

RESUME

PLAN D'AFFAIRES BOULANGERIE  
JEAN JACQUELIN ET CO

par

Jean Jacquelin

Directeur principal: Pedro Armengol Gonzalez Urbina

## RESUME DE PLAN D'AFFAIRES

Université de Montemorelos

Faculté des Sciences Administratives

Titre: PLAN D'AFFAIRES BOULANGERIE JEAN JACQUELIN ET CO

Chercheur: Jean Jacquelin

Directeur principal: Dr Pedro Armengol Gonzalez Urbina

Date d'achèvement: Juillet 2017

### **Nature du projet**

La boulangerie Jean Jacquelin et Co vise à mettre à la disposition de la clientèle des produits préparés pour toutes occasions telles que: Pains (pain baguette, pain tranché, petits pains, pain rond et pain long). La mission de l'entreprise est de garantir une bonne santé en fournissant à la clientèle un produit de meilleure qualité, nouveau et à prix abordable.

### **Le marché**

Le marché de la boulangerie de Jean Jacquelin et Co est la ville des Coteaux dont la population est estimée à 21 302 habitants. D'après l'enquête, 7% de cette population consomme au moins un pain par jour. La boulangerie Jean Jacquelin et Co fixera des objectifs pour couvrir ce marché en offrant journalièrement 1500 produits.

## **Système de production**

Les produits qui seront offerts par la boulangerie Jean Jacquelin et Co, seront préparés dans les meilleures conditions possibles pour répondre aux différents objectifs qu'il s'est fixé. Des technologies et équipement modernes seront utilisés.

Un personnel qualifié et actif sera disponible pour répondre à la demande de la clientèle. Le personnel est composé de 16 personnes dont: Le manager, le chef comptable, la secrétaire, le chef de production, les boulangers (8), les vendeurs (3), le caissier et le concierge.

## **Organisation**

L'équipe de la boulangerie Jacquelin et Co est une société à nom collectif organisée de la manière suivante: Le Manager est chargé de superviser tous les domaines, de connaître les besoins de l'entreprise et prendre des décisions pertinentes pour améliorer la situation économique de l'entreprise. Le Chef comptable: Il aura pour mission d'effectuer des rapports financiers et des transactions des différentes opérations financières de l'entreprise. Le Chef de production: Il est responsable de la production. Les boulangers: responsables de la préparation du pain. La secrétaire, qui se chargera du secrétariat. Le caissier fait la gestion de la caisse, les vendeurs assurent la distribution des produits et le concierge est en charge du maintien de l'immeuble.

## **Comptabilité et finance**

La boulangerie Jean Jacquelin et Co est financée par capitaux propres à hauteur de 640,500.00 G provenant de l'apport de ses associés Mondesir Antoine et Willy Lima respectivement de 213,500.00 G et 427,500.00 G. Ces fonds seront disponibles pour être utilisés comme un investissement initial pour l'acquisition des machines et équipements et les matières premières pour commencer les opérations.

La prévision des ventes de la Boulangerie Jean Jaquelin et Co est de 954,400.00 G par mois avec une production journalière de 1500 produits.

Le compte de résultat de la boulangerie de Jean Jaquelin et Co montre que le revenu net annuel est de 130,335.00 G, résultant d'opérations de l'entreprise. Pour être rentable, la boulangerie doit fournir au moins 667 produits par jour.

Université de Montemorelos  
Faculté des Sciences Entrepreneuriales et Juridiques

PLAN D'AFFAIRES BOULANGERIE  
JEAN JACQUELIN ET CO

Plan d'affaires  
présenté en accomplissement partiel  
des exigences pour l'obtention du grade de  
Maîtrise en Administration

par

Jean Jacquelin

Juillet 2017


PLAN D'AFFAIRES BOULANGERIE  
JEAN JACQUELIN ET CO


Tesis  
presentada en cumplimiento parcial  
de los requisitos para el título de  
Maestría en administración con  
acentuación en Finanzas


por

JACQUELIN JEAN

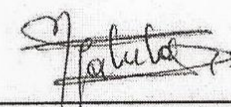
APROBADA POR LA COMISIÓN:

  
Asesor principal: Dr. Pedro A. Gonzales  
Urbina

  
Mtro. Jean-Robert Barthelemy  
Examinador externo

  
Miembro: Dr. Omar A. Flores Laguna

  
Dra. Raquel B. de Korniejczuk,  
Directora de Estudios Graduados

  
Miembro: Mtra. Ngalula Kalala Julienne

31 de Julio de 2017  
Fecha de aprobación

## TABLE DES MATIERES

LISTE DES TABLEAUX.....	vi
REMERCIEMENTS .....	vii
Chapitre	
I. DIMENSION DU PROBLEME .....	1
Antécédent.....	1
Enoncé du problème .....	2
Définition du projet .....	2
Définition des termes.....	3
Objectifs du projet .....	3
Justification du projet .....	4
II. AFFAIRES .....	5
Nature de l'entreprise .....	5
Description de l'entreprise .....	5
Les conditions d'entrée de la région .....	5
Produits et services .....	6
Produits et services en développement.....	8
III. MARKETING .....	9
La nature des biens échangés .....	9
Les différents types de marché.....	10
Marché.....	11
Étude de marché .....	11
Objectifs de l'étude du marché.....	12
Résultats de recherche .....	13
Description de la clientèle .....	13
Analyse SWOT ou FODA.....	14
Force .....	15
Faiblesse .....	15
La taille du marché .....	15
Le développement du marché.....	15
Analyse de la concurrence.....	16
Avantages compétitifs .....	17
Collaborateurs .....	17
Fournisseurs.....	17

Commerciale .....	18
Analyse de prix.....	18
Les chaînes commerciales .....	18
Estimation des ventes .....	19
Risques et opportunités de marché.....	19
Publicité.....	19
Promotion .....	19
Marque.....	21
Etiquette de l'entreprise.....	21
Emballage de l'entreprise .....	21
IV. PRODUCTION .....	23
Programme de production .....	23
Objectifs à court terme .....	23
Objectifs à moyen terme.....	23
Les objectifs à long terme .....	24
Processus .....	24
Petits gâteaux et processus de production .....	24
Cookies et processus de production .....	24
Processus de production des pains .....	25
Le processus de production de tartes.....	25
Diagramme du flux de processus .....	25
Caractéristiques technologiques .....	25
Équipement et installations .....	26
Matière première .....	27
La capacité de production.....	27
La gestion des stocks .....	27
Localisation de l'entreprise .....	27
Description et distribution du produit .....	28
V. STRUCTURE ORGANISATIONELLE.....	30
Équipement.....	30
Structure organisationnelle.....	30
La formation du personnel .....	32
Sélection .....	32
Recrutement.....	33
Induction.....	33
Salaires et traitement .....	35
Catégories de salariés .....	35
Organisation .....	35
Les relations de travail .....	36
Énumération des points de vente.....	36
Attitude de l'employé envers l'institution.....	37
Attitude de l'employé envers le client.....	37



Conflits et négociations .....	37
Politique de l'entreprise .....	38
Politique de prix .....	38
Politique de qualité .....	38
Politique d'hygiène .....	39
Politique d'éthique .....	39
Évaluation de la performance .....	39
VI. FINANCES .....	41
Indicateurs financiers .....	41
Des raisons financières .....	42
Etat financier previsionnel .....	42
Etats des résultats .....	42
L'évaluation du projet .....	42
Point d'équilibre .....	43
Comptabilité de l'entreprise .....	44
Logiciel à utiliser .....	44
Budget .....	44
Financement .....	45
VII. CADRE JURIDIQUE .....	48
Aspects juridiques .....	48
Procédure d'enregistrement d'un nom commercial .....	48
Type d'entreprise .....	49
Acte constitutif .....	49
Obligations spéciales aux commerçants .....	50
Des livres de commerce .....	50
Livres exigés de tout commerçant .....	50
Annexe	
A. QUESTIONNAIRE D'ENQUETE .....	52
REFERENCES .....	54

## LISTE DES TABLEAUX

1. Produits: formes, contenu des paquets .....	6
2. Risques et opportunités du marché.....	20
3. Symbiologie.....	26
4. Matières premières utilisées .....	28
5. Produits et prix .....	29
6. Durée et programme de l'induction.....	34
7. Description des salaires et avantages sociaux .....	37
8. Tableau des coûts fixes et variables.....	44
9. Bilan initial .....	47
10. Boulangerie Jean jaquelin & Co Etats des résultats prévisionnels pour l'exercice terminé.....	48

## REMERCIEMENTS

Après avoir réalisé ce projet, je veux rendre gloire à l'Éternel, mon Dieu qui a veillé sur moi pendant toute mon existence et pendant toutes mes études. Il m'a fait don de son Saint-Esprit qui a guidé mes pas et m'a reconforté dans les moments difficiles.

Des remerciements spéciaux à Marie Rose Toussaint Jean, ma femme bien-aimée qui, depuis notre mariage, est pour moi la soeur, la mère et l'amie dont Dieu, dans sa bonté m'a fait infiniment cadeau. Dans toutes les circonstances, elle est toujours à côté de moi, pour me conseiller, m'aider, me chérir comme il convient dans le Seigneur.

Je remercie, Me Jose Dorismar, le coordonnateur du programme de maîtrise qui ne m'a pas marchandé ses conseils et ses supports pendant le cycle d'étude.

J'adresse toute ma gratitude à Me Jean Robert Barthelemy, mon patron d'avoir contribué à la réalisation du projet. Il m'a encadré et conseillé avec compréhension et patience.

J'adresse un remerciement spécial à toutes les institutions où j'ai été cherché les informations qui ont servi à la réalisation de ce travail de recherche.

De façon spéciale je remercie:

Me Alex Jean Baptiste, le directeur de la boulangerie AU BON PAIN, Me Brunel Desrosiers, le directeur de la boulangerie L'ÉTERNEL EST GRAND de la ville des Coteaux.

Je remercie tous mes professeurs à l'Université Montemorelos, Mexique: Dr. Victor Korniejczuk, professeur de méthodologie et de recherche, Dr. Gabriel Dolores Camacho Bojorquez, Dr. Pedro Armengol Gonzales Urbina, Monsieur Kossivi Sanvi, Dr. Omar Arodi Flores Laguna d'avoir mis leur connaissance au service du peuple haïtien

J'adresse mes remerciements spéciaux à l'Administration générale de l'Université Adventiste d'Haïti d'avoir mis sur pied un programme de formation continue.

Je remercie Me Obed Gilbert, qui, avec patience et professionnalisme, a saisi et traité sur ordinateur le présent document.

Toute la gloire soit à Dieu.

