

REPUBLIQUE LIBANAISE
MINISTERE DE L'INDUSTRIE

INDUSTRIE
DE LA MOQUETTE
AU LIBAN

Etude de faisabilité

Novembre 2003

Préparée par



INSTITUT DE RECHERCHE INDUSTRIELLE

Rapport N° : 5231F-001-176881-2003

PLAN GENERAL DE L'ETUDE DU MARCHE DES MOQUETTES

1. Résumé analytique

2. Contexte du projet et conception générale

3. Analyse du marché et politique de marketing :

- A. Le déroulement de l'étude marketing
 - A.1 Taille du marché et pays d'origine
 - A.2 Les marques existantes
 - A.3 Les fournisseurs
 - A.4 Segments de clients
 - A.5 Exigences des clients
 - A.6 Les prix (selon le type d'intermédiaires, et prix comparés)
- B. Les propositions
- C. Commentaires, Normes et Standards Internationaux
- D. Elaboration de la politique marketing
 - D.1 Le choix du produit Mix
 - D.2 Le choix et la fixation des prix
 - D.3 Le choix d'une politique promotionnelle adéquate
 - D.4 Le choix de la mise en place

4. Matières premières et fournitures d'atelier

- E. Besoins en matières premières et des fournitures.
- F. Les coûts de la matière première

5. Localisation, Site et Environnement

- G. Etude de localisation
- H. Choix définitif de la localisation et infrastructure
- I. Environnement socio-économique
- J. Démarche officielle pour l'implantation dans cette zone
 - J.1 Ministère de l'industrie

6. Ingénierie et Technologie

- K. Choix des machines et du matériel et carte de l'usine
- L. Estimations des coûts des machines

7. Organisation :

- M. Définition des Fonctions Principales
 - M.1 La fonction générale
 - M.2 La fonction de production
 - M.3 La fonction de contrôle de qualité
 - M.4 La fonction d'approvisionnement et du stock
 - M.5 La fonction gestion des ressources humaines
 - M.6 La fonction de la comptabilité
 - M.7 La fonction de marketing et de vente
- N. Coûts de l'effectif humain

8. Planification des opérations et établissement du budget

- O. Objectifs stratégiques
- P. Étapes de la mise en œuvre du projet
 - P.1 L'achat du terrain

- P.2 La construction
- P.3 L'équipement du projet
- P.4 Les autres dépenses d'investissement

9. Analyse financière et évaluation préalable de l'investissement

- Q. Portée et objectifs de l'analyse financière
- R. Principaux aspects de l'analyse financière et présentation du concept d'évaluation de l'investissement
- S. Analyse des prévisions des coûts
- T. Les outils comptables essentiels
- U. Financement du projet
- Y. Ratios de financement et de rentabilité

1. Résumé analytique :

En partant d'une part de marché s'élevant à 15 % du marché local des moquettes et pour un investissement équivalant à 592 400 dollars américains, un taux d'actualisation égal à 12 % et une projection dans le temps de l'étude s'étendant sur 10 ans, il est possible de dégager les critères d'investissement suivants :

- Valeur Actuelle Nette (VAN) égale à 156,898.67 dollars américains.
- Taux Interne de Rentabilité (TIR) égal à 34.31 %
- Temps de Récupération du capital (TR) se situant entre la sixième et la septième année.

Il ressort de ces critères qu'avec une VAN positive, un TIR supérieur au taux d'actualisation (12%) et un temps de récupération du capital (TR) relativement court, le projet d'établissement d'une usine de fabrication de moquettes peut être considéré comme rentable.

2. Contexte du projet et conception générale :

Ce projet avait pour but d'aider les industriels et les investisseurs libanais dans leurs recherches et dans leurs analyses des projets futurs possibles.

Dans notre travail nous avons insisté sur plusieurs aspects :

- Le volume des importations (la liste des produits importés au Liban chaque année et qui représente une masse monétaire importante.
- La disponibilité d'un marché local (consistant et fidèle)
- La possibilité de se positionner sur le marché libanais malgré l'intensité de la concurrence.
- Les facilités que pourrait accorder le gouvernement libanais quant à la protection et à l'encouragement d'une industrie locale.
- Les possibilités de donner plus d'opportunités de travail pour les Libanais surtout dans la période de récession économique qui envahit le pays.
- De faire travailler d'autres industries (reliées d'une façon ou d'une autre aux industries objets de notre travail) en sous-traitance ou complémentaires.
- D'assurer un équilibre entre les importations et les exportations (la balance commerciale)
- Dans le cadre du développement des différentes régions libanaises, la participation à faire une poussée économique dans des régions comme le sud du Liban, la Bekaa, et le Nord.
- D'améliorer la quantité des produits exportés du Liban vers les autres pays de la région (et ceci grâce à une meilleure qualité)
- D'assurer une répartition scientifique et adéquate des investissements au Liban (éviter de voir un grand nombre d'investisseurs attirés vers un même secteur industriel) et ceci grâce à une bonne orientation.
- De donner un exemple de la bonne planification basée sur une série d'études logiques et réelles du marché de l'offre, du marché de la demande, et du marché concurrentiel.

