication de vente ;
- rechercher des supports (média, presse, etc.) en vue d'opérations de communication externe ;
- organiser des évènements à finalité commerciale pour la société (invitation des fournisseurs, des clients) ;
- rendre compte auprès de la Direction Générale de l'activité commerciale (volume, marge) ;
- transmettre des tableaux de bord (chiffre d'affaires, rentabilité) ;
- effectuer des analyses qualitatives (positionnement). J'apporte un nouveau client par mois à la société.
- éviter que les véhicules mis à la disposition de la logistique soient libérés à vide.
- apporter un nouveau client par mois à la société.

Le responsable marketing communication et commerciale devra être titulaire d'un Master (BAC+5) en Marketing et communication.

### **1.5. Le responsable comptable et financier**

Il sera en charge de la comptabilité et des finances de la société il devra aussi s'occuper de la fiscalité et s'assurer de la bonne santé financière de l'entreprise. Il devra :

- évaluer et contrôler les risques financiers et administratifs et recommander les axes d'amélioration ;
- superviser les clôtures comptables et l'élaboration des états financiers ;
- élaborer et coordonner l'exécution du budget conformément aux orientations stratégiques de la Direction Générale ;
- réaliser des optimisations fiscales conformément aux dispositions en vigueur ;
- superviser, contrôler la gestion de la trésorerie et émettre des recommandations sur l'allocation des ressources financières.

Le responsable comptable et financier devra être titulaire d'un Master (BAC+5) en comptabilité et gestion financière.

### **1.6. Le responsable de l'informatique**

Il devra s'occuper de la gestion numérique de l'entreprise et des innovations en matière technologique. Il devra concevoir et gérer le site de la société. Gérer les logiciels. S'occuper de la maintenance du matériel informatique. Optimiser le système d'information.

### **1.7. Le responsable des ressources humaines**

Il sera en charge de la gestion du personnel, des recrutements et de tous les aspects juridiques et en matière de droit du travail et traitement du personnel. Plus précisément :

- établir les bulletins de paie, et suivre le virement du salaire auprès des institutions financières ;
- établir les déclarations des charges sociales (salariales, patronales et fiscales) et les transmettre aux partenaires sociaux;
- contrôler les mouvements du personnel (CDI-CDD) et établir les déclarations d'accident de travail ;
- organiser les visites médicales (médecin d'entreprise ou médecin de l'inspection du travail);
- établir les droits légaux du personnel dont les contrats de travail sont arrivés à terme;
- établir le planning annuel de formation et de congés
- établir les tableaux de bord GRH et les rapports d'activités mensuels ;
- créer, tenir et suivre les dossiers Administratifs de chaque employé
- organiser les séminaires et formations en interne du personnel ;
- organiser les missions à l'intérieur et à l'extérieur du pays.
- établir les contrats de travail CDI et CDD, les attestations et le certificat de travail
- viser les autorisations d'absences et les états de paie du personnel;
- contrôler les tableaux de bord : formations, absences etc...
- participer aux entretiens de recrutement ;
- entretenir un climat social serein ;
- assurer la Gestion des contrats et des Avenants de toutes les activités (intérim, promotion, événementiel, call center et autres)
- rencontrer les Inspecteurs du Travail pour avis sur les dossiers litigieux
- assurer le suivi et le contrôle des activités de l'Administration et des Ressources Humaines
- organiser et dynamiser le travail de l'Administration et des Ressources Humaines

- dynamiser les supports de travail en cas de besoin
- valoriser les ressources humaines.

Le responsable des ressources humaines devra être titulaire d'un Master (BAC+5) en ressources humaines.

### **1.8. Le responsable des chauffeurs**

Il sera le premier interlocuteur des chauffeurs. Il sera de l'affectation quotidienne des chauffeurs aux différents clients. Il devra s'assurer de la bonne tenue des chauffeurs et vérifier qu'ils sont dans les normes requises par l'entreprise notamment en matière de propreté, de tenue de travail et de sobriété.

Le responsable des chauffeurs devra être titulaire d'un BTS (BAC+2) en gestion des ressources humaines.

### **1.9. Les chauffeurs**

Ils seront l'image de la société le cœur de notre métier ils devront être exemplaires, responsables, fiables, discrets, disponibles, aimables, gentils, serviables, à l'écoute du client. Ils seront des guides pour les clients et, pour cela. Ils devront connaître la ville et avoir un bon sens de l'orientation. Ils devront surtout être bilingues (anglais français).

Les chauffeurs devront avoir au minimum un niveau Terminal.

## **2. Personnel et formation**

L'entreprise disposera d'un personnel d'exécution de qualité essentiellement composé de chauffeur. L'entreprise aura recours à une entreprise spécialisée en maintenance, entretien et pannes des véhicules. Le nombre de chauffeurs sera fonction du nombre de véhicule en service. Les chauffeurs de l'entreprise recevront des cours de conduite pour être plus performants. Des cours d'anglais leur seront dispensés afin de renforcer leurs capacités linguistiques. Des formations mécaniques de base leur seront dispensées afin de connaître le fonctionnement des véhicules et les innovations en la matière. Des formations semestrielles de conciergerie leur seront aussi dispensées.

L'organisation et les différents programmes de formations que nous mettrons en place vont nous permettre de maîtriser et de mieux gérer nos ressources humaines. Car les performances de notre entreprise en dépendent.

**CHAPITRE 3 : EVALUATION FINANCIERE DE LA SOCIETE**

En plus de l'étude de marché, nous allons procéder à l'évaluation financière du projet afin de confirmer sa faisabilité. La détermination des coûts de mise en œuvre du projet est la première étape de notre évaluation financière. Il s'agira de définir les investissements nécessaires au démarrage, les coûts d'exploitation, le fonds de roulement et d'élaborer les différents flux financiers. La deuxième étape consistera à mettre en exergue les modalités de financement et à apprécier la rentabilité du projet. Dans la troisième et dernière étape, nous ferons l'analyse des risques associés à la création et la gestion de l'entreprise.

**I. Coût de la création et de la gestion de LSCC**

Les investissements et le besoin en fonds de roulement nous permettront d'évaluer le coût de notre projet.