## **CHAPITRE I**

### **DIMENSION DU PROBLEME**

#### **Antécédent**

L'entreprise en nom collectif est une entité juridique dans laquelle se sont associés des apporteurs d'idées et de capitaux, pour en tirer un profit, une plus-value, des salaires, une notoriété, dans le présent et dans le futur, par le produit de la transformation et de la commercialisation de son objet qui est défini dans ses statuts. Pour survivre elle est condamnée à la croissance, au profit et doit se protéger constamment des multiples risques qui pourraient la mettre en danger. Elle doit s'adapter en permanence au monde économique dans lequel elle vit et qu'elle façonne.

Ainsi, l'entreprise où qu'elle soit implantée devrait être une réponse à un problème, à un besoin non satisfait. C'est dans cette perspective que la direction de la "Boulangerie Jean Jaquelin et Co" se donne pour objectif de combler les attentes des consommateurs en ce qui concerne l'approvisionnement en pains.

En effet, depuis quelques temps, se dessine un ensemble d'irrégularités dans le secteur de la boulangerie dont les premiers à être victimes sont les consommateurs telles que: (a) préparation dans des conditions non hygiéniques; (b) les pains ne sont pas emballés; (c) pas de variétés. Face à ce constat un groupe d'entrepreneurs a manifesté le désir d'implanter une boulangerie moderne sous la raison sociale Jean Jacquelin et Co dans le but d'apporter une satisfaction aux éventuels consommateurs.

Pour y parvenir, des structures adéquates et adaptées, répondant à la réalité du marché, ont été mises en place afin de fournir un service de qualité.

### **Enoncé du problème**

Il existe plusieurs boulangeries desservant la population des Coteaux d'une manière traditionnelle. Le pain a été préparé et cuit sur du charbon de bois où les principes d'hygiène ne sont pas respectés. Les habitants de la commune des Coteaux et des autres localités avoisinantes sont obligés de se rendre jusqu'aux Cayes qui est le chef lieu du département du Sud pour s'approvisionner en pains et en pâtisseries. Profitant de ce manque, la "Boulangerie Jean Jaquelin et Co" se fixe l'objectif d'offrir des pains de bonne qualité qui sont préparés dans des conditions hygiéniques aux habitants des villes des Coteaux et à ceux des villes voisines comme : Port-à-Piment, Chardonnières, les Anglais et Tiburon qui font face au même problème.

### **Définition du projet**

Pour entreprendre, il n'est pas obligatoire d'avoir une idée originale. Il suffit parfois de déceler l'existence d'un marché dont la demande est peu ou mal satisfaite. L'entrepreneur peut rechercher de nouvelles applications d'une technologie déjà connue ou une approche différente du marché (Identifier de nouveaux consommateurs, de nouveaux canaux de distribution). En effet, après avoir constaté l'incapacité des habitants de la région des Coteaux de s'approvisionner en produits de consommation de première nécessité, particulièrement en matière du pain, la présence d'une boulangerie moderne s'avère intéressante.

Le pain étant un produit de consommation de première nécessité, est préparé à base de farine, de levure, du sucre, du beurre et autres. La "Boulangerie Jean Jaquelin et Co" se consacre à la production et la vente des pains et d'autres produits tels que: Cookies, Petits gâteaux et

Tartes. Elle vise à mettre à la disposition de sa clientèle des pains de toutes sortes telles que: (a) pain machette, (b) pain tranché, (c) pain baguette, (d) pain rond, (e) pain long et g) petits pains.

Il faut signaler que chaque pain contient un pourcentage d'ingrédients bien précis par rapport à d'autres. Les pains préparés au sein de l'entreprise répondent aux normes d'hygiène.

### **Définition des termes**

Pour un meilleur approfondissement du projet, les termes suivants sont définis:

*Boulangerie:* C'est un lieu où le pain, les gâteaux, les biscuits et autres aliments cuits sont fabriqués ou vendus.

*Pain:* Aliment à base de farine, d'eau, de sel, de levain ou de levure pétri et cuit au four.

*Pain baguette:* Une baguette de pain ou simplement baguette, ou encore pain français, est une variété de pain, reconnaissable à sa forme allongée. Cette forme de pain est emblématique de la France, et l'était déjà avant l'invention de la baguette, quand les pains longs étonnaient les visiteurs.

*Cookies:* Les cookies sont des biscuits américains. Leur particularité est d'avoir un cœur moelleux et un pourtour plus croustillant. La version la plus classique est celle avec des pépites de chocolat. À partir de là, faites-vous plaisir en ajoutant des fruits secs.

*Tarte:* Pâtisserie plate faite d'une pâte feuilletée ou brisée recouverte de crème, de fruits. Exemple: Tarte aux pommes, tarte salée, tarte au chocolat, tarte aux fraises, etc.

### **Objectifs du projet**

Les objectifs poursuivis par la "Boulangerie Jean Jacquelin et Co" sont les suivants:

1. Offrir aux habitants de la zone un produit de bonne qualité, respectant les normes d'hygiène.

2. Réaliser du profit pour la croissance de l'entreprise.
3. Assurer le développement économique de la zone des Coteaux en réduisant le taux de chômage par la création d'emploi.
4. Créer des richesses et contribuer à l'augmentation du produit intérieur brut (PIB) du pays.
5. Desservir un plus large marché en visant les hôtels, restaurants et les supermarchés.

### **Justification du projet**

Suite aux différents constats faits dans la zone des Coteaux par rapport au besoin de la population de consommer du pain de façon régulière ou quotidienne, et vu la carence en boulangerie ayant un standard élevé en ce qui concerne la préparation de pain de qualité, la mise en place de la "Boulangerie Jean Jaquelin et Co" permettra de combler les besoins de consommation des habitants de la zone tout en générant du travail à la population cotelaise.



## **CHAPITRE II**

### **AFFAIRES**

#### **Nature de l'entreprise**

Dans cette section, se décrivent les clients, les fournisseurs et les produits à offrir, ainsi les connaissances nécessaires à la production.

#### **Description de l'entreprise**

La boulangerie Jean Jacquelin et Co est une société à nom collectif qui se positionne dans la fabrication et la vente de pains et d'autres produits. C'est une entreprise commerciale qui vise à mettre à la disposition de la clientèle des produits préparés pour toutes occasions tels que: Pains (pain manchette, pain tranché, pain baguette, pain rond et pain long), cookies, petits gâteaux et tartes.

Il est important de signaler que chaque catégorie de pain contient un pourcentage d'ingrédients bien précis, car chacune est destinée à une clientèle bien déterminée. La mission de l'entreprise est de garantir une bonne santé à la clientèle en fournissant un produit de meilleure qualité.

#### **Les conditions d'entrée de la région**

La Boulangerie Jean Jacquelin et Co aura des points de vente dans diverses parties de la ville. Ce qui lui permettra d'écouler la production plus rapidement, de minimiser les coûts de distribution et de faciliter enfin son intégration sur le marché des Coteaux.







Plus tard, la Boulangerie Jean Jaquelin et Co compte desservir un plus large marché. Elle intégrera dans son circuit de distribution les hôtels, les restaurants et les supermarchés de tous les départements du pays. Le choix de cette stratégie se basera sur la pensée de Palacio, (2006) qui prône un marché plus large en mettant à la disposition des consommateurs des produits variés à grande échelle. C'est en ce sens qu'elle vise surtout les grossistes comme des clients potentiels de la zone des Coteaux une opportunité d'offrir à leurs clients des pains frais et de gâteaux de meilleure qualité.

### Produits et services

La boulangerie Jean Jaquelin et Co fournira des pains de qualité qui seront emballés par catégorie dans des sacs en plastique ayant le logo de l'entreprise. Étant entendu que l'emballage permettra le transport et la conservation des pains dans de bonnes conditions d'hygiène. La boulangerie produira des pains de mie et des pains croustillants (voir Tableau 1).

Tableau 1

*Produits: formes, contenu des paquets*

Produits	Forme et quantité en emballage
Sachet de pains manchettes	Douze 12 pains 
Sachet de pains ronds ou pains boules	Douze (12) pains ronds ou pains boules 
Un pain en forme de boîte pain tranché pesant	 
Un pain baguette ou Deux (2) moitiés d'un pain baguette	
Un pain long	

La principale préoccupation est d'introduire au sein de cette industrie dans la commune des Coteaux la propreté, l'ordre, la discipline, le classement des produits par secteur et un bon accueil des employés. Au démarrage, seuls les produits énumérés ci-dessus à la table 1 vont être offerts. Toutefois, à l'avenir notre boulangerie mettra à la disposition de la clientèle des pains plus spécialisés et sophistiqués comme les pains complets, pains multi céréales, toutes sortes de pains sucrés, des gâteaux, des galettes et des pâtisseries...

Les principaux services offerts sont: (a) un service d'accueil réservé aux clients à l'entrée de l'entreprise pour orienter les visiteurs et les acheteurs dans les différents rayons de l'institution; (b) la livraison gratuite chez les grossistes; (c) des crédits aux grossistes clients partenaires du circuit de distribution.

Au local de la boulangerie on aura une salle vente. Les employés porteront un uniforme dans le cadre de protocole. Pour le nettoyage, le coin de vente doit être balayé à tout moment par le personnel, les plateaux de pain doivent être propres et bien lavés chaque fois que le stock s'épuise. Les pinces sont nettoyées chaque fois qu'un client est libéré. Dans le domaine de la conservation des produits et l'espace aménagé de la boulangerie, les deux doivent être complètement propres. Le sol autour de la distribution est exempt de toutes souillures du matin au soir, les voitures de transport des produits doivent être entièrement propres et disponibles pour assurer la liaison entre l'entreprise et la clientèle.

Dans une vitrine on aura des plateaux toujours rempli de pains. Le nombre de pains par plateau variera en fonction du type de pain. En ce sens un plateau peut contenir 24 pains s'il s'agit de pain baguette ou de pain rond ou pains boules, six pains boîte tranchés ou pas, 10 pains longs. Les pains baguettes se trouveront dans les paniers auprès desquels on placera des stocks

de sachets.

L'entreprise utilisera de bonnes stratégies pour servir rapidement les clients qui fréquentent son siège central et ceci pour empêcher la formation de longues files d'attente. La caisse sera séparée de la zone de livraison et plusieurs vendeurs aideront à l'écoulement des produits. Au niveau de la caisse on se propose d'avoir deux employés pour recevoir les commandes et un caissier qui touche et scelle les fiches de livraison d'un sceau payé doté d'un dateur. C'est après le processus de paiement que les clients seront orientés vers la zone de livraison pour recevoir leurs produits commandés et payés.

### **Produits et services en développement**

Garcia (2008), spécialisé dans la vente des produits, compte faire une promotion à grande échelle en mettant accent sur des produits en gros. Il utilise plusieurs canaux de distribution, des stratégies utilisées pour atteindre la majorité de la population grâce à la technologie.