3. Analyse du marché et politique de marketing :

A. Le déroulement de l'étude marketing:

L'étude du marché, que nous avons réalisé durant les trois derniers mois, avait pour objectifs de s'informer à propos des points suivants :

- La demande du marché en moquettes (quantité actuelle et future)
- Les clients possibles et les clients potentiels
- Les fournisseurs producteurs.
- Les fournisseurs agents et intermédiaires.
- La concurrence locale et étrangère.

- Les différentes tailles utilisées.
- Les différents prix.
- Les marques de moquettes existantes.
- Les pays d'origines.
- Les avantages et les désavantages de chaque marque.
- Les préférences et les exigences des clients.

Dans le but de définir le marché des moquettes, et de déterminer son importance, nous avons procédé à la collecte d'informations selon la démarche suivante :

- Le choix d'un échantillon représentatif de la population des différents types de clients
- Le Territoire de l'étude est celui du Territoire libanais tout entier.
- La répartition proportionnelle de l'échantillon (par région, par type d'organisme et par type d'enquêtés) selon l'importance de chaque type d'enquêtés.
- La préparation d'un questionnaire bien formulé. C'est à dire une sélection de questions qui permettent de trouver des réponses convenables
- Le choix et la formation d'une équipe adéquate pour la réalisation de l'enquête.
- La préparation et la réalisation des entrevues avec les experts et les professionnels.
- Les statistiques et les documents (archives et études précédentes)

A.1 Taille du marché (voir annexe I) :

Statistiques des différents pays d'origines et autres :

Pour l'année 2002 :

Pays	Importation en \$	Pourcentage
Chine	98081	2.6%
Inde	162211	4.3%
Grande Bretagne	165983	4.4%
Afrique du Sud	188617	5%
Italie	196162	5.2%
France	252747	6.7%
Turquie	298015	7.9%
Belgique	697023	18.5%
Arabie Saoudite	845006	22.4%
Autres	876640	23%
Total	3780485	100.00%

Pour l'année 2001:

Pays	Importation	Pourcentage
Iran	35240	0.8%
Danemark	111447	2.53%
Etats-Unis	192060	4.36%
Chine	211442	4.8%
Italie	233467	5.3%
Egypte	251087	5.7%
Philippines	254611	5.78%
France	264303	6%
Grande Bretagne	272232	6.18%
Turquie	285006	6.47%
Belgique	885415	20.1%
Arabie Saoudite	911845	20.7%
Autres	485436	11.02%
Total	4393591	100%

Ce chiffre représente à peu près 45% du volume total des tapis et des moquettes importés au Liban chaque année.

A.2 Les marques existantes :

Les marques existantes pour les moquettes Polyamides unies ou à motifs, en dalles ou en lés :
Le plus grand choix de motifs et de coloris de moquettes :

Marques	Pays d'origine
Balsan	France
Desso Esco	France
Flotex	Royaume-Uni
Forbo Sarlino	France
Interface Heuga	
Lano	Belgique
Milliken	Canada
Tarkett Sommer	Australie
Westbond	Royaume-Uni

Les marques existantes pour les Moquettes en laine en dalles ou en lés : La qualité des moquettes tissées traditionnellement a un meilleur confort

Marques	Pays d'origine
ARC (agence Robert Catalan)	France
BIC (Belgian international carpets)	Belgique
Catry	France
Le Tisserand	France
Manufacture Royale du Parc	France
Masure	France
West bond	Royaume-Uni

Les marques existantes pour Les dalles en Caoutchouc, dalles métro :

Marques	Pays d'origine
Artigo	Italie
Dalsouple	Royaume-Uni
Mondo	Italie
Nora	
Pirelli	France

Les revêtements de sols en matériaux naturels :

Avec le souci croissant de vivre dans un cadre naturel respectant l'environnement, plusieurs marques ont développé des revêtements de sols fabriqués à base de matériaux entièrement écologiques tels que le coco, le sisal, le jonc de mer ou de montagne, le linoléum.

Marques	Pays d'origine
Astra	Italie
Benoît	
Crucial Trading	Royaume-Uni
DLW	Allemagne
Ruckstuhl	Suisse
Toulemonde Bochart	France

Les revêtements de sols en PVC – en dalles ou en lés :

Un usage intensif ; un entretien facile, des revêtements de sols techniques ou décoratifs façon marbre, parquet ou pierre.

Marques	Pays d'origine
Altro	Royaume-Uni
Armstrong	Amérique
Antico	Amérique
Bonar Floors	Grande Bretagne
Buflon	France
Chocflex	Grande Bretagne
DLW	Allemagne
Forbo	Royaume-Uni
Gerflor	Royaume-Uni
Statica	Italie
Tarkett Sommer	Australie

D'après Saudi Company pour tapis et moquettes à Hadeth (01/545105-01/544887),

Il existe différents types de moquettes. Leur distinction se fait à la base :

- Des matières qui les constituent: le polyster, l'acrylique, le polypropylène, la laine et le nylon
- De sa couleur (blancs ou colorés)
- De l'épaisseur et la hauteur du fil.
- Et enfin, selon le poids.