**1. Les investissements**

Le démarrage et le fonctionnement du projet requièrent un certain nombre d'équipements et d'installations. Le coût de ces investissements est présenté dans le tableau ci-dessous

Les différents investissements sont décrits dans le tableau suivant :

**Tableau 3: Description des investissements**

Rubriques	Quantité	Prix Unitaire	Montant
Colonne1	Colonne2	Colonne3	Colonne4
Frais d'ets			1 500 000
Type 4X4	8	40 000 000	320 000 000
Type Berline	7	40 000 000	280 000 000
Véhicules de service	2	5 000 000	10 000 000
Matériels de bureau	1	5 000 000	5 000 000
Mobilier de bureau	1	5 000 000	5 000 000
Matériels informatique	1	8 000 000	8 000 000
Tenues chauffeurs	30	100 000	3 000 000
<b>TOTAL</b>			<b>632 500 000</b>

Source : nous-même

**1.1. L'exploitation**

Les dépenses d'exploitation sont présentées dans le tableau suivant :

**Tableau 4: les dépenses d'exploitation**

RUBRIQUES	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Charges locatives	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000
Carburants	200 000 000	200 000 000	220 000 000	250 000 000	250 000 000	270 000 000
Maintenance véhicules	20 000 000	20 000 000	25 000 000	25 000 000	27 000 000	27 000 000
Charges du personnel	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000
Impôt et taxe	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Frais généraux	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
<b>Total</b>	<b>330 000 000</b>	<b>330 000 000</b>	<b>355 000 000</b>	<b>385 000 000</b>	<b>387 000 000</b>	<b>407 000 000</b>

Source : nous-même

**Tableau 5: Amortissements des investissements**

Rubriques	Montant	Durée	Annuités	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Frais juridiques et d'e	1 500 000	5	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	VNC
Mat & mob de bureau	10 000 000	10	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	5 000 000
Véhicule de service	10 000 000	5	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	
Matériels informatiq	8 000 000	4	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000		
<b>Total</b>				<b>5 300 000</b>	<b>5 300 000</b>	<b>5 300 000</b>	<b>5 300 000</b>	<b>3 300 000</b>	

Source : nous-même

## 1.2. Le fonds de roulement

Les besoins en fonds de roulements sont les suivants :

**Tableau 6 : les besoins en fonds de roulement**

BESOINS	Base mois	ANNEE1	Colonne1
Carburant	3	50 000 000	
Electricité+ Eau	4	200 000	
Loyer	3	1 000 000	
Salaires	3	20 000 000	
<b>Total Besoins</b>		<b>71 200 000</b>	

Source : nous-même

**Tableau 7: Plan de financement**

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
<b>BESOINS</b>						
LEASING + INVEST	632 500 000		150 000 000		150 000 000	
Dotation FR	71 200 000					
redevance leasing	180 000 000	168 000 000	156 000 000	144 000 000	132 000 000	
<b>Total besoins</b>	<b>883 700 000</b>	<b>168 000 000</b>	<b>306 000 000</b>	<b>144 000 000</b>	<b>282 000 000</b>	<b>-</b>
<b>RESSOURCES</b>						
CAPITAL	103 700 000					
Reprise FR						71 200 000
LEASING	600 000 000					
Autofinancement	226 325 000	235 325 000	428 075 000	414 575 000	624 075 000	707 500 000
<b>TOTAL RESSOURCES</b>	<b>930 025 000</b>	<b>235 325 000</b>	<b>428 075 000</b>	<b>414 575 000</b>	<b>624 075 000</b>	<b>778 700 000</b>
<b>SOLDE</b>	<b>46 325 000</b>	<b>67 325 000</b>	<b>122 075 000</b>	<b>270 575 000</b>	<b>342 075 000</b>	<b>778 700 000</b>

Source : nous-même

Coût du projet= 703.700.000

Le coût du projet est égal à la somme de l'investissement fixe et de la reprise du fonds de roulement.

L'investissement fixe est de 632.500.000 F CFA

La reprise du fonds de roulement est de 71.200.000 F CFA

Le coût total du projet est de 703.700.000

## **II. Modalité de financement et rentabilité de la LSCC**

Nous allons présenter les différentes modalités de financement de notre projet ensuite analyser sa rentabilité.

### **1. Modalités de financement**

Notre projet est un investissement assez lourd, par conséquent le financement qui sera mis en place sera constitué en partie par un apport de capitaux propres à hauteur de 15% du montant total des investissements et d'un contrat IJARA (leasing conforme aux prescriptions de la finance islamique) à hauteur de 85% de l'investissement total.

#### **1.1. Ijara ou crédit-bail<sup>14</sup>**

L'équivalent de l'opération de leasing ou de crédit-bail dans la finance islamique est l'Ijara. La différence ici n'est qu'une question de terminologie et elle est aussi liée au fait que les banques islamiques ne financent pas les actifs en rapport avec des activités prohibées par la Sharia' a (matériel de production d'alcool).

Le circulaire n°36 du 13 Septembre 2007 de la banque centrale du Maroc, dans son article 1 donne la définition suivante : « On entend par Ijara, tout contrat selon lequel un établissement de crédit met, à titre locatif, un bien meuble ou immeuble, identifié et propriété de cet établissement, à la disposition d'un client pour un usage autorisé par la loi.»

Dans le contrat d'Ijara le client choisit lui-même le bien en question, négocie le prix avec le fournisseur et informe ensuite la banque, à laquelle il donne mandat pour l'acquisition du bien. Cette opération met donc en rapport trois parties : le client, la banque et le fournisseur.

Dans une opération d'Ijara, le matériel demeure la propriété de la banque pendant toute la durée du contrat. En d'autres termes l'établissement de crédit garde la nue-propriété du bien et ne transfère au client que l'usus et le fructus. Le contrat d'Ijara ne concerne que les biens durables

---

<sup>14</sup> <http://www.institut-numerique.org/chapitre-ii-presentation-des-instruments-de-financement-islamique-susceptibles-dinteresser-les-pme-51bb438cc9301>

et répondant à un standard défini par la banque. Les actifs comme les licences d'exploitation de ressources naturelles (pétrole, minéraux...), les brevets, les droits d'auteur n'entrent pas dans le contrat d'Ijara.

Pour jouir d'un contrat d'Ijara, le client (locataire) doit fournir un certain nombre de documents qui feront l'objet d'une analyse de la part de la banque. Ce sont : la demande d'acquisition du bien sous Ijara, une facture pro-forma, les états financiers des trois dernières années.

Le contrat d'Ijara doit contenir des clauses précisant : la nature de l'opération, le bien, l'engagement du client à louer le bien, le montant des loyers, les modalités de son paiement et les dates des échéances, les divers frais et les cas ou conditions de résiliation du contrat et de son renouvellement.