La boulangerie Jean Jaquelin et Co cherche à introduire le concept de points chauds, c'est-à-dire des points stratégiques pour écouler les produits rapidement et uniquement dédiés à la vente de pain et ce procédé augmente sa production, les différentes recettes, les ingrédients, main-d'œuvre qualifiée et d'équipement spécial. Il est proposé que la production soit augmentée dans l'entreprise dans le but d'accroître les revenus. Le souhait, c'est d'avoir une couverture nationale dans le but de desservir la population Haïtienne toute entière.

## **CHAPITRE III**

### **MARKETING**

Benedetti et Guillaume (2001) confirment que les marchés sont au cœur du fonctionnement des sociétés. Ils façonnent les conditions de vie des hommes et ont un rôle déterminant dans l'organisation sociale.

Aujourd'hui, l'économie de marché qui est synonyme d'économie libérale et capitaliste est la plus utilisée. C'est l'économie adoptée par les pays développés à l'exemple des pays de l'Union Européenne et les Etats Unis d'Amérique.

Le marché est le lieu de rencontre entre des offreurs et des demandeurs. Cette confrontation aboutit à la formation d'un prix.

Cependant, selon Dupont et Gaulin (2004) différents critères concourent à la définition plus réaliste du concept «marché». Nous avons repris ces critères pour situer notre boulangerie dans son marché. Il s'agit de:

#### **La nature des biens échangés**

L'entreprise Boulangerie "Jean Jacquelin et Co" offre ses services à la communauté de plusieurs manières: (a) marché des biens et services: en vendant le pain; (b) marché du travail: en fournissant du travail à la population; (c) marché des matières premières: l'approvisionnement de la farine, du sucre etc.; (d) marché interbancaire: paie du personnel, des fournisseurs; (e) marché des changes: achat et vente en gourdes et (f) marché financier: achat

et vente des actions.

### Les différents types de marché

*Le marché des biens et services:* c'est le marché sur lequel s'échangent les biens et services marchands, c'est-à-dire qu'il représente l'ensemble de l'offre (quantité des biens et services proposés, théoriquement le prix total de ce qui est à vendre) et de la demande (quantité réclamée par des acheteurs potentiels) de biens et services à un moment donné.

1. Les biens marchands sont des produits matériels pouvant être vendus et achetés.

2. Les services marchands regroupent tous les services rendus par des entreprises contre le versement d'une rémunération monétaire qui leur permet de dégager un profit.

La Boulangerie Jean Jacquelin et Co achètera les matières qui seront transformées en produits finis et qui seront mis en vente. Il offrira aussi des services traiteurs.

*Le marché du travail:* C'est le lieu de rencontre des travailleurs et des employeurs. Dans le cadre d'une économie capitaliste, les offreurs de force de travail sont les travailleurs et les demandeurs sont les employeurs. L'économie du travail cherche à analyser la fixation des salaires, le niveau d'emploi et le chômage.

La Boulangerie Jean Jacquelin et Co bénéficie des services de ses ouvriers et en retour il leur donne une rémunération.

*Le marché monétaire ou interbancaire:* Le marché monétaire est un marché du court terme (moins de deux ans au maximum) où les banques, les assureurs, les entreprises et les états (via les banques centrales et les trésors publics) prêtent et empruntent des fonds en fonction de leur besoin.

Pour faciliter la croissance de la Boulangerie Jean Jacquelin et Co, des prêts seront effectués à la banque qui bénéficiera des intérêts.

*Le marché des changes ou Forex:* le Forex signifie en français le marché des changes (en anglais: Foreign Exchanges). Le Forex permet aux agents économiques de spéculer sur les variations des devises. Le Forex est donc le marché des devises ou les agents économiques peuvent acheter et vendre une devise pour une autre afin d'en tirer un profit.

La boulangerie Jean Jacquelin et Co a besoin des devises pour acheter les matières premières pour les transformer en produits finis en vue de les offrir à la clientèle.

*Les Marchés financiers ou marchés des capitaux:* les marchés financiers permettent la confrontation de l'offre et de la demande de capitaux. Il s'agit donc du lieu où s'échangent les instruments financiers.

En économie, l'offre désigne la quantité de produits ou de services mis en vente par les producteurs ou les distributeurs. La demande désigne la quantité de biens ou de services que les agents économiques souhaitent acheter pour un prix donné.

## **Marché**

Benedetti et Guillaume (2001) ont dit que les marchés sont au cœur du fonctionnement des sociétés. Ils façonnent les conditions de vie des hommes et ont un rôle déterminant dans l'organisation sociale.

Rodriguez Ardura (2006) mentionne que le marché est composé de per-per- que bien qu'ils soient acheteurs actuels du produit ou peuvent devenir des acheteurs à l'avenir, ils ont la capacité économique et légale d'acheter.

## **Étude de marché**

Selon Gauthy (2010), l'étude de marché est une méthode moderne et dynamique pour comprendre et agir sur l'évolution des marchés. C'est une discipline à la fois théorique et

pratique pour cerner les besoins et les comportements des multiples publics d'un marché.

D'après Lambin et al. (2005), les études de marchés ont pour objectif d'analyser le marché de produits et de services de toute nature, elles consistent en particulier à étudier de façon systématique le comportement, les certitudes et les opinions des personnes physiques et morales.

La question clé dans le marketing est d'en savoir plus sur les préférences, les aversions et les attentes des consommateurs. Les ventes annuelles devraient être prévues sur la base d'étude de marché ou d'expériences antérieures si possible. L'étude de marché indiquera les différentes catégories de consommateurs (ex: âge, statut social ou région). Une attention particulière doit être donnée à ces consommateurs potentiels du produit/service de l'entreprise.

Prévoir les ventes annuelles permet de déterminer la production annuelle souhaitée et le revenu annuel. Décrire les mois durant lesquels une hausse des ventes est prévue afin de se préparer en conséquence et exploiter l'avantage (Lambin et al., 2005).

Pour définir le prix unitaire par produit/service, il faut d'abord connaître le coût de l'unité (voir coûts de production) ainsi que les prix des concurrents directs. En outre, il est nécessaire d'identifier les forces et faiblesses dans la qualité/quantité des produits des concurrents et voir comment leurs produits/services sont différents de ceux offerts par l'entreprise Jean Jacquelin et Co, leur politique de prix et leurs techniques publicitaires.

#### Objectifs de l'étude du marché

Sur la base des enquêtes menées par l'Institut Haïtien de Statistique et d'informatique, la population en 2015 était estimée à 21,302 habitants. La Boulangerie Jean Jaquelin et Co fixera des objectifs pour couvrir ce marché potentiel. Il se propose de:

Connaître les habitudes de consommation de pain aux Coteaux. Celles-ci comprennent



les horaires, la fréquence et le montant de l'achat, entre autres.

Définir le marché cible et les points d'arrivée dans la ville des Coteaux et vérifier l'acceptation du concept des points chauds.

Se renseigner sur la connaissance et la présence de la Boulangerie Jean Jaquelin et Co tant dans les zones qui lui sont proches comme dans les zones les plus reculées.

Développer un marketing reposant sur trois axes qui sont: prix, place, et promotion que l'entreprise apporte à la population en ce qui concerne la vente des pains.

Analyser le marché et la concurrence face aux Boulangeries existantes telles que "Au bon pain Robert pâtisserie" et la Boulangerie "L'Eternel est grand".

Assurer l'acceptation du produit et son identification avec le concept grâce à la reconnaissance de la marque.

### Résultats de recherche

Avec les résultats des enquêtes, certaines hypothèses des projections financières de ce projet ont été prises en charge.

### Description de la clientèle

Espinoza (2006) considère qu'il est nécessaire de mener une étude de marché pour avoir une bonne compréhension de l'industrie et en particulier du marché cible. Il est important que l'entreprise Jean Jaquelin et Co connaisse le goût des clients cotelais pour prendre des décisions à propos des produits qui seront offerts et du nouveau concept de points de distribution.

Pour répondre au besoin du marché, un bon redressement doit être envisagé et appliqué en faveur de la clientèle ciblée, là où le besoin se fait sentir. Le manager de l'entreprise, peut se différencier des autres par l'utilisation des appareils modernes de production en vue d'offrir

un produit de meilleure qualité à la population réclamant un environnement répondant aux normes d'hygiène et de desservir aussi les zones les plus reculées en mettant à leur disposition un pick-up hermétiquement fermé assurant le transport de ces produits d'un point de vente à l'autre.

Prieto Herrera (2005) constate que le client est celui qui cherche un produit ou un service en vue de satisfaire un besoin latent. Le client est le point d'appui de la structure de l'entreprise. Le segment de marché choisi est représenté par des jeunes qui sont âgés de 15 à 25 ans: (a) les jeunes gens qui aiment manger le pain chaud le matin et le soir, (b) ils le mangent régulièrement toute la journée, (c) ils préfèrent l'acheter au lieu de la nourriture parce qu'il est moins coûteux, (d) ils montrent des préférences pour des prix bas et (e) les jeunes achètent de pains spéciaux pour la tenue de certains événements.

Il est à noter que, selon les sondages, les gens consomment de pain entre une et trois fois par semaine. En outre, aux Coteaux, les familles ont une moyenne de quatre membres qui mangent du pain chaque jour, selon un sondage effectué.

#### Analyse SWOT ou FODA

Zambrano Barrios (2006) commente que l'analyse FODA est un outil de gestion, ce qui facilite l'évaluation des situations organisationnelles et permet de déterminer les facteurs externes qui peuvent constituer des menaces ou des opportunités pour l'entreprise et les facteurs internes qui peuvent devenir ses forces et faiblesses.

Une étude minutieuse s'avère nécessaire en vue de déterminer les facteurs qui peuvent influencer la bonne marche de l'entreprise. En voici quelques uns:

### **Force**

Les forces de la boulangerie Jean Jacquelin et Co sont les suivantes: (a) variété des produits; (b) qualité des produits; (c) variété des saveurs; (d) créativité de la boulangerie visant à créer un nouveau produit chaque année; (e) publicité commerciale et flash à travers des mobiles; (f) prix accessible; (g) innovation et personnalisation des produits; (h) des produits de qualité.

### **Faiblesse**

Les faiblesses de la boulangerie Jean Jacquelin sont: (a) insuffisance du personnel; (b) besoin de nouvelles techniques de production; (c) débutant sur le marché; (d) manque de connaissance de tous les procédés de fabrication et des produits et (e) capital insuffisant.

### **La taille du marché**

La taille du marché se définit comme étant le nombre des personnes susceptibles à acquérir la quantité de biens ou de services offerts par rapport à l'ensemble des individus se trouvant dans une communauté (Pro-Gestion Estrie, 2011).

La population de la ville des coteaux comptait en 2015, 21,302 habitants pour une densité de 286 par kilomètre carré.

