



ILDES.



---

Institut Libanais de Développement Économique & Social  
Lebanese Institute for Economic & Social Development

Etude financée par l'Union Européenne  
Study financed by the European Union

# Institut de beauté

**Etude de faisabilité préparée par  
Fabienne Balaa, Economiste.**

Juin 2001- Jal el Dib - Liban

## Table des matières

<b>Sommaire</b>	<b>2</b>
<b>1- Description du service</b>	<b>3</b>
1-1 Description du service	
1-1-1 Description des variétés de services	
1-1-2 Evolution possible	
<b>2- Analyse du marché</b>	<b>4</b>
2-1 Description du marché et des tendances	
2-2 La concurrence	
2-3 Les opportunités et les risques	5
2-4 Les marchés cibles	
<b>3- Description des procédés de production</b>	<b>6</b>
3-1 Saisonnalité	
3-2 Description des équipements et de leur mode d'utilisation	
3-3 L'espace de travail requis	8
3-4 Le lieu d'implantation	
3-5 Gestion horaire et flexibilité du temps de travail	
3-6 L'approvisionnement en matières premières et en équipements	
3-6-1 L'approvisionnement en matières premières	
3-6-2 L'achat d'équipements	9
<b>4- Marketing et techniques de vente</b>	<b>11</b>
4-1 Techniques de vente	
4-2 La tarification	
<b>5- Etude financière</b>	<b>12</b>
5-1 Calcul du capital total à investir : investissement en équipements et besoin en fonds de roulement	13
5-2 Montant des emprunts et des apports personnels	
5-3 Comptes de résultat prévisionnels sur 5 ans	14
5-4 Bilan d'ouverture et bilan prévisionnel des 5 ans	15
5-5 Tableaux des flux de trésorerie prévisionnels des 5 ans	16
5-6 Calcul du point mort	
5-7 Analyse de sensibilité	
<b>6- Facteurs clés de succès</b>	<b>18</b>
6-1 Avantages compétitifs	
6-2 Importance de l'innovation et de la qualité	19
6-3 Importance de la formation	
<b>7- Conclusion</b>	<b>19</b>

Les points de vue exposés dans cette étude reflètent l'opinion de l'auteur.

## Sommaire

Cette étude évalue le montage d'un institut de beauté dans les régions de retour des déplacés, facilité par l'octroi d'un micro-crédit afin d'inciter le bénéficiaire à investir dans son village ou ville natale.

L'institut devrait être monté dans une région assez peuplée et facilement accessible. Les grandes villes telles que Saida, Tyr, Zahlé et Marjeoun, où vit un grand nombre de ressortissants à revenu moyen et élevé, sont les plus adéquates. L'implantation dans un village dans un grand centre commercial animé ou sur un grand axe routier est de même très rentable. En effet, cet institut vise les femmes aisées de la société en leur prodiguant des soins esthétiques du visage et du corps.

Les femmes deviennent de plus en plus exigeantes quant à leur beauté et désirent bénéficier d'une gamme de services assez large. L'institut offrira des soins assez variés permettant de répondre aux besoins de celles qui désirent prévenir ou lutter contre le vieillissement, réaliser un coup d'éclat avant une soirée ou une grande occasion, soigner leur beauté, ou comme celles qui veulent traiter définitivement les poils disgracieux, et comparé aux instituts déjà opérants, le projet sous étude offrira un service supérieur à des prix assez compétitifs.

Dans le cas de l'implantation dans un bourg dont les alentours sont assez peuplés, l'institut aura l'avantage d'opérer seul sur le marché, dans une région mal desservie, et d'attirer toutes les habitantes du village et des villes avoisinantes avec l'introduction de soins inexistantes auparavant.

L'esthéticienne qui bénéficiera du crédit sera assistée par une manucure à salaire mensuel. Ses revenus ne sont pas uniformes durant l'année. Ils sont sujets à des pics saisonniers spécialement durant les fêtes de Noël, Pâques, Nouvel an, Ramadan, Adha ainsi qu'en été, saison des mariages et des bains de mer.

Pour le démarrage, l'investissement de base requis en équipements et en besoins de fond de roulement s'élève à environ 12 397 \$US desquels 7 397 \$US seront assurés à partir des fonds propres de l'investisseur et 5 000 \$US par un prêt bonifié remboursable en deux ans.

L'analyse financière du projet montre que cet institut est très rentable. Les deux premières années, l'investisseur aura des difficultés à se forger une clientèle mais une fois intégré sur le marché, il pourra attirer une clientèle assez importante. La qualité du service offert, les relations publiques, l'aptitude à nouer des relations, les prix promotionnels accordés assureront la réussite de l'institut. L'effet "bouche à oreille" serait le moyen le plus efficace permettant de promouvoir l'institut. Avec des projections modérées, les bénéfices escomptés s'élèvent à 9 887 \$US pour le premier exercice soit un revenu mensuel de 824 \$US pour croître à 13 580 \$US la deuxième année, 15 666 \$US la troisième année, 18 289 \$US la quatrième année et 19 032 \$US à la fin de la cinquième année.

Dans une seconde hypothèse, les résultats escomptés sont d'autant plus favorables avec l'introduction du lifting pour visage et corps au début de la troisième année. Cet investissement permettra une diversification des services prodigués et assurera une croissance des bénéfices de 32 % la première année de son acquisition et de 30 % par la suite, comparés aux résultats obtenus en l'absence d'un tel investissement.

Les facteurs clés de réussite de l'institut reposent sur la qualification, le dynamisme au travail ainsi que la bonne réputation de la personne en charge.