A.3 Les fournisseurs :

Il y a au moins cinquante fournisseurs (agents et points de vente) spécialisés dans l'achat, la vente et l'installation des moquettes. (voir annexe I)

Les différentes marques vendues par Saudi Company for Carpets & Moquettes:

Marques	Propriétés	Forme du fil	Pays d'Origine
Champion	100% polyster	Cut	K.S.A.
Ohio	100% polyster	Cut	K.S.A.
Hawaii	100% polyster	Cut	K.S.A.
Layla	100% polyster	Loop	K.S.A.
Frankfurt	100% polyster	Loop	K.S.A.
Mondial	100% polyster	Loop	K.S.A.
Mirage	100% polyster	Cut	K.S.A.
New Classic	100% nylon	Cut	K.S.A.
Najila	Moquette-Gazon	--	K.S.A.
Beauty	Imprimés	Cut	K.S.A.
Art	Imprimés	Cut	K.S.A.
Opera	Imprimés	Cut	K.S.A.
Party	Imprimés	Cut	K.S.A.
Random	Imprimés	Cut	K.S.A.
Santra	Moquette-Théâtre	Cut	Belgique
SPR	Underlay*	--	Grande Bretagne
Ascot	Underlay*	--	Grande Bretagne

- Les Underlay sont des sous-moquettes surtout utilisées dans les hôtels, ils donnent une plus grande souplesse sous les pas.

L'importation de l'Arabie Saoudite se fait exclusivement de Bahlas National Carpet Factory-BNCP.

* ELCO DECOR¹ spécialiste dans les revêtements des sols offre trois marques d'origine belge sur le marché libanais :

- **BALTA** dont les produits sont:
NATURA
CASA DESIGNE
SIENA
JAD
ELPASO
OMEGA
- **ITC** (Imperial tufting company) dont les produits sont:
VERSUS
SERENADE
TROPIC
APOLLO
- **CONDOR** dont les produits sont :
ANTILOPE
TWEED

¹ ELCO DECOR Sin el Fil near GGF Beirut Lebanon
Tel +961 480578 Fax: +961 483380 E-mail: elcodeco@inco.com.lb

COMO
ASTRA

N.B: Toutes les marques se vendent en rouleau de largeur 4m (linéaire).

Moquettes spéciales pour hôtels :

MALTA WILTAX 2000 d'origine belge délivrée pour les hôtels sur commande.

Ce genre de moquettes est poilus et peut se présenter sous différentes formes :

- Unies
- Feutré + graphiques
- Avec bordures
- Tissées (pour les grandes salles)

Le logo de l'hôtel peut être imprimé dessus.

Ces moquettes ont les mêmes données techniques que les autres genres de moquettes mais leur composition diffère.

Fournisseurs internationaux de moquettes :

- 1 – ARC : moquette contract
- 2 - EGE TAEPPER France s.a.r.l.
- 3 – UDIREV
- 4 - VORWERK TEPPICHWERKE GMBH & Co.KG
- 5 - Rossifloor S.P.A.

Quelques fournisseurs locaux de moquettes ou agents:

CARPETS			
<i>Location</i>	<i>Point of Sale</i>	<i>Address</i>	<i>Telephone</i>
ANTELIAS	TAPIRAMA	ANTELIAS	04403593
BADARO	TAPIRAMA	HOPITAL MILITAIRE	01383216
BEYROUTH	CARPET PLUS	NAHR	01566665
BOURJ HAMMOUD	TAPIRAMA	BOURJ HAMMOUD	01265625
HAZMIEH	CARPET PLUS	CHEVROLET	
JOUNIEH	TAPIRAMA	SARBA	09636920
JOUNIEH	TAPIS D'IRAN	JOUNIEH	09910425
MKALLES	KREATIV	MKALLES	03300469
TRIPOLI	TAPIRAMA-HOusetex	EL MINA	06441248
ZAHLE	TAPIRAMA	ZAHLE	08819300
	Jean Yamazian		

A.4 Segments de clients :

L'identification des différents de segments de clients se fait sur la base du type de produit utilisé.

Les différents types de moquettes selon le type produit:

- 1- Les moquettes formées de 80% laine et 20% nylon, surtout utilisées dans les hôtels et les grands complexes.
- 2- Les moquettes formées de 100% polyester, achetées en pièces de 4x30m, et surtout vendues pour les maisons et les bureaux.
- 3- Les moquettes formées de 40% laine et 60% nylon.
- 4- Les moquettes formées de 100% nylon (new classique), c'est le type le plus cher car considéré comme le meilleur, le fil est constitué de matières pétrolières.
- 5- L'antistatique, vendus en pièces de 50x50cm (carpet tiles), à 22\$ le mètre. Ce genre de moquette est conçu contre les chocs électriques et les incendies, et a un revers teinté d'asphalte. Ce type est surtout utilisé dans les ministères, au Liban.
- 6- Les moquettes-gazons, appelé ainsi vu qu'il peut remplacer le gazons dans les terrasses extérieures des maisons et des restaurants,... Son épaisseur varie entre 6-10-et 15mm.
- 7- Les moquettes pour théâtre, dont l'épaisseur est de 1mm. Vendus à 2.000L.L. le mètre.
- 8- Les moquettes imprimées (nouvelles) que nous mentionnerons plus loin.