### **Le développement du marché**

Selon les informations obtenues au cours des entrevues et des enquêtes, et en utilisant le marché cible décrit dans le paragraphe ci-dessous, en faisant l'évaluation du projet en utilisant la plus petite des deux propositions présentées par le marché potentiel, il est conclu qu'il est possible que 1.570 personnes fréquentent les différents points de vente par jour, à savoir à 7% de la population. Cependant, ce chiffre ne comprend pas les personnes qui traversent la zone et

qui peuvent être converties en clients en faisant un achat éclair parce que, selon le questionnaire, 42% des répondants s'arrêtent pour acheter du pain en détectant l'odeur. C'est la raison pour laquelle, la clientèle est constituée de ces deux groupes. Il est à noter que, selon les sondages, les gens consomment de pain entre une et trois fois par semaine. En outre, aux Coteaux, les familles ont une moyenne de quatre membres qui mangent du pain chaque jour, selon un sondage effectué.

### **Analyse de la concurrence**

Aujourd'hui, avec les performances technologiques, il est difficile pour les entreprises qui souffraient de la carence de machines de faire la concurrence. Par exemple aux Coteaux, plus précisément à la rue St Paul, existe deux autres boulangeries; ces dernières ne sont pas structurées, elles fonctionnent de manière archaïque et ceci avec des machines manuelles et désuètes. Par conséquent, sur le plan technologique moderne, le marché est quasiment inexploité. Avec *un pain* bien préparé et bien présenté et ceci à des prix compétitifs la boulangerie Jean Jacquelin et Co s'imposera facilement sur le marché. Il est à signaler que, malgré les efforts déployés pour avoir les informations concernant les ventes des boulangeries alimentant le marché, il était très difficile de les avoir. Alors, il était impossible de faire une comparaison exhaustive des chiffres d'affaires du secteur.

Les compétences de base qui favoriseront la boulangerie Jean Jacquelin et Co par rapport aux supermarchés de la zone sont: l'accès facile des points de vente et l'emplacement stratégique pour le passage des clients. Toutefois, les entreprises qui offrent ce genre de produits ne couvrent pas toutes les conditions exigées par les clients, telles que le pain de bonne qualité et le prix réduit offerts à la clientèle. D'autre part, selon les informations obtenues, les personnes achètent du pain dans les endroits où ils sont de passage, près de leur maison pour éviter trop de

détour. D'après l'enquête, 70% des répondants ne sont pas disposés à se déplacer pendant une longue période pour acheter de pain frais, ils ne sont prêts qu'à parcourir une distance de 5 à 10 minutes de marche.

### Avantages compétitifs

Koenea (1995) explique qu'un avantage concurrentiel comme un facteur qui fait la différence entre les caractéristiques d'une entreprise, lequel la place dans une position de préférence pour les consommateurs. Par conséquent l'entreprise Jean Jaquelin et Co présente les avantages compétitifs suivants: (a) des produits nouveaux; (b) prix abordable (c) promotion en fonction de la saison, (d) les innovations dans les produits, (e) la ligne de produits sains, (f) pour tout achat cash de mille gourdes (1000g), d'autres produits sont offerts en compensation, (g) des enquêtes de satisfaction client et (h) produit de haute qualité et de service.

### Collaborateurs

La production et la vente des produits de la boulangerie Jean Jaquelin et Co sont l'œuvre de toute une équipe formée de personnalités telles que: contributeurs, fournisseurs engagés à fournir à l'entreprise des matières premières pour fabriquer le pain. Les différents produits seront disponibles aux différents points de vente pour les habitants, les détaillants et les entreprises qui achèteront les services de la boulangerie Jean Jaquelin et Co.

### Fournisseurs

Le principal fournisseur de l'entreprise répond au nom de Gérard Pierre et Co. Il s'est spécialisé dans la vente des matières premières qu'utilisent la Boulangerie Jean Jaquelin et Co. Il est nécessaire que la commande soit faite un jour à l'avance et le solde dû doit être payé le lendemain selon un contrat signé avec la maison du fournisseur. Le jour de la livraison, le

responsable du stock présentera une note de l'entreprise qui indique que le montant a été payé et doit vérifier qu'il est correct.

Le paiement sera effectué par virement électronique dans les bureaux d'entreprise, après confirmation du montant.

La maison du fournisseur assurera la transportation des matières premières au dépôt de l'entreprise. Si la commande est complète, elle sera stockée dans la chambre de congélation, dans des sacs en plastique jusqu'au moment où elle sera utilisée plus tard pour la cuisson.

### **Commerciale**

Dans cette section, seront analysés: les prix, le canal commercial, les risques et opportunités que le marché offrira ainsi que le plan de vente et les estimations.

#### **Analyse de prix**

Kotler et Lane (2006) déclarent que la fixation d'un prix réduit et l'offre des produits de meilleure qualité peuvent générer un avantage compétitif et attirent plus de clients, maximisent les avoirs de l'entreprise. Le prix des produits selon des enquêtes devrait se situer entre 5 G et 10 G dans le cas de petit pain qui est une référence entre 60 G et 120 G pour un sachet contenant le pain frais, le pain de référence et l'augmentation de la consommation se fait automatiquement.

#### **Les chaînes commerciales**

Wheeler (2005) soutient que le canal commercial est l'essence de la façon dont les clients et les affaires interagissent. C'est tout ce que renferme le comment et le où les personnes achètent les produits et services.

Jean Jacquelin et Co utilisera le canal de distribution directe, les clients peuvent acheter le produit exclusivement dans les locaux de l'entreprise. Ce canal a été choisi, car cette option

est la plus commode, parce que le produit arrivera en très bonne qualité aux consommateurs.

### Estimation des ventes

Dans sa perspective, l'entreprise dispose plusieurs créneaux de distribution pour écouler ses produits rapidement en atteignant les zones les plus reculées en offrant aux clients un service impeccable ce qui garantit l'augmentation des ventes et la maximisation du capital roulant.

Les ventes mensuelles estimatives de la boulangerie Jean Jaquelin et Co s'élèvent à 954,400.00 G.

### Risques et opportunités de marché

Dans cette section, il est important de signaler les risques possibles et les opportunités du marché (voir Tableau 2).

### Publicité

La publicité est l'une des formes de communication externe de l'entreprise. Pour le type de produit concerné, la meilleure publicité est celle faite de bouche à oreille, ce type de publicité devrait atteindre les clients par le biais des produits, par un bon service et des produits de bonne qualité afin de promouvoir l'entreprise.

### Promotion

Selon Gonzalez Lobo y Prieto del Pino (2009), la promotion est de toute nécessité en offrant des avantages économiques aux acheteurs d'un produit ou de service. Comme une première phase est d'attirer l'attention du marché cible, tandis que l'installation et l'adaptation des locaux sont faites avec une phase qui génère une incertitude.

Tableau 2

*Risques et opportunités de marché*

Risques	Action à réaliser
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le produit ne peut être déplacé vers d'autres entreprises.</li> <li>2. Les enquêtes n'ont pas été représentatives.</li> <li>3. Les informations traitées ne sont pas fiables à 100% ou exactes, car elles ne répondent pas vraiment aux normes scientifiques. (le questionnaire).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Concevoir et développer des campagnes de promotion et d'information persuasive.</li> <li>2. Appliquer un deuxième questionnaire.</li> <li>3. Conception correcte du questionnaire, avec des questions simples qui ne nécessitent pas beaucoup de temps.</li> <li>4. La publicité par le biais des réseaux sociaux.</li> </ol>
Opportunités	Action à réaliser
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Innovation</li> <li>2. Les prix sont accessibles</li> <li>3. Les produits auront différentes saveurs (pain de vanille, chocolat, brun, beurre)</li> <li>4. Variété de produits: Pain (Pain baguette, pain long, pain rond, pain tranché, petits pains) petits gâteaux, cookies et tartes)</li> <li>5. L'entreprise est très créative et jeune.</li> <li>6. Créneaux de distribution</li> <li>7. Accès facile aux réseaux sociaux et internet.</li> <li>8. Ligne des produits sains</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Présenter ces avantages grâce à des promotions.</li> <li>2. Utiliser différents bitumes, des arômes de pain, différentes décorations.</li> <li>3. Favoriser l'introduction et l'écoulement du produit.</li> <li>4. Faire une promotion spéciale pour la ligne de produits sains.</li> </ol>

La semaine précédant l'ouverture, une distribution d'objets ayant le logo de l'entreprise et d'un sac contenant une coquille et une invitation à connaître le point de vente et le jour de l'ouverture sera faite dans les maisons et/ou appartements à proximité des points de vente.

D'autres promotions sont prévues lors des événements spéciaux tels que: Fête Patronale de la ville des Coteaux, célébrée le 28 juin de chaque année à l'occasion de la Saint Pierre et la fête des mères. Avec cela, les produits offerts par la boulangerie Jean Jaquelin et Co auront une grande visibilité auprès des clients.



Pour encourager les clients potentiels, la boulangerie Jean Jacquelin et Co les recompensera en fonction des achats effectués.

### **Marque**

La Boulangerie Jean Jacquelin et Co établira une chaîne de points de vente appelée points chauds, facilitant l'accès des produits aux clients. Les principaux produits offerts par l'entreprise sont: Pain (Pain baguette, pain long, pain rond, pain tranché, petits pains) petits gâteaux, cookies et tartes) fraîchement cuit et chaud à toute heure de la journée. Le pain de la Boulangerie Jacquelin est de meilleure qualité et offert à un prix raisonnable.

La Boulangerie Jean Jacquelin et Co est un échantillon de toutes les entités qui cherchent à satisfaire un nouveau marché. D'autre part, elle prône l'excellence avec le désir de fournir un produit de bonne qualité et moins coûteux, ce qui permettra de générer des économies et d'accroître la production. Ainsi, elle aura une plus grande couverture du marché.

### Etiquette de l'entreprise

Kotler y Armstrong (2003) déclarent que l'étiquette identifie le produit et fait la promotion pour attirer plus de clients.

L'étiquette de Jean Jacquelin et Co sera à l'avant de l'emballage.

### Emballage de l'entreprise

Les produits seront emballés d'une manière traditionnelle, à savoir, sac brun ou un sac en plastique. Dans le cas du pain blanc, le sac en papier est recommandé que celui en plastique. Cela permet une meilleure conservation du pain et augmente la vie du produit.

Les sacs sont blancs et le logo en couleur. Le pain sucré est emballé dans du papier cellophane, puis dans un sac en papier (voir Figure 1).



*Figure 1.* Représentation de l’emballage de l’entreprise.

## **CHAPITRE IV**

### **PRODUCTION**

Ce chapitre explique le processus de production, des installations nécessaires pour arriver au produit fini, le temps et le personnel nécessaire pour produire les produits.

#### **Programme de production**

García (2008) fait valoir que le programme de production est le lien entre l'environnement, le marché et la capacité de production de l'entreprise. Le calendrier de la production dépendra de la réussite, définit comme la structure des coûts et de l'efficacité de service offerts par des ouvriers qualifiés et dynamiques à notre clientèle. Dans la programmation de production conçue au profit de la société, la boulangerie Jean Jacquelin et Co a des objectifs suivants.