Dans cette opération, les loyers sont déterminés d'accords parties entre l'institution de crédit islamique et le locataire. Les loyers sont en général fixés en fonction des moyens du locataire, ainsi on distingue deux types de barème : un barème linéaire et un barème dégressif.

Pendant toute la durée d'un contrat d'Ijara, le locataire est seul responsable du bien, raison pour laquelle il est souvent sollicité directement ou indirectement pour l'assurance.

Le contrat d'Ijara nécessite aussi des garanties qui peuvent être des sûretés réelles ou personnelles, souvent c'est le bien objet du leasing qui constitue la garantie.

L'Ijara est un contrat synallagmatique et sa durée est irrévocable. Les causes pouvant mettre fin au contrat d'Ijara sont : le non-paiement des loyers, la sous location, la cession ou la mise en gage du bien, l'asymétrie de l'information...

Si le locataire ne respecte pas ses engagements, il devra restituer le bien à la banque et verser les loyers restants en guise d'indemnisation. Les banques islamiques sont beaucoup plus souples concernant les garanties dans les contrats d'Ijara que les banques classiques dans les contrats de crédit-bail.

En effet les banques islamiques sont en principe plus sensibles aux difficultés d'ordre économiques et financières auxquelles peuvent être confrontés les locataires et qui sont indépendant de ces derniers. En général dans ces cas, les banques islamiques accordent un délai supplémentaire pour permettre aux locataires d'améliorer leur position de trésorerie.

A la fin du contrat, le locataire peut renouveler le contrat, dans ce cas les loyers seront inférieurs à ceux du premier contrat. Il peut aussi décider de restituer le bien et mettre fin au contrat d'Ijara ou simplement convenir avec la banque pour un transfert de propriété en achetant le bien. Dans ce dernier cas en principe la banque ne demande qu'une somme symbolique puisqu'elle est déjà rentrée dans ses fonds, la BID en général remet le bien au locataire à la fin du contrat.

L'Ijara ou le crédit-bail est un mode de financement qui peut permettre aux particuliers et aux entreprises d'obtenir des équipements ou des immobilisations qu'ils ne peuvent acheter directement. Ce type de financement doit être privilégié par les PME à cause des avantages du système des amortissements et du fait que les loyers payés sont considérés comme des charges sur le plan comptable.

Le contrat d'Ijara est aussi utilisé dans la conception des obligations islamiques (Sukuk) où les loyers représentent les coupons et le bien l'actif sous-jacent.

Au niveau de la société générale de banque du Sénégal (SGBS) par exemple dans le cadre d'une opération de crédit-bail, la banque peut financer le matériel jusqu'à hauteur de 100% du prix d'achat, les frais de dossiers sont de 0,25% de la base locative (minimum 75000 FCFA) et les loyers sont réglés d'avance le 15 de chaque mois.

Du côté de la BIS, l'ouverture du dossier de crédit Ijara (leasing) est fixée à 5000 FCFA, la mise en place varie de 30.000 à 100.000 FCFA en fonction du client et les loyers sont déterminés entre les parties.

### **1.2. Ijara Wa iktina ou location-vente**

L'Ijara Wa iktina est un contrat de crédit-bail au même titre que l'Ijara cité ci-dessus, la seule différence est que le locataire s'engage dès le départ à racheter le bien à la fin du contrat. Dans cette opération, les loyers payés servent à la fois de rémunération à la banque mais aussi de marge bénéficiaire. La BIS ouvre au nom du locataire un compte d'investissement dans lequel seront versés les loyers et ce compte fait l'objet d'une rémunération de la part de la banque au profit du client (locataire).

## **2. Rentabilité du projet**

La VAN, le TRI et le DRCI sont les critères utilisés pour apprécier la rentabilité du projet et décider de l'opportunité de son financement. Le compte de résultat prévisionnel qui sera établi nous permettra de relever le résultat net et la capacité d'autofinancement.

### **2.1. Le résultat prévisionnel**

Le tableau de résultat prévisionnel met en évidence le résultat net et la capacité d'autofinancement du projet.

**Tableau 8: Compte de résultat prévisionnel**

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CA	810 000 000	810 000 000	1 080 000 000	1 080 000 000	1 350 000 000	1 350 000 000
Charges locatives	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000
Carburants	200 000 000	200 000 000	220 000 000	250 000 000	250 000 000	270 000 000
Entretien véhicules	20 000 000	20 000 000	25 000 000	25 000 000	27 000 000	27 000 000
Frais généraux	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
Impôt et taxes	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Rédevance leasing	180 000 000	168 000 000	156 000 000	144 000 000	132 000 000	
Charges du personnel	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000
Total charge expl	510 000 000	498 000 000	511 000 000	529 000 000	519 000 000	407 000 000
EBE	300 000 000	312 000 000	569 000 000	551 000 000	831 000 000	943 000 000
(Dotation amort)	5 300 000	5 300 000	5 300 000	5 300 000	3 300 000	1 000 000
Résultat d'exploitation	294 700 000	306 700 000	563 700 000	545 700 000	827 700 000	942 000 000
Taux IS	25%					
Impôt/Résultat	73 675 000	76 675 000	140 925 000	136 425 000	206 925 000	235 500 000
Résultat Net	221 025 000	230 025 000	422 775 000	409 275 000	620 775 000	706 500 000
Dotation amort	5 300 000	5 300 000	5 300 000	5 300 000	3 300 000	1 000 000
CAF	226 325 000	235 325 000	428 075 000	414 575 000	624 075 000	707 500 000

Source : nous-même

**Tableau du chiffre d'affaire (CA) annexe 6**

**Redevance leasing annexe 10**

### 2.2. Le délai de récupération du capital investi DRCI

Le D.R.C.I. est la durée au bout de laquelle le cumul des recettes nettes d'exploitation ou flux nets de trésorerie est égal au montant des capitaux investis.

**Tableau 9: Le délai de récupération du capital investi DRCI**

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6
Flux nets		226 325 000	235 325 000	428 075 000	414 575 000	624 075 000	707 500 000
Flux nets cumulés		226 325 000	461 650 000	663 400 000	842 650 000	1 038 650 000	1 331 575 000
	2	461 650 000					
X		632 500 000					
	3	663 400 000					
DRCI	1,847	1 AN 10 MOIS					

Source : nous-même

Le cumul des flux montre que le retour sur investissement se fera dans le courant de la deuxième année c'est-à-dire exactement en 1 an 10 mois.

D'après le calcul du délai de récupération du capital investi (DRCI), les immobilisations consenties seront récupérées au bout de 1 an 10 mois. Si nous considérons un délai maximum de 3 ans pour récupérer les fonds, l'investissement peut être réalisé.