N.B : L'épaisseur des moquettes varie entre 2 et 16mm.

A.5 Exigences des clients :

Pour le confort, quelle que soit la pièce, la moquette est réputée pour sa chaleur et sa douceur, elle offre également de nombreux avantages pratiques tels que :

- l'isolation phonique,
- l'isolation thermique,
- la sécurité en cas de chute,
- le confort de la marche,
- la santé, en retenant la poussière

Pour les enfants : elle offre la douceur, et en général, ce sont surtout les couleurs et les motifs qui feront la différence dans la chambre des enfants. A l'aspect ludique des dessins, s'ajoute la facilité d'entretien !

Pour les pièces humides: Aujourd'hui, il existe des moquettes dont le dossier est spécialement conçu pour résister à la vapeur et à l'humidité d'une salle de bains et d'une buanderie.

Pour les pièces au trafic intense : Le hall d'entrée, quotidiennement emprunté par tous, nécessite un revêtement solide et résistant tel que la moquette bouclée, aux boucles serrées, composée de polyamide.

Pour les garderies, les moquettes sans poils sont les plus exigées.

Pour les hôtels :

- Confort du déplacement

- Un textile mou et doux
- Facile à poser
- Velcro tape réutilisable
- Pas de substances nuisantes
- Isolation sonore
- Réduit le stress
- Sans odeur
- Conserve la qualité intérieure de l'air
- Conserve l'énergie
- Durable

A.6 Les prix

Dans le tableau ci-dessous nous allons voir les différents fils, l'épaisseur qu'ils peuvent atteindre ainsi que leurs prix:

Nature du fil	Epaisseur	Prix / m2
100% polyester	2 à 13mm	5 à 18\$
100% nylon	2 à 13mm	9 à 30\$
80% laine, 20% nylon	4 à 16mm	15 à 60\$

La nature du fil n'est jamais à 100% en laine, la laine est toujours accompagnée de nylon pour que les fils tiennent plus fort.

Le fil peut avoir deux formes de "têtes":

- le nœud (loop pile)
- le coupé (cut pile), c'est le courbé qui est rasé

Parfois la même moquette peut contenir les deux types de fils.

Ci dessous sont exposés les prix des différentes marques offertes par ELCO DECOR :²

BALTA :

Produits	Prix/m² en L.L
NATURA	36 000
CASA DESIGNE	23 000
SIENA	23 000
JAD	18 000
EL PASO	21 000
OMEGA	22 500

² le prix de la pose y est inclus

ITC:

Produits	Prix/m ² en L.L
VERSUS	22 500
SERENADE	36 000
TROPIC	22 500
APOLLO	33 000

CONDOR :

Produits	Prix/m ² en L.L
ANTILOPE	19 000
TWEED	18 000
COMO	18 000
ASTRA	10 000

Prix des moquettes spéciales pour hôtels :

Le prix de ces moquettes diffèrent selon leur composition :

Nature des moquettes	Prix/m ²
Nylon + polyamide	25\$
Pure Laine	Selon le poids et selon le nombre de points. (Vendu par moquette à 4m de largeur)

Les prix proposés par BHV-Jnah :

Nature des moquettes	Prix/m ² en L.L
Bonne qualité	30 000
A base de propylène	10 000
A base de polyester	21 000
Qualité inférieure	6 500

Les prix proposés par Wardé-Hazmieh :

Nature des moquettes	Prix/m ² en L.L
Bonne qualité	66 000
A base de propylène	26 000
BRHYTON	22 000

B. Les propositions :

Sous le terme de moquette se cache une multitude de caractéristiques différentes (fibres, structures, techniques de tissage, etc.)

Le choix de la moquette se fait en fonction du mode de son utilisation. Pour la personne qui voudrait attaquer le marché de la production et de la commercialisation des moquettes, il faut comprendre les motifs d'achat des clients et leur façon d'évaluer une moquette et de la préférer à un tapis

Voici quelques propositions en relation avec les motifs d'achat des clients :

B.1 Moquette velours

Le velours est constitué de fibres fines, très proches les unes des autres. Sa surface est douce et régulière, et son toucher, soyeux. Les moquettes velours sont parfaitement adaptées aux pièces à trafic léger ou modéré : salon, chambres, pièces situées à l'étage, etc.