#### **Objectifs à court terme**

La boulangerie Jean Jacquelin et Co vise à produire et vendre par jour: 250 pains baguettes, 350 sachets pains ronds, 350 sachets pains tranchés, 350 sachets petits pains et 200 pains longs.

#### **Objectifs à moyen terme**

L'objectif à moyen terme de la boulangerie Jaquelin Jean et Co est d'augmenter le niveau de production de 20% par jour.

## **Les objectifs à long terme**

La boulangerie Jean Jaquelin et Co entend réaliser une augmentation des niveaux de production de 30% par jour.

## **Processus**

Billene (2001) affirme que le processus de production est l'ensemble des mesures prises sur les ressources spécifiques délibérément appelées «intrants», afin d'obtenir de nouveaux produits ou services. Le processus de production de chaque produit est le suivant.

### **Petits gâteaux et processus de production**

La production mensuelle sera de 1680 unités, parce que l'entreprise est appelée à desservir durant six jours de la semaine, soit 70 unités par jour.

Pour préparer au minimum 70 petits gâteaux, le mode de préparation suivante sera considéré: (a) mélanger la farine, les œufs, l'huile et l'eau dans un bol (2 min), (b) placer le mélange dans la casserole (5 min), (c) faire cuire les petits gâteaux à 180° C (30 min) et (d) refroidir à température ambiante (30 min).

### **Cookies et processus de production**

La production mensuelle est de 1200 unités, parce que l'Entreprise Jean Jaquelin et Co travaille six jours de la semaine et la production quotidienne est de 50 cookies. Les critères suivants doivent être appliqués: (a) mélanger la farine, le beurre, la cannelle, le sel, le shortening et le sucre dans un bol (30 min); (b) placer le papier de cire dans le bac (5 s); (c) couper la pâte avec des emporte-pièces (30 min); (d) cuire les biscuits à 180° C (25 min). (e) refroidir à température ambiante (30 min); (g) mélanger l'œuf, le sucre glace et la vanille dans un bol (2 min).

### Processus de production des pains

La boulangerie produit mensuellement 1920 unités, parce qu'elle travaille six jours de la semaine, la production journalière s'élève à 80 pains.

Leur mode de préparation se fait ainsi: (a) mélanger la farine, le beurre, la cannelle, le sel, le shortening et le sucre dans un bol (30 min); (b) placer le papier de cire dans le bac (5 s); (c) couper la pâte avec des emporte-pièces (30 min); (d) cuire les biscuits à 180° C (25 min); (e) refroidir à température ambiante (30 min); (f) mélanger l'œuf, le sucre glace et la vanille dans un bol (2 min); (g) décorer les cookies (20 min).

### Le processus de production de tartes

La préparation effectuée pour 80 tartes est la suivante: (a) faire fondre le beurre (1 min et 30 s); (b) mélanger les biscuits avec le beurre et le place dans le moule en aluminium (10 min); (c) les œufs Mix, lait, fromage à la crème, citron (3 min); (d) placer le mélange dans le moule (1 min); (e) cuire le tartes 180° C (30 min); (f) refroidir à température ambiante (30 min); (g) mélanger les ingrédients de la série dans un bol (10 min) et (h) placer les tartes décorées (15 min).

### Diagramme du flux de processus

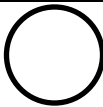

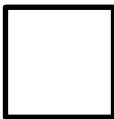
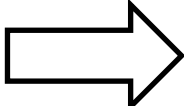
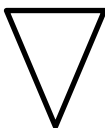
Alcaraz Rodriguez (2011) stipule que l'organigramme du processus de production est une séquence graphique des opérations, qui sert au détail et d'analyser le processus de production, en utilisant un organigramme. La symbologie de base la plus fréquente est présentée au Tableau 3.

### Caractéristiques technologiques

La technologie nécessaire est simple dans la production. Dans la haute technologie,

Tableau 3

*Symbiologie*

Symbole	Signification
	<b>Opération:</b> un cercle représente une opération lorsqu'un objet est modifié, assemblé, démontré ou préparé en vue d'un transport, d'un contrôle ou d'un stockage
	<b>Délai:</b> il y a attente, lorsqu'un objet est dans des conditions qui ne permettent pas ou ne requièrent l'exécution immédiate de l'activité suivante
	<b>Inspection:</b> c'est un contrôle qui vise à examiner la qualité et/ou la quantité d'une caractéristique précise d'un objet
	<b>Transport:</b> correspond à un déplacement d'un endroit à un autre, et qui n'est pas compris dans une opération ou une inspection.
	<b>Entreposage:</b> l'entreposage survient quand un objet est protégé ou gardé contre tout déplacement non autorisé.

l'emballage n'est pas nécessaire.

En ce qui concerne le processus de confection de desserts, un poêle à six brûleurs, four électrique de grande capacité, réfrigérateur, caisse enregistreurs. L'étiquetage et l'emballage se feront manuellement.

### Équipement et installations

La boulangerie Jean Jaquelin et Co besoin d'un établissement où ses produits peuvent écouler facilement. Ainsi que du matériel de production tel que: table, ustensiles de cuisine, échelle, mixeur, des cuillères à mesurer, barquettes en aluminium, emporte-pièces, rouleau à la brosse, un ensemble de 4 moules en aluminium, table de jeu et chaises, armoire d'affichage de

bar, poêle, cuillères à mesurer, fouetter, des récipients en plastique, tasse à mesurer, spatule, casseroles en aluminium, mixeur, rouleau et des emporte-pièces plateaux en acrylique s'avèrent nécessaires.

### **Matière première**

Ruiz Galindo (2006) stipule que les matières premières sont toutes les entrées nécessaires à la production ou l'offre de service, leur spécification est faite en unités et multipliée par le volume de production de chaque période. Les achats sont effectués en fonction de la production en volume prévue. Les matières premières sont le Sel, Mantèque, Cannel, les rapetissements

### **La capacité de production**

Warren, Reeve et Fess (2005) disent que la capacité de production est l'utilisation d'équipements ou de ressources pour produire ou fournir un service.

Pour la Boulangerie Jean Jaquelin et Co, la capacité installée et la capacité de production actuelle sont équivalentes. La capacité de production actuelle correspond au potentiel actuel du produit commandé mais elle se modifiera en fonction des commandes et de la vision de l'entrepreneur.

### **La gestion des stocks**

Voici la présentation de la gestion des stocks hebdomadaires des matières premières (voir Tableau 4).

### **Localisation de l'entreprise**

La boulangerie Jean Jaquelin et Co est située à un point stratégique au numéro 25 de la

Tableau 4

*Matières premières utilisées*

Produits	Matières utilisées /jour	Matières utilisées/mois	Matières utilisées/an	Prix par caisse ou par sac	Montant/ mois	Montant/an
Farine de blé	30 (sacs)	720 (sacs)	8640 (sacs)	900.00	648,000.00	7,776,000.00
Sucre	1(sac)	24 (sacs)	288 (sacs)	1,050.00	25,200.00	302,400.00
Mantèque	5(boquite)	120	1440	125.00	15,000.00	180,000.00
Autres ingrédients					11,000.00	132,000.00
<b>Total</b>					<b>699,200.00</b>	<b>8,390,400.00</b>

rue Saint Pierre, route Nationale #2 conduisant à trois grandes villes Côtières: Port-à-Piment, Chardonnières et Tiburon où la plupart du marché cible est concentrée.

### **Description et distribution du produit**

Vallhonrat et Corominas (1991) remarquent que la conception et l'aménagement de l'Entreprise est un processus long et complexe dans laquelle de nombreux aspects doivent être pris en compte et ainsi que les critères (voir Tableau 5).



Tableau 5

*Produits et prix*

Produits	Quantités	Prix par unite	Prix par sachets	Ventes par jour	Ventes par mois	Ventes par an
Pain baguette	250	30gdes		7 500	180,000	2,160,000
Pain rond	350 sachets		350/25gdes	8 750	210 000	2,520,000
Petits Pains	350 sachets		350/25gdes	8 750	210,000	2,520,000
Pain long	200	30gdes		6 000	144,000	1,728,000
Pain tranché	350 sachets		350/25gdes	8 750	210,000	2,520,000
Total				39 750	954,400	11,448,000

## **CHAPITRE V**

### **STRUCTURE ORGANISATIONNELLE**

#### **Équipement**

La boulangerie Jean Jacquelin et Co cherche à embaucher et former son personnel de manière optimale afin d'accroître sa productivité et se donner une place importante sur le marché.

#### **Structure organisationnelle**

Robbins et Coulter (2005) précisent que la structure organisationnelle et la distribution des rôles au sein d'une organisation sont des pas géants dans l'implantation d'une entreprise dans le but d'atteindre les objectifs fixés et de la rentabiliser.

L'équipe de la boulangerie Jean Jacquelin et Co est structurée de la manière suivante :

1. Manager se chargera de superviser tous les domaines, connaîtra les besoins de l'entreprise et prendra des décisions pertinentes pour améliorer la situation économique de Fabrique.

Aussi, il aura également à organiser, diriger, contrôler, coordonner, analyser, calculer et déduire le travail de l'institution, en plus embaucher des employés. Il est à noter que, selon les sondages, les gens consomment de pain entre une et trois fois par semaine. En outre, aux Coteaux, les familles ont une moyenne de quatre membres qui mangent du pain chaque jour, selon un sondage effectués les personnes capables et mieux formées.

2. Chef comptable: Il aura pour mission d'effectuer des rapports financiers, et des transactions des différentes opérations financières de l'entreprise. Il vérifiera les cahiers de ventes, et d'achats, il sera le responsable des dépôts à la banque, il enregistrera les rapports quotidiens du caissier, et passera les écritures comptables. Il préparera et exécutera le payroll de l'entreprise, bref il n'a pas le droit d'effectuer des retraits sur le compte de l'entreprise sans l'autorisation du manager.

3. Chef de production: Il est responsable de la production de tous les produits qui sont fabriqués dans l'établissement en conformité avec les normes établies dans l'entreprise visant l'excellence. Il préparera les recettes pour le mixage des matières premières, il sera secondé par deux superviseurs, qui seront chargés de contrôler la qualité des produits.

4. Caissier: Son rôle consistera à comptabiliser les factures préparées par les différents vendeurs, sur un cash register et la machine émet une fiche cash que l'acheteur remettra à la section de livraison pour obtenir les produits commandés. A la fin de la journée, le caissier fera le bilan, dressera un rapport et apportera les résultats des opérations au département de la comptabilité pour finaliser le rapport financier.

5. Les vendeurs: ils assumeront les opérations de vente et de livraison des marchandises. Ils prépareront les factures de vente et les acheteurs se dirigeront vers la caisse pour payer, ils prépareront aussi un rapport à la fin de la journée, ils remettront une copie du rapport au manager et au chef comptable.

