



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

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

Parfumerie

Etude de faisabilité préparée par
Carole Zakhia, économiste

Jun 2001- Jan el Dib - Liban

Tables des matières

Sommaire	2
1- Description du produit	3
1-1 Description du produit	
1-1-1 Description des variétés de produits	
1-1-2 Evolution possible	4
2- Analyse du marché	5
2-1 Description du marché, des variétés, des volumes et des tendances	
2-2 La concurrence	
2-3 Les opportunités et les risques	
2-4 Les marchés cibles	
3- Description des procédés de production	5
3-1 Description des équipements et de leur mode d'utilisation	
3-2 La main-d'œuvre	6
3-3 Les possibilités de participations de membres de la famille	
3-4 L'espace de travail	
3-5 Le lieu d'implantation	
3-6 Gestion horaire et flexibilité du temps de travail	
3-7 L'approvisionnement en matières premières et en équipements	
3-7-1 Les matières premières, et leurs coûts	
3-7-2 Les équipements, leurs fournisseurs et leurs coûts	
4- Marketing et techniques de vente	6
4-1 Technique de vente	
4-2 Fixation du prix de vente	7
5- Etude financière	7
5-1 Calcul du capital total à investir	
5-2 Montant de l'emprunt et montant des apports personnels	8
5-3 Tableau de remboursement de l'emprunt	9
5-4 Résultats prévisionnels sur cinq ans	
5-5 Bilan prévisionnel sur cinq ans	
5-6 Tableaux des flux de trésorerie prévisionnels des cinq ans	10
5-7 Calcul des points morts en valeur	
5-8 Analyse de sensibilité	
5-9 Commentaires	11
6- Facteurs clés de succès	11
6-1 Avantage compétitifs	
6-2 Importance de l'innovation et de la qualité	
6-3 Importance de la formation	
7- Conclusion	11

Les points de vues exposées dans cette étude reflètent l'opinion de l'auteur.

Sommaire

L'étude a été réalisée pour l'implantation d'un commerce de parfums et de produits cosmétiques dans un grand centre commercial animé ou un grand axe routier, dans un village libanais.

Pour le démarrage, un investissement total de 12 043 \$US est requis. Le montant du prêt bonifié s'élève à 5 000 \$US, le reste 7 043 \$US étant assuré par les apports personnels de l'investisseur. Le prêt sera remboursé sur deux années avec une charge d'intérêts de 455 \$US.

Les ventes du bénéficiaire du prêt ne sont pas uniformes durant l'année. Il existe plusieurs pics saisonniers où les ventes augmentent considérablement, les fêtes de fin d'année, la fête des mères, etc...

Dès la première année, le profit net avant impôt est significatif. Il démarre à 6 738 \$US pour atteindre 13 191 \$US à la fin de la cinquième année. Ce profit constitue alors 18% du chiffre d'affaires.

La trésorerie au cours des cinq exercices étudiés est toujours positive et elle est significative à court terme; elle atteint dès la première année d'activité 2 204 \$US. La situation du nouveau commerce est alors bonne et évite à l'investisseur un prêt supplémentaire ou un nouvel apport en capitaux.

Les dividendes augmentent progressivement au cours des années, pour atteindre 11 500 \$US au bout de cinq ans.

Quant au seuil de rentabilité pour la première année, il constitue environ 47% du chiffre d'affaires. Pour 21 680 \$US de ventes, l'investisseur ne réalise ni pertes ni bénéfices et la totalité de ses coûts fixes et variables est alors couverte.

Si on considère que l'investisseur possède le local où la parfumerie sera implantée, il économisera alors le loyer annuel et ses coûts fixes diminueront de 2 000 \$US. Ainsi, le seuil de rentabilité ne représentera que 32% du chiffre d'affaires la première année.

Finalement, une parfumerie implantée dans un endroit accessible et animé est rentable pour le bénéficiaire du prêt, dès la première année d'activité.

Toutefois l'investisseur devra faire preuve de bon sens et être à jour par rapport aux nouveaux produits introduits sur le marché, afin de satisfaire les besoins de sa clientèle.