Les velours se déclinent pour se faire encore plus séduisants :

- Saxony : le poil long et épais donne un aspect dense et moelleux.
- Shag : cette mèche haute donne un aspect luxueux.
- Frisé : la mèche torsadée renforce la solidité de la moquette.



B.2. Moquette bouclée :

La moquette bouclée a un toucher moins doux que celui de la moquette velours mais sa résistance en fait un **revêtement parfait pour toutes les pièces à trafic important** (à l'exception des pièces humides comme la cuisine et la salle de bains).



B.3 Moquette à relief

Essentiellement destinées aux salons et aux chambres, les moquettes à relief existent en 2 grandes catégories.

Les moquettes "Cut and Loop" sont constituées de boucles entières et de boucles coupées. Les moquettes "Tip-Sheared" sont constituées de boucles basses et de boucles hautes dont le sommet a été rasé.



B.4 Moquette aiguilletée :

D'aspect lisse ou côtelé la moquette aiguilletée répond plus à un besoin fonctionnel que décoratif. Sans offrir autant de confort que les autres types de moquettes, elle offre un bon rapport solidité/prix.

B.5 Moquette à fibres végétales :

Ce type de revêtement est de plus en plus recherché, notamment pour son aspect décoratif. Différentes plantes peuvent être utilisées comme le coton, le coco ou le sisal. Très solides et résistantes, ces moquettes écologiques ont cependant une surface dure et rugueuse. Mais ce type de fibre ne convient pas pour les pièces humides.

B.6 Les dalles de moquettes :

Les dalles de moquettes se présentent sous de nombreuses qualités, couleurs et motifs. Elles offrent également beaucoup d'avantages :

- simples et rapides à poser soi-même,
- pratiques à remplacer en cas de tache,
- économiques : leur présentation en boîte de 1 m² limite les chutes,
- esthétiques : la gamme permet la réalisation d'un décor personnalisé,
- résistantes, elle assure confort et isolation phonique,
- d'un excellent rapport qualité/prix.

C. Commentaires les normes et standards internationaux :

L'I.C.C.O. (International Carpet Classification Organization) regroupe dans divers pays, des organismes attribuant les classifications aux moquettes et aux tapis sur la base de 14 tests approfondis en laboratoire.

Voici les correspondances que vous pouvez rencontrer:

TD : Moquettes, tapis décoratifs n'ayant pas été soumis à tous les tests d'usure prévus

T2 : Usage domestique modéré ou usage professionnel léger

T3 : Usage domestique régulier ou professionnel modéré

T4 : Usage domestique intensif ou usage professionnel régulier

T5 : Usage professionnel intensif

L'U.P.E.C. indiquent d'autres propriétés:

L'usage, symbolisé par la lettre " U ", affectée d'un indice 1, 2, 2S, 3 ou 4

Le poinçonnement symbolisé par la lettre " P " qui est affectée d'un indice allant de 1 à 3

Le " E " (eau) caractérise la résistance à la présence d'eau

Le " C " (produits chimiques) évalue la sensibilité aux substances chimiques

En général, les revêtements de sols destinés à une maison individuelle portent un indice U2SP2.

La classification au feu se mesure elle aussi :

M5 = très facilement inflammable,

M4 = facilement inflammable,

M3 = moyennement inflammable,

M2 = difficilement inflammable,

M1 = non inflammable,

M0 = incombustible

Classification Woolmark

L'IWS (International Wool Secretariat) exige le respect de nombreuses conditions avant d'attribuer le label Woolmark. Ainsi seule pourra être utilisée la pure laine vierge (n'ayant jamais servi auparavant) ayant été lavée, traitée et comportant moins de 1,5 % d'éléments gras. De plus, pour ces tapis un minimum de 915 g de pure laine vierge/m² est exigé.



En fonction de ces critères, et bien d'autres, l'IWS détermine la classification ci-après.

Velours pur laine vierge D - usage décoratif

Velours pur laine vierge 2 étoiles - usage domestique léger

Velours pur laine vierge 3 étoiles - usage domestique moyen

Velours pur laine vierge 4 étoiles - usage domestique important

Velours pur laine vierge 5 étoiles - usage professionnel intensif

Wools of New Zealand

Logo Wools of New Zealand rugs



Ce logo est le symbole d'un produit naturel. Il n'est attribué qu'aux produits ayant subi des tests rigoureux (tels la résistance à l'usure, la solidité des coloris à la lumière, le changement d'aspect et bien d'autres encore) et répondant aux plus hautes normes de qualité. La laine de Nouvelle Zélande est solide, elle retarde la propagation des flammes, résiste à la salissure et garde son gonflant. Parce qu'elle est naturellement blanche, la laine de Nouvelle Zélande peut être teinte dans de multiples coloris.

D. Elaboration de la politique marketing :

D.1. Le choix du produit Mix :

Il faut distinguer 3 familles de moquettes :

- Les laines,
- Les synthétiques,
- Les mélangées.