6. Concierge: Responsable de la réalisation des activités de nettoyage, d'entretien et de réparation du mobilier, de l'équipement et l'installation desservant la boulangerie Jean Jaquelin et Co, contribuant ainsi aux activités de l'entreprise réalisées dans un environnement adapté et optimal.

## **La formation du personnel**

Silíceo Aguilar (2004) stipule que la formation est planifiée et basée sur les besoins réels d'une entreprise ou organisation orientée vers un changement préconisé dans le système établi, les compétences et les attitudes acquises permettront aux ouvriers d'être plus performants sur le marché.

La formation donnée fournira aux ouvriers les connaissances et les compétences nécessaires pour mieux accomplir leur travail actuel et à long terme.

Elle permettra de définir la responsabilité de chaque acteur dans l'implantation de la boulangerie Jean Jacquelin et Co et la performance que la direction attend de tout un chacun dans l'exercice de sa fonction répondant aux normes spécifiques décrivant la situation réelle du marché. Les employés apprennent leurs tâches par la mise en œuvre des ateliers de travail conçus à leur intention.

La méthode de formation et de développement sera menée avec des instructeurs qui leur parlent, expliquent et affichent un organigramme de travail à suivre.

Ces méthodes utilisées par les entreprises commerciales sont les meilleures parce que la société octroyée est très exigeante. Les employés doivent être à la hauteur de leur tâche et plus performant dans l'accomplissement de leur charge.

Le programme a été mis en œuvre par les simulateurs à travers des vidéos afin de trouver une aide pour réduire les coûts des demandes réels d'un emploi.

## **Sélection**

L'équipe Vertice (2007) commente que la sélection du personnel est un processus par lequel l'entreprise recrute et sélectionne le personnel les plus aptes à occuper une certaine position à l'intérieur.

Le processus du recrutement se déroule ainsi: (a) examiner la demande de l'employé; (b) faire une entrevue avec le gestionnaire afin de valider et de vérifier les documents remis pour étude; (c) le gestionnaire préparera une période d'entraînement pour tester la capacité du candidat avant son entrée dans l'entreprise; (d) s'il est approuvé, une lettre lui sera décernée pour l'inviter à se présenter à l'institution pour avoir les consignes.

### **Recrutement**

Cohen (1991) soutient que le recrutement du personnel se réfère à déterminer les besoins immédiats de l'entreprise, et s'engage aussi à la recherche ou à la sélection des candidats pour de nouvelles affectations.

L'entreprise Boulangerie Jean Jaquelin et Co est lié à son personnel à travers un contrat de travail, qui sera établi avec les travailleurs pour une période d'un an, y compris les clauses qui les engagent à suivre et appliquer les politiques du travail requis, la confidentialité et les méthodes de paiement, le montant à rémunérer et le type de prestations prévues en vertu de la loi en vigueur.

### **Induction**

Mercado (2004) commente que l'induction est un procédé consistant à transmettre des programmes d'orientation pour les nouveaux membres de l'organisation, l'ancien personnel quand il est promu d'un poste à un autre, de nouvelles méthodes de travail sont introduites afin d'accroître la productivité, l'efficacité et la qualité de leurs relations avec leur nouvel emploi.

Le but de l'induction dans la boulangerie Jean Jaquelin est d'informer les nouveaux employés de la manière d'agir et de réagir en groupe et comment s'adapter aux autres.

L'induction aura lieu une fois par an pour une période de trois jours, qui sera donnée par

deux instructeurs. Elle se fera en projetant une vidéo de l'histoire de la société, de ses idéaux, la mission, les valeurs, la philosophie, les règlements, les politiques d'entreprise, la gestion de la société, les produits fabriqués, des jours de congé, le salaire uniforme, les attitudes sont affichées, description de poste, la description du chiffre d'affaires, de sécurité et d'hygiène les conditions de l'entreprise (voir Tableau 6).

Le matériau utilisé pour l'induction est la suivante: (a) prospectus qui montre l'histoire de l'entreprise, la mission, la vision et le slogan; (b) vidéo retraçant l'histoire de la société; (c) présentations sur Power Point; (d) lettre de bienvenue; (e) vidéos indiquant comment fonctionnent les différents domaines de l'entreprise.

Voici le tableau présentant le processus d'induction pour la boulangerie Jean Jacquelin et Co, ce processus se fera pendant une période de trois jours.

Tableau 6

*Durée et programme de l'induction*

1 <sup>er</sup> Jour	2 <sup>e</sup> jour	3 <sup>e</sup> jour
Bienvenue	Politique de l'entreprise	Uniforme
Importance du nouvel employé à l'organisation		Jean Jaquelin & Co
Histoire de la boulangerie Jean Jacquelin & Co	Règlement	Induction d'emploi
Objectifs d'affaires.	Mode d'évaluation	Coexistence
Philosophie, mission, vision, valeurs et l'idéologie de la société	Jours libres	Moment créatif
Produits qu'il offre	Tableau d'honneur	Engagement Jean Jaquelin & Co
Politiques de la Société	Salaire	Relations avec les employés
En toute Sécurité	Horaire de travail	

## Salaires et traitement

La boulangerie Jean Jaquelin et Co offre à ses employés une rémunération en fonction de la zone dans laquelle ils sont affectés. Pour cela, il a classé les employés selon leurs pourcentages respectifs de rémunération et d'avantages sociaux qui leurs sont accordés.

## Catégories de salariés

Les catégories de salariés sont divisées en trois groupes: (a) le personnel administratif (le gestionnaire); (b) le chef de production, directeur marketing (le comptable), la secrétaire; (c) groupe des employés du secteur opérationnel: Boulangers, vendeur, caissier, concierge.

## Organisation

La boulangerie recrute un manager, un chef de production, chef comptable, les boulangers (8), les vendeurs (3), caissier et un concierge. Ce qui fait un total de seize employés (voir Tableau 7).

L'organisation a une structure hiérarchique où le travail et la position d'un employé sera affichée dans l'organigramme (voir Figure 2).

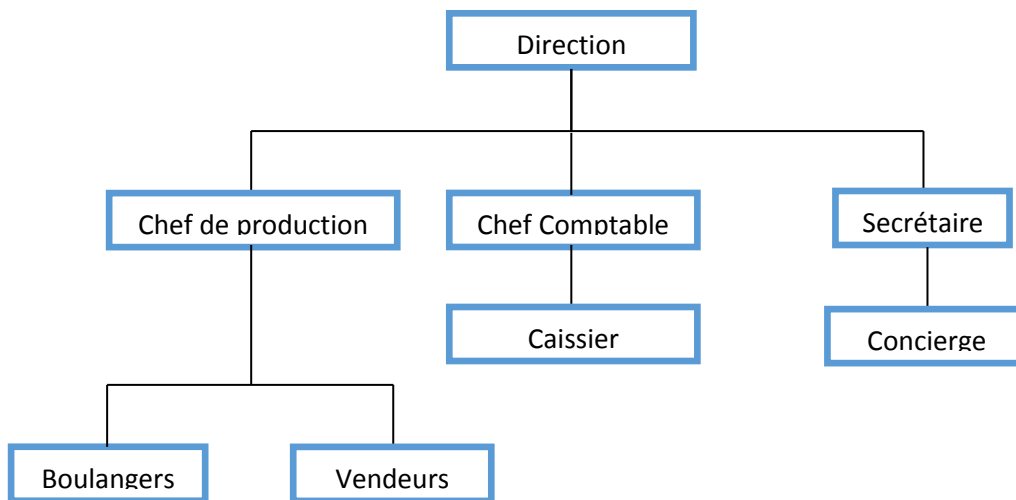


Figure 2. Organigramme de l'entreprise.

Tableau 7

*Description des salaires et avantages sociaux*

Type	Groupe A %	Groupe B %	Groupe C %
Salaire			
Salaire de base: 22,500.00 Gourdes	85–100	70–80	60–75
La loi sur les prestations			
Sécurité sociale	100	100	100
L'assurance – Chomage	100	100	100
Compensation ou d'indemnisation des travailleurs	100	100	100
Licensing famille de la loi et des raisons médicales	100	100	100
Avantages volontaires			
Salaire et les congés de maladie de congé payé	80	60	30
Les congés payés	80	60	30
Les services de transport	80	60	30
Le salaire majoré	80	60	30
Les risques d'impayés	80	60	30
Salaire différentiel pour le travail posté	80	60	30

### **Les relations de travail**

Les relations existant au sein du groupe font un impact positif dans la production. Pour atteindre efficacement toutes les couches au sein de l'entreprise, la communication représente une pièce maîtresse.

La direction de la boulangerie Jean Jaquelin et Co utilise principalement des avertissements verbaux. Aussi l'institution a établi des normes dans le but d'aider les employés à être responsable de leur tâche.

### **Enumération des points de vente**

Un employé de la boulangerie Jean Jaquelin et Co doit: (a) garder l'espace de travail propre; (b) utiliser l'uniforme approprié tous les jours; (c) aider dans les travaux de nettoyage; (d) arriver tôt pour travailler; (e) tous les problèmes surgis au sein de l'entreprise doivent être



signalés au manager; (f) travailler ensemble harmonieusement; (g) il est formellement interdit d'utiliser la radio, les appareils téléphoniques pendant les heures de travail pour ne pas en perturber l'atmosphère.

### **Attitude de l'employé envers l'institution**

L'employé doit afficher les attitudes suivantes envers l'institution: (a) assister à toutes les réunions du personnel; (b) assister à tous les programmes d'initiation et de formation; (c) se conformer avec les valeurs, la philosophie, la mission et la vision de l'entreprise; (d) motiver son absence en cas d'empêchement.

### **Attitude de l'employé envers le client**

Pour les différents point de vente l'employé doit: (a) donner au client un service désintéressé; (b) avoir une attitude positive; (c) Traiter le client de la meilleure façon possible; (d) être toujours souriant et (e) respecter les clients.

### **Conflits et négociations**

1. Toute personne qui enfreint le code de déontologie sera sanctionnée.
2. En cas de conflit au sein de l'entreprise, le manager doit faire la gestion de crise.
3. La résolution des conflits sera envisagée ainsi: analyser le problème d'un autre point de vue.
4. Essayer de comprendre les besoins et préoccupations de chaque employé.
5. Exprimer les besoins et les préoccupations de l'autre partie.
6. Présenter le conflit par écrit dans une lettre à la direction et prendra jusqu'à 72 heures pour effectuer l'entretien avec l'employé ou les employés touchés.

