



المؤسسة اللبنانية للتنمية الاقتصادية والاجتماعي  
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

# Copy Center

**Etude de Faisabilité préparée par:  
Carole Zakhia, économiste.**

Jun 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	4
<b>2- Analyse du marché</b>	<b>4</b>
2-1 Description du marché, des variétés, des volumes et des tendances	
2-2 La concurrence	
2-3 Les opportunités et les risques	5
2-4 Les marchés cibles	
<b>3- Equipements</b>	<b>5</b>
3-1 Description des équipements et de leur mode d'utilisation	
3-2 La main-d'œuvre	
3-3 Les possibilités de participation de membres de la famille	
3-4 L'espace de travail	6
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, leurs fournisseurs et leurs coûts	
3-7-2 Les équipements, leurs fournisseurs et leurs coûts	8
3-8 Les risques de pollution	
<b>4- Marketing et techniques de vente</b>	<b>9</b>
4-1 technique de vente	
4-2 Fixation du prix de vente	
<b>5- Etude financière</b>	<b>9</b>
5-1 Calcul du capital total à investir	
5-2 Montant de l'emprunt et montant des apports personnels	10
5-3 Tableau de remboursement e l'emprunt	
5-4 Résultats prévisionnels sur cinq ans	
5-5 Bilan prévisionnel sur cinq ans	11
5-6 Tableaux des flux de trésorerie prévisionnels des cinq ans	
5-7 Calcul des points morts en valeur	12
5-8 Analyse de sensibilité	
5-9 Commentaires	
<b>6- Facteurs clés de succès</b>	<b>13</b>
6-1 Avantage compétitifs	
6-2 Importance de l'innovation et de la qualité	
6-3 Importance e la formation	

<b>7- Conclusion</b>	<b>13</b>
----------------------	-----------

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

## Sommaire

Ce projet étudie l'implantation d'un copy center dans un grand village ou dans un bourg, les activités principales étant la vente de fournitures et les services de photocopie, l'impression sur papier et tissu, la plastification, la reliure, le fax et le graphic design. Les services pourraient évoluer pour inclure le traçage de plans, la création et l'impression de publicités et l'impression sur articles promotionnels.

La clientèle de ce commerce est constituée aussi bien de particuliers que de bureaux, d'entreprises ou d'écoles. Le développement du copy center est directement lié à la croissance de la région, d'où l'importance de s'implanter dans un secteur de bureaux, de commerces ou d'établissements publics.

Aucune formation spécifique n'est exigée de l'entrepreneur qui aura néanmoins à se familiariser avec les équipements pour optimiser leur exploitation. Par contre, la formation du graphic designer est primordiale pour le développement et l'évolution de la section publicité créative. La participation de membres de la famille est possible moyennant une simple formation.

Le démarrage de ce commerce nécessite un investissement initial relativement élevé, 16 758 \$US, pour l'achat des équipements. Le montant du prêt s'élèverait à 8 000 \$US, le reste provenant de fonds propres de l'investisseur. Le remboursement du prêt est échelonné sur deux années à raison de 4 364 \$US par an.

Le profit net de l'entrepreneur augmente tout le long des cinq exercices étudiés. Ce profit serait de 5 580 \$US, soit 23 % du chiffre d'affaires, la première année et atteindrait 14 817 \$US, soit 36 % du chiffre d'affaires, la cinquième année.

La trésorerie, positive dès la première année, augmente progressivement évitant à l'investisseur de recourir à des apports personnels supplémentaires. Le montant de la trésorerie relativement bas au premier exercice, 564 \$US passe à 19 167 \$US au cinquième exercice. Par ailleurs, les bénéfices non distribués deviennent significatifs à partir de la troisième année et permettent à l'entrepreneur de réinvestir dans son commerce.

Le seuil de rentabilité au premier exercice représente 60 % du chiffre d'affaires potentiel, 45 % si l'entrepreneur possède le local d'implantation, et chute à 42 % au cinquième exercice, 32 % si l'entrepreneur possède le local d'implantation.

Par ailleurs, l'investisseur devra maintenir des prix compétitifs, rester à jour avec les nouvelles technologies et parfaire la gérance de son commerce pour offrir la meilleure qualité de service à sa clientèle et minimiser tout risque de pollution.