



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

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

# **Production de Repas Biologiques**

**Etude de faisabilité préparée par**  
**Charles Abdallah, Ingénieur de l'Ecole Centrale des Arts et Manufactures**  
**– Paris – Diplômé de l'ESA – Beyrouth.**

Mai 2001- Jal el Dib - Liban

## Table des matières

<b>Sommaire</b>	<b>2</b>
<b>1- Description et intérêt du projet</b>	<b>3</b>
1-1 Description du projet	
1-2 Intérêt du projet	
<b>2- Analyse du marché</b>	<b>4</b>
2-1 Description du marché	
2-2 Tendances et opportunités	
2-3 Les risques	5
2-4 La concurrence	6
2-5 Les marchés cibles	
<b>3- Description des procédés de production et des services</b>	<b>6</b>
3-1 Les matières premières	
3-1-1 L'approvisionnement du marché	
3-1-2 Les produits	7
3-1-3 Leur prix par rapport aux produits non naturels	
3-2 Les équipements et la préparation des aliments	
3-2-1 Description des équipements et prix	
3-2-2 Préparation des aliments	
3-2-2-1 Préparation des ingrédients	
3-2-2-2 Techniques de cuisine	
3-2-2-3 Emballage	
3-3 La main d'œuvre	8
3-4 La possibilité de participation des membres de la famille	
3-5 L'espace de travail requis	
3-6 Le lieu d'implantation	
3-7 Gestion horaire et flexibilité du temps de travail	
<b>4- Techniques de vente et de marketing</b>	<b>8</b>
4-1 Techniques de vente	
4-2 Techniques de marketing	9
4-3 Prix de vente	
<b>5- Étude financière</b>	<b>10</b>
5-1 Capitaux investis	
5-1-1 Hypothèses de travail	
5-1-2 Tableau financier en USD	
5-2 Comptes de résultats prévisionnels	11
5-2-1 Hypothèses de travail	
5-2-2 Tableau financier	12
5-3 Bilans et flux de trésorerie prévisionnels	13
5-3-1 Hypothèses de travail	
5-3-2 Tableau financier	
5-4 Commentaire	
5-5 Analyse de sensibilité	14
<b>6- Facteurs clés de succès</b>	<b>15</b>
<b>7- Conclusion</b>	<b>15</b>

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

## Sommaire

Cette étude analyse le marché des plats cuisinés prêts à la consommation au Liban. Elle montre qu'à une époque :

- Où le libanais est de plus en plus soucieux de la qualité des aliments que l'on met à sa disposition suite aux épidémies d'ESB, «la vache folle», et de fièvre aphteuse dans le monde, elles-mêmes succédant aux « années Tchernobyl » et aux scandales écologiques qui frappent notre pays : déchets importés, nappes phréatiques contaminées, etc...
- Où la conjoncture économique que connaît le Liban pousse de plus en plus de femmes à travailler et alors que les jeunes générations ont, phénomène universel, moins envie de se consacrer aux tâches traditionnelles du ménage et ignorent de plus en plus les techniques de cuisine,
- Où le libanais souffre de trop manger et de mal manger sans connaître toujours les techniques diététiques lui permettant d'y remédier,
- et alors que l'offre en plats cuisinés prêts à la consommation est encore extrêmement limitée au Liban,

Une entreprise de production de plats cuisinés prêts à la consommation a de fortes chances de réussir si elle utilise des ingrédients naturels obtenus sans utilisation de produits chimiques à quelque stade que ce soit et si elle garantit, au cours du procédé de préparation des aliments, la conservation aussi bien des protéines et des vitamines que des arômes et saveurs contenues dans les ingrédients.

Elle pourra cibler non seulement des personnes sous traitement mais l'ensemble des gens bien portants. Elle bénéficiera du fait que la nourriture traditionnelle libanaise était encore voici peu de temps entièrement faite à partir de produits naturels et sains, céréales, légumes, fromages et elle n'aura qu'à adapter les recettes traditionnelles aux techniques nouvelles de la cuisine saine.

L'étude montre qu'avec un investissement de base de 10 000 \$US, sans compter une voiture pour la livraison et l'approvisionnement, une clientèle de départ constituée de 10 personnes sous diète à nourrir journalièrement et une production de 40 portions par jour pour personnes à régime alimentaire régulier vendue en supermarché, l'entreprise peut dès la deuxième année dégager de quoi faire vivre une famille, près de 1 500 \$US par mois. Elle peut compter pour cela sur une croissance annuelle de l'ordre de 20%. Avec un nouvel emprunt, elle peut aussi s'offrir dès la troisième année l'équipement nécessaire pour surgeler les plats selon les techniques les plus modernes.