## **Politique de l'entreprise**

Gil Estallo et Giner de la Fuente (2010) affirment qu'une politique définit les normes générales, qualitatives de comportements des ouvriers dans l'entreprise. Voici les raisons lesquelles la boulangerie Jean Jacquelin définit les politiques suivantes:

### **Politique de prix**

Les politiques de tarification se présentent ainsi: (a) aucun prix de gros spéciaux, (b) pas de ventes à crédit, (c) plus l'achat est élevé plus la réduction est faite, (d) si l'ordre est plus de 20 petits gâteaux, une avance de la moitié du prix total doit-être versée et (e) lors de la commande de plus de 20 cookies, ceux-ci sont vendus à 20 ht gourdes l'unité « monnaie haïtienne».

### **Politique de qualité**

Dans cette partie du travail nous aimerions vous présenter les politiques de qualité: (a) La boulangerie Jean Jacquelin travaille avec intégrité et honnetete; (b) l'entreprise emploie la créativité et l'innovation dans le cadre de défi quotidien pour l'amélioration continue, crée de nouveaux produits chaque saison; (c) elle travaille avec la conscience dans la pratique de fonctionnement sans erreur et l'engagement fidèle; (d) la boulangerie fonctionne avec des ingrédients de haute qualité; (e) l'emballage maintient un excellent niveau de qualité dans la présentation des produits; (f) la boulangerie conçoit ses produits pour répondre aux attentes de ses clients, en terme de valeur nutritive, en gardant une valeur juste du prix des produits; (g) l'institution utilise des entrées et des méthodes de production, de stockage et de distribution pour assurer la préservation de la qualité prévue; (h) elle assure le transport et apporte ses produits dans les zones reculées; (i) la boulangerie assure la sécurité des produits; (j) Jean

Jacquelin et Co évalue et améliore en permanence l'efficacité de son processus opérationnel en l'adaptant aux besoins de ses clients et (k) la boulangerie offre de la formation des médias et de la formation pour ses employés qui sont déjà engagés.

### Politique d'hygiène

Les politiques d'hygiène exigent les points suivants: (a) mener un processus minutieux de l'hygiène dans tous les domaines des locaux, le mobilier, le personnel et la nourriture; (b) le personnel doit se laver les mains selon le protocole établi par l'OMS; (c) la mise en place comprendra un gel antibactérien dont bénéficiera tous les employés; (d) les employés chargés de préparer les produits porteront un chapeau, tablier, pantalon et veste spéciale pour une performance optimale de leur tâche et (e) les employés porteront un uniforme pour la performance optimale de leur tâche avec les mesures les plus élevées possibles en matière d'hygiène.

### Politique d'éthique

La politique d'éthique stipule que toutes les activités seront régies selon le code de déontologie.

### **Évaluation de la performance**

La méthode qui sera utilisée pour l'évaluation des performances est: "l'Evaluation 360 degrés"; cette évaluation aura lieu quatre fois par an.

Le principe de l'évaluation en 360° est simple: il s'agit d'évaluer les compétences d'un individu à partir de référentiels remplis par: Le salarié lui-même; Son supérieur; Ses collègues; Ses subordonnés; Des personnes extérieurs à l'entreprise et qui sont en relation directe avec le cadre évalué (actionnaires, clients, fournisseurs, etc.) (Douayri, 2016).

Les participants qui auront à évaluer les employés seront le client, leurs compagnons de travail et leur chef immédiat.

Pour obtenir les résultats définitifs de l'évaluation de l'employé, cette information sera prise en compte lors du renouvellement du contrat de travail.

## CHAPITRE VI

### FINANCES

Bodie et Merton (2003) affirment que l'étude financière d'une entreprise permet essentiellement d'appréhender l'équilibre de ses sources de financement. Cette structure est donc caractérisée par les différentes proportions prises par chacune des sources de financement.

#### Indicateurs financiers

Les indicateurs financiers sont les instruments que Jaquelin Jean et Co utilisera pour évaluer les résultats de son exploitation. Les indicateurs qui seront utilisés sont le VAN (valeur actuelle nette) et le TRI (taux de rendement interne)

Calcul de la VAN

VAN: Valeur actualisé net

FNT: Flux net trésorerie

Tx: Taux

CI: Coûts d'investissements

$$VAN = -CI + FNT_1(1 - T_x)^{-1} + FNT_2(1 - T_x)^{-2} + FNT_3(1 - T_x)^{-3}$$

$$FNT_1 = Entrée_1 - Sortie_1 \Rightarrow FNT_1 = 11,448,000 - 1380291.70$$

$$FNT_1 = 10,067,708,30$$

$$FNT_2 = Entrée_2 - Sortie_2 \Rightarrow FNT_2 = 13,737,600 - 1385009.80$$

$$FNT_2 = 12,352,590,20$$

$$FNT_3 = \text{Entrée}_3 - \text{Sortie}_3 \Rightarrow FNT_3 = 14,882,400 - 1376779.80$$

$$FNT_3 = 13,505,620,20$$

$$VAN = -640,000 + 10,067,708.30(1 - 0.14)^{-1} + 12,352,590.20(1 - 0.14)^{-2} \\ + 13,505,620.20(1 - 0.14)^{-3}$$

$$VAN = 49,001,237.24$$

Puisque la VAN est positive, donc le projet est faisable sur le plan financier.

### Des raisons financières

Horngren, Sundem et Elliott (2000) affirment que les raisons financières sont utiles dans l'analyse financière par les investisseurs depuis l'établissement des aspects fondamentaux de la performance économique d'une entité.

### Etat financier previsionnel

Pour estimer la situation financière future de l'entreprise, il est nécessaire de préparer les états financiers tels que les flux de trésorerie, compte de résultat et du bilan, en fonction des ventes estimées. La prévision des ventes de la Boulangerie Jean Jaquelin est de 954.000 G par mois, avec une production journalière de 1500 pains de toutes les marques.

### Etats des résultats

Le compte de résultat de la boulangerie de Jean Jaquelin montre que le revenu net annuel est de 130,335.00 G résultant d'opérations de l'entreprise (voir Tableau 8).

### L'évaluation du projet

Pour l'évaluation de l'entreprise ces paramètres très importants sont utilisés pour calculer la viabilité d'un projet, la VAN (valeur actuelle nette) et le TRI (taux de rendement interne).

## Point d'équilibre

Le seuil de rentabilité définit le nombre minimal d'unités de produits dont la boulangerie Jean Jaquelin et Co a besoin de vendre pour devenir une entreprise rentable. Il est estimé 5,657,810.55 G, nécessitant une vente de 667 produits par jour.

Calcul du seuil de rentabilité.

Tableau 8

*Tableau des coûts fixes et variables*

Coûts fixes	
Publicité	1,000.00
Salaire des vendeurs	79,200.00
Salaires des cadres	1,179,600.00
Amortissement matériel	88,379.80
Total des coûts fixes	1,347,279.80
Coûts variables	
Fourniture de vente	12,500.00
Fourniture de bureau	10,911.90
Matières premières	8,390,400.00
Total des coûts variables	8,413,811.90

$$S_R = \frac{C_F}{\frac{C_A - C_V}{C_A}}$$

$$S_R = \frac{1,347,279.80}{\frac{11,448,000.00 - 8,413,811.90}{11,448,000.00}}$$

$$S_R = 5,657,810.55$$

L'entreprise devra réaliser un chiffre d'affaire de 5,084,074.71 G afin de couvrir les coûts fixes et donc de réaliser un résultat net.

## Calcul du TRI

TRI: Taux de rentabilité interne

CI	- 640 500,00
FLUx Net1	10 067 708,30
FLUx Net2	12 352 590,20
FLUx Net3	13 505 620,20
TRI	15,93

## Comptabilité de l'entreprise

La comptabilité de la boulangerie Jean Jaquelin s'avère important dans la prise de décision de l'entreprise. Il permettra également à tout un chacun de se familiariser avec le système comptable, son état de compte, des documents comptables ainsi que le diagramme de flux.

### Logiciel à utiliser

Pour des raisons de transparence, le manager doit donner un compte rendu détaillé de ses activités. Pour cela, il a été décidé de mettre sur pied un programme de comptabilité informatisée en utilisant le logiciel excel pour faire la saisie des données et être en mesure de fournir les informations comptables aux intéressés.

### Budget

Schau, Muñiz et Arnould (2009) mentionne que le budget est un outil de planification qui, d'une certaine manière, intègre et coordonne les domaines, les activités, les services et les responsables de l'organisation et exprime en termes monétaires, les revenus, les dépenses et les ressources générées dans une période donnée. Par conséquent, le budget de la boulangerie Jean



Jacquelin et Co s'exécute mensuellement dans le but de répondre à certains besoins pressants tels que: l'acquisition des matières premières, la main-d'œuvre, les frais généraux, les coûts fixes indirects et autres installations composées de meubles de cuisine, matériel de cuisine, ustensiles de cuisine, meubles, appareils électroménagers, le remodelage et l'installation.

### Financement

La boulangerie Jean Jaquelin et Co est financée par capitaux propres à hauteur de 640,500.00 G provenant de l'apport de ses associés Mondesir Antoine et Willy Lima respectivement de 213,500.00 G et 427,000.00 G. Ces fonds seront disponibles pour être utilisés comme un investissement initial pour l'acquisition des machines et équipements et les matières premières pour commencer les opérations.

Tableau 9

*Bilan Initial*

Boulangerie Jean Jacquelin & CO		
Au 1er Octobre 2008		
Actifs		
Actif a court terme		
Encaisse	128 100,00	
Fourniture de vente	15 625,00	
Fourniture de Bureau	13 639,88	
Stock de Matières premières	468 511,12	
Total Actif Court Terme		625 876,00
Actif Longterme		
Matériels de bureau	14 624,00	
Total Actif Long Terme		14 624,00
Total Actif		640 500,00
Total Passif Longterme		
Passif		
Passif à court terme	-	
Total Passif Court Terme		-
Passif à Long terme	-	
Total Passif		-
Avoir des associes		
Capital Mondesir		
Antoine	213 500,00	
Capital Willy Lima	427 000,00	
Total Avoir des associées		640 500,00
Total Passif + Capital		640 500,00

Tableau 10

*Boulangerie Jean jaquelin & Co Etats des résultats prévisionnels pour l'exercice terminé*

Produits d'exploitation	Exercice 2017	Exercice 2018	Exercice 2019
Ventes nettes	11448000	11737600	14882400
Stock debut	0	15000	5000
Couts des produits fabriqués	8369859.52	7820659.52	8325659.52
Cout des produits disponibles à la vente	8369859.52	7835659.52	8330659.52
Stock de fermeture	-15000	-5000	-3000
Couts des produits vendus	-8354859.52	-7830659.52	
Marge bénéficiaire brute	3625940.48	4477740.48	
Charge d'exploitation			
Frais de vente			
Publicité	1000	1000	1000
Fourniture de vente	12500	15230	13000
Salaire des vendeurs	79200	79200	79200
Total frais de vente	101400	104430	102200
Frais d'administration			
Salaire des cadres	1179600	1179600	1179600
Fournitures de bureau	10911.9	12600	15600
Amortissement matériel de bureau	88379.8	88379.8	88379.80
Total des frais d'administration	1278891.7	1280579.8	1283579.8
Total des charges d'exploitation	--	--	--
Bénéfice avant intérêt et impôt	1380291.7	1385009.8	1376779.8
Intérêt sur dette	1682848.78	2525430.68	5171960.68
Bénéfice avant impôt	--	--	--
Impôt (30%)	474365.35	474365.35	474365.35
Bénéfice net	1208483.43	2051065.33	4697595.33
	--	--	--
	362545.03	615319.69	14099278.60
	HTG 845938.40	HTG 1435745.73	HTG 3288316.73

## **CHAPITRE VII**

### **CADRE JURIDIQUE**

#### **Aspects juridiques**

Cette section montre que conformément aux lois en Haïti, pour la mise en œuvre de la boulangerie Jean Jaquelin et Co, l'entreprise doit s'inscrire à la Chambre du Commerce et de l'Industrie et remplir un formulaire de demande répondant aux prestations légales dans le but de suivre toutes les étapes appropriées et conformes à la législation Haïtienne.