### 2.3. Le coût du contrat Ijara (leasing) et du coût moyen pondéré du capital

Nous allons évaluer le coût du contrat Ijara (leasing) et le coût moyen pondéré du capital (CMPC) qui nous servira de taux d'actualisation.

**Tableau 10: Le coût du contrat Ijara (leasing), des fonds propres et CMPC**

Colonne1	Colonne2	Colonne3	Colonne4	Colonne5
Rubriques	Montant	Part dans le capital	Coût	
Leasing	600 000 000	85%	10%	
Fonds propres	103 700 000	15%	14%	
E(Rm) rendement marché				
Rf (taux sans risque)		6%		
Bêta du titre				
CMPC		11%		

Source : nous-même

Le coût du contrat Ijara (leasing) est de 10%, il représente la marge de la banque fixée d'accord parties. Ainsi les redevances payées représenteront le remboursement et la marge de la banque.

Le coût moyen pondéré du capital CMPC est de 11%.

### 2.4. Calcul de la valeur nette actualisée VAN et du taux de rentabilité interne TRI

Les calculs de la valeur nette actuelle VAN et du taux de rentabilité interne TRI sont représentés dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 11: Calcul de la valeur nette actualisée VAN et du taux de rentabilité interne TRI**

Rubriques	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Flux nets	- 632 500 000	226 325 000	235 325 000	428 075 000	414 575 000	624 075 000	707 500 000
coef d'act (11%)		1	1,11	1,23	1,37	1,52	1,69
flux actualisés	- 632 500 000	203 896 396	190 995 049	313 004 751	273 093 394	370 358 138	378 258 392
VAN (11%)	1 097 106 119						
TRI		33%					

Source : nous-même

Le coût du capital utilisé dans notre cas est de 11%. Ce taux a été utilisé pour actualiser les flux dans le calcul de la VAN, il sera comparé au TRI. Ce taux représente le coût des capitaux propres plus le coût du contrat Ijara (leasing en finance islamique). Le coût des capitaux propres est obtenu en additionnant le taux moyen des bons du trésor dans la zone UEMOA qui est de 6%<sup>15</sup> et d'une prime de risque de 8%.

La Valeur Actuelle Nette (VAN) trouvée est de 1.097.106.119. Cette VAN est positive, donc l'investissement créera de la valeur si nos prévisions se réalisent. Selon le critère de la VAN le projet est recevable.

En considérant un coût du capital de 11%, le TRI obtenu est de 33% donc supérieur au taux de rentabilité minimum que doivent dégager les investissements de l'entreprise, le projet est donc rentable et peut être financé.

### **III. Analyse des risques associés à la création et à la gestion de LSCC**

Dans un contexte de globalisation et de développement des marchés financiers, la gestion et la maîtrise des risques s'avèrent indispensables pour la survie et l'évolution des entreprises. Le risque se caractérise par sa fréquence et son intensité. On peut identifier plusieurs types de risques.

#### **1. Le risque de liquidité**

C'est l'impossibilité à un moment donné de faire face à des échéances. En cas de baisse de l'activité donc d'insuffisance de flux généré par l'exploitation, nous envisageons de nous ouvrir à la clientèle nationale afin d'augmenter nos sources de revenu. Nous allons offrir d'autres formules pour permettre à certains clients d'avoir accès à nos services. Nous envisageons aussi de voir avec la banque Islamique une possibilité de réduction des redevances du leasing.

#### **2. Le risque de marché**

Le risque de marché pour notre projet est lié aux fluctuations des cours du pétrole. En effet le prix du carburant en Côte d'Ivoire est indexé aux cours du pétrole. En cas de hausse drastique des cours nos prix seront réajustés afin de nous permettre de supporter nos charges.

#### **3. Le risque pays (économique, politique et réglementaire)**

Notre entreprise sera localisée à Abidjan qui est la capitale économique de la Côte d'Ivoire. En effet la Côte d'Ivoire est un pays qui sort d'une crise politico-militaire. Le pays reste encore

---

<sup>15</sup> <http://www.bceao.int/-Avis-d-appel-d-offres-.html>

fragile malgré les améliorations que l'on pourrait noter. Notre société doit évoluer dans un environnement apaisé pour pouvoir atteindre la rentabilité escomptée. Dans le cas de notre projet la situation économique est plutôt favorable. L'absence d'une réglementation claire et la désorganisation du secteur du transport en Côte d'Ivoire pourraient constituer un frein à la bonne évolution du projet.

#### **4. Synthèse**

La réalisation de notre projet nécessite un investissement très important estimé à 703.700.000 F CFA. La prise en compte des critères de rentabilité tels que le DRCI, la VAN et le TRI montre que le projet est acceptable et que sa rentabilité est établie. Le schéma de financement prévoit un apport de 15% en capitaux propres et un contrat IJARA (leasing en finance islamique sur 5 ans) constituant 85% du montant total des investissements. Le projet dégage des résultats nets positifs dès les premières années avec une forte capacité d'autofinancement. Des dispositions seront prises pour gérer les risques encourus par la société.

## CONCLUSION GENERALE

Au terme de notre étude qui s'est déroulée en plusieurs étapes, nous avons pu relever le potentiel réel de notre projet de création d'une société de transport haut de gamme dans la ville d'Abidjan. L'étude de l'environnement global et celle du secteur du transport privé nous ont permis de mettre en exergue les opportunités et les menaces du projet. Malgré la situation politico-sécuritaire fragile et la désorganisation du secteur du transport, il n'en demeure pas vrai que notre projet présente des opportunités réelles.

En effet, la croissance économique soutenue de la Côte d'Ivoire et l'assainissement du climat des affaires constituent des avantages certains pour la réalisation de notre projet. Le déploiement de la stratégie marketing nous a permis de conquérir le marché du transport de luxe très peu exploité en Côte d'Ivoire. Il a été tenu compte des préoccupations de nos clients qui ont exprimé leurs attentes et leurs exigences dans les questionnaires qui leur ont été administrés.

Le lancement du projet requiert des investissements assez importants en raison de la classe des clients concernés et du niveau du service proposé. L'évaluation financière témoigne de la rentabilité et de la faisabilité du projet ainsi que de sa non exposition à des risques financiers majeurs.

La réalisation de notre projet, devrait contribuer à redonner une autre image du transport privé haut de gamme en Côte d'Ivoire.

Grâce aux emplois qu'il créera, ce projet contribuera à l'émergence à laquelle aspire le pays et qu'appellent de tous leurs vœux les dirigeants.