Les laines : La laine de Nouvelle-Zélande a la réputation d'être la plus propre et la plus blanche au monde, ce qui permet de la teindre dans une multitude de coloris différents. Le nuancier Decorwool va ainsi des teintes naturelles classiques comme le ton crème et taupe aux nuances acidulées comme le citron et l'orange en passant par le bleu profond et le gris pierre et toute autre déclinaison de couleur.

Les synthétiques : Les moquettes synthétiques sont souvent utilisées dans des lieux de passage intensif, tels que bureaux, salles d'attente, lieux publics. Leur coût d'achat, de pose et d'utilisation en font un produit qui est facile à changer aussi fréquemment que voulu. La résistance à l'usure fait des moquettes synthétiques un argument de poids dans le choix de celles-ci.

Les mélangées : Ce choix serait judicieux pour l'installation d'une moquette dans un lieu d'habitation intensif.

D.2 le choix et la fixation des prix :

Le prix de vente concerne les différents produits proposés dans le paragraphe précédent. A condition de respecter une différence de prix inférieure de 15% à celle des produits importés.

Il faut que les prix soient au moins pareils à ceux des produits importés (surtout que 100% des moquettes sont importées) mais nous proposons dans ce cas que l'usine de fabrication de moquettes au Liban propose à ces clients (qu'ils soient des clients finaux ou des clients intermédiaires) des prix inférieurs aux prix des marques étrangères. Notre proposition est justifiée par les points suivants :

- La disponibilité d'un marché assez consistant.
- Un prix de revient assez compétitif dû aux éléments suivants :
 - La concentration de la clientèle dans une superficie de 10452 Km² (ce qui veut dire que les coûts de distribution, de logistique et de vente sont relativement faible par rapport aux coûts des produits étrangers)
 - Une distribution locale directe : de l'usine directement aux clients libanais
 - Une main d'œuvre locale pas chère.
 - Une localisation (Emplacement de l'usine dans une zone industrielle spécifique qui offre une infrastructure convenable à des prix assez bas, c'est à dire des tarifs spéciaux)
 - Une aide financière (ou bien une subvention) de la part du gouvernement relative à son plan économique qui consiste à encourager l'industrie libanaise.
 - La vente en quantité pour les hôpitaux gouvernementaux et les hôpitaux militaires, ce qui va générer des économies d'échelles au niveau des efforts promotionnels, publicitaires, d'approvisionnement, de production et au niveau de l'effort administratif.
 - L'utilisation de machines non sophistiquées avec un degré de dépendance assez grand sur une main d'œuvre compétente.
 - Le besoin d'avoir une place sur le marché en premier temps.
 - Le besoin de créer un segment de client fidèle et régulier
 - Le besoin de développer un Chiffre d'affaire qui permettra en deuxième temps d'accroître les capacités financières de l'usine libanaise
 - S'identifier sur le marché comme une usine qui assure à sa clientèle locale un très bon rapport qualité / prix

D.3 Le choix d'une politique promotionnelle adéquate :

Comme nous l'avons mentionné dans les pages précédentes la nouvelle usine a besoin de développer une part de marché, assez convenable pour réussir son entrée sur le marché, de 10% au moins du total du marché des moquettes au Liban. Pour cela, il faut que l'équipe de vente contacte directement et personnellement les responsables des achats.

Dans ce cadre même, il faut qu'elle offre une quantité de moquettes gratuite, en premier temps pour encourager et pour démontrer aux clients libanais la valeur du produit en question.

En deuxième temps, et cela lorsque les clients commencent à placer leurs commandes, qu'elle offre aux clients une quantité de moquettes gratuites (cette quantité varie selon le volume de la commande placée par le client lui-même)

D.4 Le choix de la mise en place :

La mise en place dans ce cas, dépend du choix :

- De la stratégie de distribution choisie
- Du canal de distribution sélectionné

Pour cela, nous proposons :

Une stratégie de distribution répartie dans le temps. C'est à dire :

- En premier temps, il faut qu'elle soit sélective. Cette stratégie consiste à sélectionner un segment de client qui remplit les conditions suivantes.
 - Volumineux
 - Accessible
 - Profitable
 - Mesurable

4. Matières premières et fournitures d'atelier

E. Besoins en matières premières et des fournitures :

Matières premières moquettes :

La qualité d'usage d'une moquette dépend de la fibre qui compose son velours, du serrage des points, et de la façon dont elle est mise en oeuvre, c'est à dire posée.

Les fibres :

- **La laine** :est la fibre la plus anciennement utilisée pour la fabrication de moquettes. C'est une matière résistante, qui se teint bien et conserve mieux que les fibres synthétiques sa fraîcheur de couleurs à travers le temps.

L'origine des laines : Nouvelle Zélande

- **Les fibres synthétiques** : Comprennent de nombreux types différents et leur évolution est permanente pour accroître leur facilité et leur sélectivité d'absorption des colorants, leur donner des touches plus ou moins doux, les doter de canaux médullaires qui, en diffractant la lumière, rendent moins apparente la salissure superficielle, les combiner à des filaments conducteurs pour les rendre moins accumulatrices d'électricité statique.

