



المؤسسة اللبنانية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية  
Institut Libanais de Développement Économique & Social  
Lebanese Institute for Economic & Social Development



هذه الدراسة ممولة من الإتحاد الأوروبي  
Etude financée par l'Union Européenne  
Study financed by the European Union

# Magasin de Quincaillerie

**Etude de faisabilité préparée par:  
Nadine Abou Khaled, économiste.**

Juin 2001- Jal el Dib - Liban

## Table des matières

<b>Sommaire</b>	<b>2</b>
<b>1- Description du projet</b>	<b>3</b>
1-1 Description du produit ou service	
1-1-1 Description des variétés de produits ou services	
1-1-2 Evolution possible	
<b>2- Analyse du marché</b>	<b>3</b>
2-1 Description du marché	
2-2 La concurrence	
2-3 Les opportunités et les risques	
2-4 Les marchés cibles	
<b>3- Description des conditions de travail</b>	<b>3</b>
3-1 Les équipements et leur utilisation	
3-2 La main-d'œuvre	4
3-3 Les possibilités de participation de la famille	
3-4 L'espace de travail	
3-5 Le lieu d'implantation	
3-6 Gestion horaire	
3-7 L'approvisionnement du stock de marchandises et des équipements	
3-7-1 Le stock de marchandises, leurs fournisseurs et leurs coûts	
3-7-2 Les équipements, leurs fournisseurs et leurs coûts	5
<b>4- Les techniques de marketing</b>	<b>5</b>
4-1 Techniques de marketing	
4-2 La tarification	
<b>5- Le plan de financement</b>	<b>5</b>
5-1 Investissement et crédit	
5-2 Remboursement du prêt	6
5-3 Compte de résultat prévisionnel	
5-4 Bilan prévisionnel	7
5-5 Trésorerie prévisionnelle	8
5-6 Analyse du point mort	
5-7 Analyse de sensibilité	
<b>6- Recommandations et facteurs clés de succès</b>	<b>10</b>
<b>7- Conclusion</b>	<b>10</b>

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

## Sommaire

L'ouverture d'un magasin de quincaillerie dans un village de retour des déplacés est une entreprise rentable, dans la mesure où les habitants de ces villages ont l'intention de reconstruire ou réhabiliter leurs biens construits, et de s'y installer.

L'avantage d'ouvrir un magasin de quincaillerie dans les régions de déplacés repose sur de faibles coûts de location ou d'achat d'un local, ainsi que sur une main-d'œuvre meilleure marché que dans les villes. En respectant une bonne qualité de produits le rapport qualité prix des articles de quincaillerie devient plus intéressant que dans les régions où les loyers et la main-d'œuvre sont chers.

En considérant que le propriétaire a un chiffre d'affaires de 33 600 \$US la première année, il en résulte une marge brute de profit de 13 240 \$US qui couvre largement les frais fixes et les intérêts, 9 120 \$US. Avec une augmentation de 10% par an, le volume de ventes atteint au bout de cinq ans les 49 194 \$US, et la marge brute de profit s'élève à 19 810 \$US pour des frais fixes relativement constants.

Le rapport résultat net sur chiffre d'affaires montre que l'entreprise est rentable depuis la première année. Il est égal à 14 % la première année et augmente jusqu'à atteindre 21 % la cinquième année.

Les résultats financiers d'un tel projet assurent, à partir de la troisième année d'activité un revenu annuel qui peut varier entre 7 000 \$US et 9 500 \$US.

L'analyse du point mort nous montre que l'entreprise n'est pas très risquée. Ainsi, le niveau point mort du chiffre d'affaires est de 21 038 \$US pour la première année.

Si l'on tient compte des hypothèses du second scénario, que l'on peut qualifier d'optimiste, qui sont essentiellement une suppression du coût de location et une augmentation du chiffre d'affaires journalier qui passe de 112 \$US à 156,5 \$US, le niveau point mort chute à 16 400 \$US la première année. Quant au revenu annuel, il sera encore plus important. Le propriétaire du magasin pourra retirer 15 000 \$US à la troisième année et stabiliser son revenu annuel à 19 000 \$US minimum au bout de la cinquième année d'activité.

Cependant, le facteur clé de succès d'un tel projet repose sur la gestion du magasin, le dynamisme au travail du propriétaire et l'implication des membres de la famille dans le travail. En ayant recours à l'aide familiale plutôt que d'embaucher du personnel, le propriétaire du magasin pourrait minimiser ses frais d'exploitations.