Une étude quantitative plus poussée de marché va être menée en complément de celle déjà faite pour définir la demande réelle et ajuster l'offre.

L'entreprise visée par le projet devra s'adapter au contexte local et à l'évolution du secteur, avec le lancement d'une autre gamme de service adapté à une certaine clientèle selon la demande.

Des partenariats sont envisagés avec des entreprises afin d'élargir le portefeuille client ce qui permettra de développer notre activité et de devenir une référence en matière de transport privé haut de gamme en Côte d'Ivoire.

## LES REFERENCES DE LECTURES

### Ouvrages

- Bertonèche M., Casta J. F., et al : MBA FINANCE, Eyrolles Editions d'organisations, 885 pages
- Helfer J.P., Kalika M., Orsoni J.: Management Stratégique 9e Edition, Mai 2013, Vuibert, 473 pages
- Helfer J.P ; Orsini J : Management, cas et application 3<sup>e</sup> Edition, Septembre 2010, Vuibert, 462 pages
- Quiry P., Le Fur Y. : Pierre VERNIMMEN Finance d'entreprise 2015, Dalloz, 1199 pages
- Rassi Faouzi, 2007, Gestion financière à long terme : investissement et financement Presse de l'Université du Québec, 574 pages
- Taverdet-popiolek Nathalie, Guide du choix d'investissement, 2006, Edition d'Organisation, 412 pages
- Thomas Philippe, 2014, Ingénierie financière, 2<sup>e</sup> édition, Revue Banque Edidtion, 128 pages

### Projets professionnels

- Vanessa Diane NACRO, 2015, Financement d'une société privée de transport scolaire à Ouagadougou
- Ibrahim NDIAYE, MBA IP 2015, Création d'une entreprise de production de béton prêt à l'emploi (BPE) au Sénégal
- Brice Dufer Kengne FONE, 2012, Evaluation du besoin et modalités de financement pour la création d'une société de distribution de produits pétroliers au Cameroun

### Webographie

- Site du ministère du transport CI : [www.transports.gouv.ci](http://www.transports.gouv.ci)
- Site CGECI : [www.cgeci.org](http://www.cgeci.org)
- Site : [www.financialafrik.com](http://www.financialafrik.com)
- Site internet de VERNIMMEN : [www.vernimmen.net](http://www.vernimmen.net)
- Site de l'institut national de la statistique : [www.ins.ci](http://www.ins.ci)

**ANNEXES**

**Annexe1**

Bonjour M /Mme/Mlle,

Dans le cadre de notre projet professionnel en MASTER EN BANQUE ET FINANCE (MBF) nous effectuons une étude sur les types de transport qu'utilisent les clients des hôtels durant leurs séjours. C'est dans ce cadre que nous vous adressons ce guide d'entretien. A ce titre, votre expérience et votre avis nous intéressent au plus haut point. Cet entretien est totalement anonyme et il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, seul votre avis compte.

NB : mettez une croix devant la réponse de votre choix, ou répondez en écrivant la réponse juste en dessous de la question.

**PARTIE 1 : Identification**

1. Quelle est votre profession ?  
.....
2. Quelle est votre civilité ?  
Monsieur  Madame  Mademoiselle
3. Dans quelle tranche d'âges vous trouvez-vous ?  
-20 ans  20-30 ans  30- 50 ans  50 ans et +
4. Êtes-vous à votre premier séjour en COTE D'IVOIRE ?  
OUI NON
5. Si OUI comptez-vous revenir pour un autre séjour ?  
OUI NON
6. Si NON quelle est la fréquence vos séjours en COTE D'IVOIRE ?  
1 fois/AN  2 fois/AN  3 fois/AN  plus
7. Combien de fois avez-vous séjourné dans cet hôtel ?  
1-3 fois  3-5fois  5-10 fois  10 fois et +
8. A quand date votre dernier séjour en COTE D'IVOIRE ?  
.....

**PARTIE 2 : l'hôtel**

1. Dans quel type d'hôtels descendez-vous ?  
2 étoiles  3 étoiles  4 étoiles  5 étoiles   
Pourquoi ?  
.....
2. Dans quel intervalle se situe le prix plafond de votre nuitée ?  
0-50 000 F  50 000-100 000F  100 000-200 000F  200 000F et +

3. Dans quel intervalle se situe le plus bas prix de votre nuitée ?

0-25000F  25000-50 000F  50 000- 75 000F  75 000- 100 000

PARTIE 3 : moyens de déplacement

1. Avec quels moyens de transport vous vous déplacez pour faire vos courses durant votre séjour ?

TAXI  LOCATION  VTC  AUTRE

Pourquoi ?

.....

2. Votre hôtel d'accueil met-il des moyens de déplacement à la disposition à votre disposition ?

Oui  Non

Si non, souhaiteriez-vous que l'hôtel mette les moyens à disposition pour vos cours  
Pourquoi ?

.....

Si oui, comment trouvez-vous le niveau la prestation ce service ?

Bonne  Moine  Faible

3. Quelle gamme de véhicule avez-vous ou souhaiteriez-vous avoir pour vos déplacements ?

Haut de gamme  Moyenne de gamme  Bas de gamme

Pourquoi ?

.....

4. Quel type de véhicule avez-vous ou souhaiteriez-vous avoir à disposition durant votre séjour ?

Sport  4X4  Cylindrée/Berlin  Autre

Pourquoi ?

.....

5. Dans quel intervalle de prix souhaiteriez-vous que se situe un véhicule de cette gamme par jour ?

50.000-100.000 F  100.000-150.000 F  150.000-200.000 F  200.000 F et +   
76-153€ 153-230 € 230-305 € 305 € et plus

6. Que pensez-vous d'un package qui inclut le transport des clients durant leur séjour ?

.....

.....

.....

7. Serez-vous disposé à payer pour un service de transport dans votre package ?

OUI  NON

8. Êtes-vous disposé à recourir à une société de transport haut de gamme avec un service entièrement personnalisé et premium ?