- **Le polyamide** : la fibre la plus connue et la plus utilisée dans la production de moquette a surtout été choisie en raison de ses grandes qualités de résistance à l'abrasion (3,5 fois plus que la laine. En revanche elle a une moindre résilience et nécessite un serrage plus fort pour ne pas trop s'écraser ou d'être traitée en fils retordus et souples ne cherchant pas à donner un aspect de velours lisse. La poussière y adhère facilement mais elle se nettoie bien.

- **La fibre acrylique** : présente de bonnes qualités de résilience, c'est à dire qu'elle se redresse aisément après avoir été écrasée par un poids, mais elle est moins résistante et son utilisation diminue.

- **Le polypropylène** : Utilisé longtemps comme une fibre bon marché servant à produire des tapis et des moquettes de premier prix, a développé, des fibres plus sophistiquées permettant la réalisation de produits de qualité avec une bonne solidité de coloris .

- **Les fibres végétales** : utilisées dans la fabrication des tapis, puis vendues en rouleaux pour le revêtement des sols sont : le coton, la fibre de coco, le sisal et plus récemment les fibres de la famille des joncs de mer . Ces produits ne répondent pas à la définition de moquettes étant des tapis plats sans "poils debout au dossier", selon la définition ISO. Ces revêtements textiles n'étant pas des produits de bâtiment ne bénéficient d'aucune certification de qualité. Leur usage, satisfaisant avec quelques précautions de protection contre certaines salissures, correspond à des types de décoration rustiques ou "zen", en vogue actuellement, qui justifient leur mention dans cette rubrique.

F. Les coûts d'approvisionnement (achat, transport et stockage)

Moquettes :³

Cordages Polyamide 3 torons	
Cordage polyamide TN 3 torons 6 mm	0.30 euro / mètre [Polyamide6]
Cordage polyamide TN blanc 3 torons 8 mm	0.50 euro / mètre [Polyamide8]
Cordage polyamide TN 3 torons 10 mm	0.70 euro / mètre [Polyamide10]
Cordage polyamide TN 3 torons 12 mm	1 euro / mètre [Polyamide12]
Cordage polyamide TN 3 torons 14 mm	1.30 euro / mètre [Polyamide14]
Cordage polyamide TN 3 torons 16 mm	1.60 euro / mètre [Polyamide16]
Cordage polyamide TN 3 torons 18 mm	1.80 euro / mètre [Polyamide18]

Cordages Polyester 3 torons	
Cordage polyester noir 3 torons 16 mm	2.50 euro / mètre [Polyester16]
Cordage polyester noir 3 torons 18 mm	3 euro / mètre [Polyester18]
Cordage polyester noir 3 torons 20 mm	3.80 euro / mètre [Polyester20]
Tresse polyester creuse Flat line blanche 12 mm	1.50 euro / mètre [FLAT12]
Tresse polyester creuse Flat line blanche 14 mm	1.80 euro / mètre [FLAT14]

Cordages Polypro bleu	
Cordage polypropylène bleu 6 mm	0.20 euro / mètre [Polypro6]
Cordage polypropylène bleu 8 mm	0.30 euro / mètre [Polypro8]
Cordage polypropylène bleu 10 mm	0.40 euro / mètre [Polypro10]
Cordage polypropylène bleu 12 mm	0.50 euro / mètre [Polypro12]
Cordage polypropylène bleu 14 mm	0.60 euro / mètre [Polypro14]
Cordage polypropylène bleu 16 mm	0.80 euro / mètre [Polypro16]

³ Référence : <http://www.accastillage-inox.com/index.htm>

5. Localisation, Site et Environnement

G. Etude de localisation :



Le choix de la localisation doit respecter les points suivants :

1. Les réglementations de la zone c'est à dire le type de zone (industriels, Textiles, Agroalimentaire, etc..)
2. Le type d'infrastructure existant (Electricité, Système de déversement des déchets chimiques et autres, Eau, téléphone, réseau routier)
3. L'accès aux marchés et la distance à parcourir pour atteindre le marché final
4. L'accès et la distance qui nous sépare de nos sources d'approvisionnements.
5. Les coûts et les frais de l'utilisation des réseaux routiers, des systèmes de télécommunication (Cellulaire et autres), de l'électricité et du service commun de la zone industrielle (illumination, sécurité et protection etc..)
6. La facilité d'obtention des permis et des brevets (selon les lois et les réglementations)
7. Le coût total investi dans l'implantation et le choix de la localisation

Dans notre proposition, choix du local convenable, nous avons à titre d'exemple choisi les zones industrielles les plus proches de Beyrouth (surtout que Beyrouth représente 45 à 55 % du marché libanais) L'étude de la localisation représente pour nous une définition claire de la *localité* et du *site* approprié pour la réalisation du projet objet de notre étude.

Le projet de construction, d'installation et d'exploitation d'une usine de fabrication de moquettes a fait l'objet d'une évaluation approfondie de l'impact qu'il aurait sur l'environnement social et économique de la région.