#### **Procédure d'enregistrement d'un nom commercial**

Pour enregistrer un nom commercial, l'intéressé doit suivre les étapes suivantes: (a) vérifier la disponibilité d'un nom commercial à la Direction des Affaires Juridiques du Ministère du Commerce et de l'Industrie; (b) la vérification ne garantit nullement l'octroi du nom, compte tenu des autres paramètres entrant en ligne de compte lors du traitement du dossier; (c) adresser une lettre en trois exemplaires au Ministère du Commerce et de l'Industrie, comportant obligatoirement les éléments suivants: (a) nom et prénom du propriétaire, (b) numéro d'identité fiscal (NIF), (c) numéro de téléphone, adresse complète et e-mail du propriétaire, (d) le nom commercial à enregistrer et (e) la branche d'activité à desservir; (e) acheter à la Direction Générale des impôts (DGI) un jeu de timbre mobile; (f) payer au service d'approvisionnement du Ministère du Commerce et de l'Industrie les frais de traitement du dossier et d'un sceau sec. Après le traitement, le dossier est déposé pour une étude d'usage; (g) réclamer après approbation, le mandat d'encaissement à la Direction des Affaires Juridiques pour le versement

de taxes à la DGI centrale; (h) apporter le récépissé de paiement de taxes à la Direction des Affaires Juridiques (DAJ) et (i) revenir chercher le certificat.

N.B. Les certificats ne sont livrés qu'aux propriétaires de l'entreprise ou son avocat. Tout mandataire doit être muni d'un mandat notarié.

### Type d'entreprise

La boulangerie Jean Jaquelin et Co fonctionne comme une entité individuelle. Dans un proche avenir, il prévoit de fonctionner comme une société anonyme. Les exigences légales pour donner naissance à l'entité juridique sont les suivantes: (a) carte d'identité fiscale validée; (b) carte d'immatriculation fiscale (CIF); (c) déclaration d'existence et d'identification à la (TCA) si exerçant une activité imposable et (d) déclaration et paiement de la carte d'identité professionnelle (CIP).

Un entrepreneur désirant ouvrir ou faire fonctionner une activité commerciale, industrielle, agricole ou de service en Haïti comme exploitant individuel est assujetti aux obligations fiscales et doit fournir les documents pré-cités.

### Acte constitutif

Sont conditions constitutives de la qualité de commerçant:

Art 1<sup>er</sup>. Sont commerçants ceux qui exercent des actes de commerce et en font leur profession habituelle. (Décret du 26 septembre 1960 définissant la profession de commerçant)

Selon l'article 1<sup>er</sup> du Code de commerce, les commerçants sont: «ceux qui exercent des actes de commerce et en font leur profession habituelle».

Deux conditions sont donc exigées, d'après cette disposition pour qu'une personne ait la qualité légale de commerçant, il faut: (a) qu'elle fasse des actes de commerce; (b) qu'elle en

fasse sa profession habituelle.

Selon l'article 2 (code commerce)

Le législateur haïtien a donné une nomenclature des actes considérés comme actes de commerce.

Tout achat de denrées ou de marchandises pour revendre est un acte de commerce; et c'est l'acte le plus important et le plus ordinaire. Les autres actes de commerce ont surtout pour but de préparer et de faciliter des achats et ventes.

### **Obligations spéciales aux commerçants**

Deux obligations que la loi n'impose pas aux autres personnes pèsent aux commerçants:

(a) celle de tenir des livres et (b) celle de rendre public, leur régime matrimonial.

#### **Des livres de commerce**

Tout commerçant est obligé d'avoir des livres, qu'il soit marchand en gros ou en détail peu importe. Cette obligation n'est pas imposée à celui qui ne fait que quelques actes de commerce, ni l'artisan qui n'est commerçant.

#### **Livres exigés de tout commerçant**

Le code de commerce oblige le commerçant à tenir trois livres: (a) le livre-journal. D'après l'article 9 du code de commerce «tout commerçant est tenu d'avoir un livre journal». Le journal est la base de toute la responsabilité et c'est le procès-verbal quotidien et détaillé de tous les actes de la vie du commerçant qui peuvent influencer sur sa fortune. Il ne doit pas mentionner seulement les opérations commerciales, mais tout ce qui est reçu ou payé à titre quelconque par le commerçant, par exemple, une donation faite ou reçue, d'une succession recueillie, etc.; (b) la copie de lettres (art 9 C.commerce). Le commerçant doit mettre en liasse

des lettres qu'il reçoit et copier sur un registre celles qu'il envoie et (c) les livres des inventaires (art 10, Code de Commerce). C'est un état ou relevé annuel de l'actif mobilier ou immobilier. L'inventaire n'a pas besoin, comme en matière de succession d'être fait par un notaire. Cela occasionnerait trop de frais. La loi veut seulement que l'inventaire ne reste pas consigné sur une feuille volante, mais pour en assurer la conservation, le copier sur un registre. L'inventaire a, en effet, une grande importance; il donne des indications précises sur la situation du commerçant aux différentes époques de sa vie commerciale.

## ANNEXE A

### QUESTIONNAIRE D'ENQUETE

#### Questionnaire d'enquête relative au projet

Ce questionnaire a été rédigé pour collecter les données indispensables ayant rapport avec la réalisation du projet. Honnêtement, notre questionnaire est différent d'un questionnaire standard, mais il nous aura permis de voir "si oui ou Non" l'exécution de ce projet est possible.

Répondez aux questions suivantes

1- Habitez-vous dans la zone ?

Oui Non

2- Depuis combien de temps ?

a) Moins de 2 ans                      b) 2-4 ans                      c) 4-6 ans                      d) plus de 6 ans

3- Consommez-vous du pain?

Oui Non

4- Combien de fois par semaine consommez-vous du pain ?

a) 1-2 fois                      b) 3-4 fois                      c) plus de 4 fois

5- Etes-vous satisfaits du pain fabriqué par les boulangeries de la zone ?

Oui Non

6- Si non, que faites-vous pour vous approvisionner de pain ?

-----  
-----  
-----

7- Déplacerez-vous de longue distance pour vous approvisionner en pain?

8- Les produits disponibles sont-ils de bonnes qualités ?

Oui Non



9- Selon vous, énumérez les avantages et les inconvénients de ce projet pour la population des Côteaux.

-----  
-----  
-----  
-----

## REFERENCES

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: McGraw-Hill.
- Benedetti, C. et Guillaume, J. (2001). *Introduction à la gestion des operations*. Québec: Mondia Editeur.
- Billene, R. (2001). *Análisis de costos II: los modelos RBI-CRIF de análisis de costos y resultados*. Mendoza, Argentina: Jurídicas Cuyo.
- Bodie, Z. y Merton, R. (2003). *Finanzas*. México: Prentice Hall.
- Cohen, G. (1991). *La naturaleza de la función directiva*. Madrid: Díaz de Santos.
- Douayri, K. (2016). L'évaluation des ressources humaines: méthodes et mise à l'épreuve. *Dossiers de Recherches en Economie et Gestion*, 3, 120-145.
- Dupont, E. et Gaulin, H. (2004). *Se lancer en affaires*. Québec: Editeur Officiel du Québec.
- Equipo Vértice. (2007). *Selección del personal*. Málaga: Vértice.
- Espinoza, F. (2006). *Auditoria administrativa*. México: Prentice Hall.
- García, J. (2008). *Contabilidad general*. Barcelona: Deusto.
- Gauthy, M. (2010). *Etude de marché, methodes et outils*. Bruxelles: De Boeck.
- Gil Estallo, M. A. et Giner De la Fuente, F. (2010). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: ESIC.
- Gonzalez Lobo, M. A. y Prieto del Pino, M. D. (2009). *Manual de publicidad*. Madrid: ESIC.
- Horngren, C., Sundem, G. y Elliott, J. (2000). *Introducción a la contabilidad financier* (7<sup>o</sup> ed.). México: Pearson Educación.
- Koenea, A. (1995). *El diagnóstico de la empresa*. Madrid: Díaz de Santos.
- Kotler, P. y Lane, K. (2006). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.
- Lambin, J. J., Chumpitaz, R. et De Merloose, C. (2005). *Marketing stratégique et opérationnel: Du marketing à l'orientation marché*, Paris: Dunod.

- Mercado, S. (2004). *Administración aplicada*. México: Limusa.
- Prieto Herrera, J. E. (2005). *El servicio en acción: la única forma de ganar todos*. Bogotá: ECOE.
- Pro-Gestion Estrie. (2011). *Analyse de marché*. Québec: PGE.
- Robbins, P. y Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez Ardura, I. (2006). *Principios y estrategias de marketing*. Barcelona: UOC.
- Ruiz Galindo, C. (2006). *Manual para la creación de empresas: guía de planes de negocio*. Bogotá: COE.
- Schau, H. J., Muñoz A. M. et Arnould, E. J. (2009). How brand community practices create value. *Journal of Marketing*, 73(5), 30-51. doi:10.1509/jmkg.73.5.30
- Silíceo Aguilar, A. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal* (4<sup>o</sup> ed.). México: Limusa
- Vallhonrat, J. et Corominas, A. (1991). *Localización, distribución en planta y manutención*. Barcelona: Marcobo.
- Warren, C. S., Reeve, J. M. et Fess, P. E. (2005). *Accounting* (21<sup>o</sup> ed.) Cincinnati: South-Western College.
- Wheeler, S. (2005). *Canales de distribución: cómo las compañías líderes crean nuevas estrategias para servir a los clientes*. Bogotá: Norma.
- Zambrano Barrios, A. (2006). *Gerencia estratégica y gobierno: Modelo de planificación estratégica para gobernaciones y alcaldías*. Caracas: UCAB.