OUI  NON

9. Si OUI combien êtes-vous prêt à payer pour ce genre de service toutes charges comprises?

50.000-100.000F  100.000-150.000F  150.000-200.000F  200.000F et plus   
76-153€ 153-230 € 230-305 € 305 € et plus

10. Quels sont vos critères de choix pour une location de véhicule par ordre d'importance?

- La sécurité
- Le confort
- La rapidité
- La discrétion du chauffeur
- Le luxe
- La fiabilité
- La disponibilité
- Le prix

MERCI pour votre collaboration

**Annexe2**

Bonjour M /Mme/Mlle,

Dans le cadre de notre projet professionnel en MASTER EN BANQUE ET FINANCE (MBF), nous effectuons une étude sur les types de transport qu'utilisent les clients des hôtels durant leurs séjours. C'est dans ce cadre que nous vous adressons ce guide d'entretien. A ce titre votre expérience et votre avis nous intéressent au plus haut point. Cet entretien est totalement anonyme et il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses ; seul votre avis compte.

NB : mettez une croix devant la réponse de votre choix, ou répondez en écrivant la réponse juste en- dessous de la question.

**PARTIE 1 : Identification**

9. A quelle direction de l'hôtel appartenez-vous ?

Accueil  Direction Commerciale  Direction Ressources Humaines   
Direction Générale

10. Quelle est votre civilité ?

Monsieur  Madame  Mademoiselle

11. Dans quelle tranche d'âges vous trouvez-vous ?

-20 ans  20-30 ans  30- 50 ans  50 ans et +

12. Depuis combien de temps travaillez-vous dans le domaine de l'hôtellerie ?

0-2 ans  2-5ans  5-10 ans  10 ans et +

13. Depuis combien de temps travaillez-vous dans cet hôtel ?

0-2ans  2-5ans  5-10 ans  10ans et +

**PARTIE 2 : Présentation de l'hôtel**

4. Quel est le nombre d'étoiles de votre hôtel ?

2  3  4  5

5. Quelle est votre haute saison d'activité ?

6. Quelle est votre haute saison d'activité ?

7. Quelle est votre capacité d'accueil ?

0-50 places  50-100 places  100- 150 places  150-200 places  200 places et+

8. Dans quel intervalle se situe le prix plafond de la nuitée au sein de votre hôtel ?

0-100 000 F  100 000-150 000F  150 000-200 000F  200 000F et +

9. Dans quel intervalle se situe votre plus bas prix de la nuitée ?

0-50 000F  50 000-100 000F  100 000- 150 000F  150 000- 200 000F

10. Quels sont les différents packages de la nuitée ?

.....  
.....  
.....  
11. Quels sont les services phares de ces différents packages ?

.....  
.....  
.....  
12. Avez un package qui inclue le déplacement des clients pour leurs courses durant leur séjour ?

OUI  NON

13. Si NON pourquoi ?

.....  
.....  
14. Que pensez-vous d'un package qui inclut le transport des clients durant leur séjour ?

.....  
.....  
15. Serez-vous disposé à inclure un service de transport dans l'un de vos packages ?

OUI  NON

16. Si OUI pourquoi ? Si NON pourquoi ?

.....  
.....  
.....  
**PARTIE 3 : Les clients**

1. Mentionnez en ordre (1,2 et 3) les types de clients que vous accueillez au sein de votre hôtel.

Touristes  Séminaristes  Vacanciers  Autres

2. Quelle est la durée moyenne du séjour d'un client au sein de votre hôtel ?

1-3 Jours  3- 7 jours  7- 10 jours  10 jours et +

3. En moyenne combien de clients vous recevez par jour en haute saison ?

0-10  10-20  20- 40  40-60  60 et +

4. En moyenne combien de clients vous recevez par jour en basse saison ?

0-5  5-10  10-15  15-20  20-25  25 et +

**PARTIE 4 : Moyens de déplacement des clients**

1. Mettez-vous les moyens de déplacement à la disposition de vos clients à part les navettes de l'hôtel ?

Oui  Non

Pourquoi ?

.....

2. Comment se déplacent vos clients pour leurs courses ?

.....

3. Parmi vos clients certains ont-ils recours à des sociétés de location de véhicule ?

Oui  Non

Si OUI, en moyenne combien ont recours aux services de ces sociétés par jour ?

0-5  5-10  10- 15  15- 20  20 et +

4. Quel type de véhicule vos clients louent-ils en général ?

Haut de gamme  Moyenne de gamme  Bas de gamme

5. Quels types de véhicules préfèrent vos clients le plus ?

Sport  4X4  Cylindrée/Berlin  Autres

Pourquoi ?

.....

6. Combien coûte en général la location d'un véhicule de cette gamme ?

-50 000 F  50.000-100.000 F  100.000-150.000 F  150.000-200.000 F

200.000 F et +

7. Seriez- vous disposé à travailler en partenariat avec une société de transport haut de gamme dédié exclusivement aux clients de votre hôtel ?

Oui  Non

Pourquoi ?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

MERCI pour votre collaboration

**Annexe 3**

**Tableau 12: les dépenses d'exploitation**

RUBRIQUES	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Charges locatives	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000
Carburants	200 000 000	200 000 000	220 000 000	250 000 000	250 000 000	270 000 000
Maintenance véhicules	20 000 000	20 000 000	25 000 000	25 000 000	27 000 000	27 000 000
Charges du personnel	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000
Impôt et taxe	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Frais généraux	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
<b>Total</b>	<b>330 000 000</b>	<b>330 000 000</b>	<b>355 000 000</b>	<b>385 000 000</b>	<b>387 000 000</b>	<b>407 000 000</b>

Source : nous-même

**Annexe 4**

**Tableau 13: Amortissements des investissements**

Rubriques	Montant	Durée	Annuités	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Frais juridiques et d'e	1 500 000	5	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	VNC
Mat & mob de bureau	10 000 000	10	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	5 000 000
Véhicule de service	10 000 000	5	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	
Matériels informatiq	8 000 000	4	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000		
<b>Total</b>				<b>5 300 000</b>	<b>5 300 000</b>	<b>5 300 000</b>	<b>5 300 000</b>	<b>3 300 000</b>	

Source : nous-même

**Annexe 5**

**Tableau 14: Plan de financement**

BESOINS						
Investissement	632 500 000		150 000 000		150 000 000	
Dotation FR	71 200 000					
redevance leasing	180 000 000	168 000 000	156 000 000	144 000 000	132 000 000	
<b>Total besoins</b>	<b>883 700 000</b>	<b>168 000 000</b>	<b>306 000 000</b>	<b>144 000 000</b>	<b>282 000 000</b>	<b>-</b>
RESSOURCES						
CAPITAL	103 700 000					
Reprise FR						71 200 000
LEASING	600 000 000					
Autofinancement	226 325 000	235 325 000	428 075 000	414 575 000	624 075 000	707 500 000
<b>TOTAL RESSOURCES</b>	<b>930 025 000</b>	<b>235 325 000</b>	<b>428 075 000</b>	<b>414 575 000</b>	<b>624 075 000</b>	<b>778 700 000</b>
<b>SOLDE</b>	<b>46 325 000</b>	<b>67 325 000</b>	<b>122 075 000</b>	<b>270 575 000</b>	<b>342 075 000</b>	<b>778 700 000</b>

**Annexe 6**

**Tableau n°7 : Formation du chiffre d'affaires**

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Nbre de véhicules	15	15	20	20	25	25
Prix	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Nbre de jours	360	360	360	360	360	360
CA	810 000 000	810 000 000	1 080 000 000	1 080 000 000	1 350 000 000	1 350 000 000

**Annexe 7**

**Tableau n°09 : Calcul de la valeur nette actualisée VAN et du taux de rentabilité interne TRI**

Rubriques	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Flux nets	- 632 500 000	408 800 000	480 000 000	575 000 000	695 000 000	813 000 000	949 000 000
coef d'act (11%)	1	1,11	1,23	1,37	1,52	1,69	1,87
flux actualisés	- 632 500 000	368 288 288	389 578 768	420 435 044	457 818 027	482 475 930	507 374 153
VAN (11%)	1 993 470 211						
TRI		60%					

**Annexe 8**

**Tableau 15: Compte de résultat prévisionnel**

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CA	810 000 000	810 000 000	1 080 000 000	1 080 000 000	1 350 000 000	1 350 000 000
Charges locatives	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000
Carburants	200 000 000	200 000 000	220 000 000	250 000 000	250 000 000	270 000 000
Entretien véhicules	20 000 000	20 000 000	25 000 000	25 000 000	27 000 000	27 000 000
Frais généraux	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000	20 000 000
Impôt et taxes	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000	6 000 000
Rédevance leasing	180 000 000	168 000 000	156 000 000	144 000 000	132 000 000	
Charges du personnel	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000	80 000 000
Total charge expl	510 000 000	498 000 000	511 000 000	529 000 000	519 000 000	407 000 000
EBE	300 000 000	312 000 000	569 000 000	551 000 000	831 000 000	943 000 000
(Dotation amort)	5 300 000	5 300 000	5 300 000	5 300 000	3 300 000	1 000 000
Résultat d'exploitation	294 700 000	306 700 000	563 700 000	545 700 000	827 700 000	942 000 000
Taux IS	25%					
Impôt/Résultat	73 675 000	76 675 000	140 925 000	136 425 000	206 925 000	235 500 000
Résultat Net	221 025 000	230 025 000	422 775 000	409 275 000	620 775 000	706 500 000
Dotation amort	5 300 000	5 300 000	5 300 000	5 300 000	3 300 000	1 000 000
CAF	226 325 000	235 325 000	428 075 000	414 575 000	624 075 000	707 500 000

**Annexe 9**

**Tableau 16: Le délai de récupération du capital investi DRCI**

Rubriques	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5	N+6
Flux nets		226 325 000	235 325 000	428 075 000	414 575 000	624 075 000	707 500 000
Flux nets cumulés		226 325 000	461 650 000	663 400 000	842 650 000	1 038 650 000	1 331 575 000
	2	461 650 000					
X		632 500 000					
	3	663 400 000					
DRCI	1,847	1 ANS 10 MOIS					

**Annexe 10**

**Tableau d'amortissement du leasing**

RUBRIQUES	CAPITAL	AMORTISSEMENT	MARGE	ANNUITE	CAPITAL RESTANT DÛ
1	600000000	120000000	60000000	180000000	480000000
2	480000000	120000000	48000000	168000000	360000000
3	360000000	120000000	36000000	156000000	240000000
4	240000000	120000000	24000000	144000000	120000000
5	120000000	120000000	12000000	132000000	0

## Table des matières

DEDICACES.....	i
REMERCIEMENTS .....	ii
SOMMAIRE .....	iii
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	iv
LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES .....	vi
INTRODUCTION GENERALE.....	1
<b>CHAPITRE 1 : DIAGNOSTIC DU CONTEXTE GLOBAL DU SECTEUR DU TRANSPORT.</b>	<b>6</b>
<b>I. Analyse de l'environnement du projet .....</b>	<b>6</b>
<b>1. Présentation de la ville d'Abidjan.....</b>	<b>6</b>
2.1. Environnement politique de la ville d'Abidjan.....	7
2.2. Environnement sécuritaire de la ville d'Abidjan.....	7
2.3. Environnement économique de la ville d'Abidjan .....	7
<b>II. Diagnostic du secteur du transport.....</b>	<b>13</b>
<b>1. Diagnostic de la demande .....</b>	<b>13</b>
<b>2. Diagnostic de l'offre .....</b>	<b>13</b>
<b>3. Diagnostic du groupe stratégique.....</b>	<b>13</b>
<b>4. Analyse de l'intensité concurrentielle.....</b>	<b>14</b>
<b>5. Synthèse de l'analyse du secteur .....</b>	<b>15</b>
<b>6. Les facteurs clés du succès.....</b>	<b>16</b>
<b>7. Synthèse du diagnostic du secteur.....</b>	<b>16</b>
<b>III. Etude de marché.....</b>	<b>18</b>
<b>1. Objectifs de l'étude de marché.....</b>	<b>18</b>
<b>2. Méthodologie de la rédaction de l'étude de marché.....</b>	<b>18</b>
<b>3. Rédaction du questionnaire.....</b>	<b>19</b>
<b>4. Administration du questionnaire et échantillonnage .....</b>	<b>19</b>
<b>5. Traitement des données : analyse du contenu.....</b>	<b>19</b>
<b>6. Transcription des entretiens.....</b>	<b>19</b>
<b>7. Synthèse.....</b>	<b>20</b>
7.1. Le marché potentiel et la demande prévisionnelle.....	22
7.2. L'offre globale et la concurrence .....	22
7.3. Prix moyens proposés.....	22
<b>CHAPITRE 2 : ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA LSCC .....</b>	<b>23</b>
<b>I. Présentation de la LSCC.....</b>	<b>23</b>
<b>1. Vision .....</b>	<b>23</b>
<b>2. Mission.....</b>	<b>23</b>

3.	<b>Objectif</b> .....	23
4.	<b>Statut juridique de la LSCC</b> .....	23
5.	<b>Nos services</b> .....	25
6.	<b>Notre équipe</b> .....	25
7.	<b>En termes de différenciation</b> .....	26
8.	<b>Partenariats</b> .....	26
9.	<b>Localisation</b> .....	26
<b>II.</b>	<b>Plan marketing de LSCC</b> .....	<b>27</b>
1.	<b>Le marketing stratégique</b> .....	27
1.1.	<b>La segmentation</b> .....	27
1.2.	<b>Le ciblage</b> .....	27
1.3.	<b>Le positionnement</b> .....	28
2.	<b>Marketing opérationnel</b> .....	28
2.1.	<b>La politique de produit</b> .....	28
2.2.	<b>La politique de prix</b> .....	28
2.3.	<b>Politique de distribution</b> .....	28
2.4.	<b>Communication</b> .....	29
<b>III.</b>	<b>Plan des ressources humaines et techniques de LSCC</b> .....	<b>29</b>
1.	<b>Structure organisationnelle</b> .....	29
1.1.	<b>Organigramme</b> .....	30
1.2.	<b>Le Directeur général</b> .....	30
1.3.	<b>Le responsable de la logistique et des approvisionnements</b> .....	31
1.4.	<b>Le responsable marketing, communication et commercial</b> .....	31
1.5.	<b>Le responsable comptable et financier</b> .....	32
1.6.	<b>Le responsable de l'informatique</b> .....	33
1.7.	<b>Le responsable des ressources humaines</b> .....	33
1.8.	<b>Le responsable des chauffeurs</b> .....	34
1.9.	<b>Les chauffeurs</b> .....	34
2.	<b>Personnel et formation</b> .....	34
	<b>CHAPITRE 3 : EVALUATION FINANCIERE DE LA SOCIETE</b> .....	<b>35</b>
<b>I.</b>	<b>Coût de la création et de la gestion de LSCC</b> .....	<b>35</b>
1.	<b>Les investissements</b> .....	35
1.1.	<b>L'exploitation</b> .....	35
1.2.	<b>Le fonds de roulement</b> .....	37
<b>II.</b>	<b>Modalité de financement et rentabilité de la LSCC</b> .....	<b>39</b>
1.	<b>Modalités de financement</b> .....	39
1.1.	<b>Ijara ou crédit-bail</b> .....	39
1.2.	<b>Ijara Wa iktina ou location-vente</b> .....	41

<b>2. Rentabilité du projet</b> .....	41
<b>2.1. Le résultat prévisionnel</b> .....	41
<b>2.2. Le délai de récupération du capital investi DRCI</b> .....	43
<b>2.3. Le coût du contrat Ijara (leasing) et du coût moyen pondéré du capital</b> .....	44
<b>2.4. Calcul de la valeur nette actualisée VAN et du taux de rentabilité interne TRI</b> .....	44
<b>III. Analyse des risques associés à la création et à la gestion de LSCC</b> .....	46
<b>1. Le risque de liquidité</b> .....	46
<b>3. Le risque pays (économique, politique et réglementaire)</b> .....	46
<b>4. Synthèse</b> .....	47
<b>CONCLUSION GENERALE</b> .....	48
<b>LES REFERENCES DE LECTURES</b> .....	vii
<b>ANNEXES</b> .....	viii
<b>RESUME</b> .....	xxi
<b>ABSTRACT</b> .....	xxii

## RESUME

L'économie de la Côte d'Ivoire est en pleine croissance depuis la fin de crise post-électorale. Cette croissance est portée par plusieurs secteurs. Les réformes structurelles et l'assainissement du climat des affaires rendent le pays très attractif. La croissance du nombre de voyageurs en destination du pays témoigne du dynamisme du secteur touristique et du transport. Cependant ce secteur stratégique est confronté à d'énormes difficultés. L'offre de transport est très insuffisante et pas de qualité ce qui emmène les clients d'un certain standing à s'orienter vers les sociétés de locations de véhicules. La plupart des sociétés de location de véhicules évoluent dans l'informel et n'offre pas toujours des services dans les conditions sécuritaires requises. Partant de ce constat nous envisageons créer une société de transport haut de gamme qui prendra en compte les exigences très particulières des clients.

Notre cible est essentiellement constituée des clients des hôtels de luxe d'Abidjan.

L'étude de marché a révélé est insuffisante et pas toujours adaptée aux exigences des clients.

La plupart des potentiels clients interrogés ont annoncé la possibilité de travailler avec une société de transport privé haut de gamme.

Le prix que nous allons proposer sera en fonction du prix moyen pratiqué sur le marché et tiendra aussi compte du prix moyen proposé par la clientèle interrogée. La communication hors médias et le marketing seront privilégiés pour promouvoir notre activité.

Le plan de financement de notre projet est constitué de 15% d'apports en capitaux propres et 85% d'un contrat IJARA (leasing en finance islamique).

Les différents critères de rentabilités tels que la VAN, le TRI et le DRCI montre que notre projet est rentable et peut être financé. Le résultat prévisionnel nous montre un résultat net positif dès la première année avec une grande capacité d'autofinancement.

La réalisation de notre projet participera à l'amélioration de la qualité des services de transport en Côte d'Ivoire et participera au rayonnement du pays.

Mots clés : Transport, Haut, Gamme, Exigences, Ijara, Finance, Islamique, Abidjan, Côte d'Ivoire.

## **ABSTRACT**

The economy of Côte d'Ivoire is growing since the end of post-election crisis. This growth is driven by several sectors. Structural reforms and reorganization of the business climate make the country very attractive. The growth in the number of travelers in the country reflects the dynamism of the tourism sector and transport. However this strategic sector is confronted with enormous difficulties. The supply of transport is very insufficient and not quality that takes guests to a certain standard to move towards cars rentals companies. Most cars rentals companies operate in the informal sector and does not always offer services in safe conditions. From this observation we are considering creating a high range transport company that will take into account the very specific requirements of clients.

Our target is essentially composed of clients the luxury of Abidjan hotels.

The market study revealed is insufficient and not always adapted to the requirements of the customers.

Most surveyed potential customers have announced the possibility of working with a high-end private transport company.

The price we will offer will be based on the average price on the market and will also consider the average price offered by respondent customer. Non-media communication and marketing will be privileged to promote our business.

Funding of our project consists of 15% of equity contributions and 85% contracted IJARA (leasing in Islamic finance).

The various criteria of profitability such as NPV, the sorting and the DRCI shows that our project is profitable and can be financed. The provisional result shows us a positive net income in the first year with a great capacity for self-financing.

Our project will participate in the improvement of the quality of transport in Côte d'Ivoire and participate in the radiation of the country.

Key words: Transport, top, range, requirements, Ijara, Islamic Finance, Abidjan, Côte d'Ivoire.