Nous avons suivi la démarche traditionnelle en matière de localisation de projets industriels, celle qui est essentiellement axée sur la proximité des matières premières (ou de l'accès à la matière première) et du marché, principalement dans le but de réduire le plus possible les frais de transport.



Nous avons suivi cette étape par l'étude de faisabilité, en prenant en considération non seulement les facteurs techniques, commerciaux ou financiers, mais aussi l'impact social et environnemental que peut comporter un tel projet.

Les conditions ou les critères de choix

- L'infrastructure existante : La plupart des sites d'implantation présentées offrent à l'industriel libanais l'infrastructure convenable du point de vue :

- a. Electricité : monophasée et triphasée, etc..
- b. Système de déversement des déchets industriels contrôlé
- c. Accès aux réseaux routiers
- d. Emplacement loin des zones résidentielles, conformes aux lois et réglementations des municipalités locales
- e. Systèmes d'irrigation (eau potable, et d'utilisation industrielle)
- f. Service commun de sécurité et de contrôle administratif du site industriel
- g. Tarif spécial pour toutes les charges (taxes et impôts, électricité et autres)

- Le prix du mètre carré varie entre 1,5 \$ (à la Bekaa) et 45 \$ (Metn) dans ce cas le coût d'achat du terrain ne doit pas dépasser les 70,000\$

- La superficie doit être convenable aux volumes des investissements prévus pour un local adéquat et ne doit pas être inférieure à 2000 m²

A titre d'exemple, dans les différentes régions de la Bekaa le prix du mètre carré est le moins cher. Ces régions comportent par ailleurs les avantages suivants :

Zone industrielle Bekaa Sud:

- Machghara: 20\$/m²
- Kob Elias: 4 à 6\$/m²
- Taanayel: 10 à 20\$/m²

Zone industrielle Bekaa Nord:

- Baalbek: 15 à 20 \$ (cadastrée)
- El Qaa' et Hermel: 1.5 à 3 \$ (non cadastrée, à acheter plus que 100.000 m²)
- Majdaloun, Doures et Baalbek: 3 à 5 \$ (non cadastrée, à acheter plus que 100.000 m²)

N.B: Ces prix sont bas pour encourager le secteur industriel dans la région de la Bekaa.

Zone industrielle de Zahlé:

Avantages:

2. Loin de Beyrouth de 45 km
3. Au cas où l'autoroute arabe serait ouverte, le trajet prend seulement 25 minutes de Beyrouth
4. Importations, Exportations et Transitent deviennent moins coûteux vers les différents pays arabes.
5. Le m² dans la zone industrielle de Zahlé coûte:
 - 30 à 60 \$ pour les zones enregistrées en 1000m²
 - 15 à 20 \$ pour les zones non enregistrées

En général, la plupart des zones industrielles au Liban offrent les avantages suivants :

1- Electricité : Il y a uniquement de la moyenne tension au Liban mais la haute tension peut être faite pour les très grandes industries.

Les industries utilisant moins que 250 KVA sont de petites usines.

Les industries utilisant plus que 250 KVA sont de grandes usines.

- Pour les industries utilisant moins que 250 KVA, 1 KW coûte 130 L.L
Alors que les commerçants et les ménages payent 140 L.L/KW
- Pour les industries utilisant plus que 250 KVA, le coût dépend des heures de pointes:
 1. En hiver, les heures de pointes (4h30 à 8h30 pm), chaque 1 KW coûte 320 L.L
 2. En été, les heures de pointes (7h30 à 10h30 pm), chaque 1 KW coûte 320 L.L
 3. Pour les autres heures normales du matin, chaque KW coûte 112 L.L et les heures normales du soir coûtent 80 L.L

2- Produits Pétroliers: (actuellement)

Mazout: 0.25\$/L

Gazoline: 0.55\$/L

3- Eau:

On paye un abonnement de 245.000L.L/an (comme tous les ménages)

4- Télécoms: (prix à partir du 1^{er} juillet 2003)

- Appels locaux: 49L.L/min et 24.5L.L/min (=50%) à partir de 10h pm
- Europe: 1.100L.L/min (pour tous les pays), et 900L.L/min après 10h pm
L'installation de la ligne fixe coûte 212.000L.L (il était à 490.000L.L)
L'abonnement chaque 3 mois coûte 67.000L.L
- Mobile: téléphone fixe vers mobile: 197 L.L/min
Mobile vers téléphone fixe: 0.133\$ + 10L.L
Libancell à Libancell: 0.133\$
Libancell à Cellis: 0.133\$ + 10L.L
Abonnement mensuel: 25\$
- Internet: On peut avoir une ligne uniquement pour l'internet. Le prix de la ligne (installation) coûte 50.000L.L
25h/mois: 19.000L.L
30h à 40h/mois: 33.000L.L
Sans limite / mois: 250.000L.L

H. Choix définitif de la localisation et infrastructure :

Le classement de ce produit dépend de la capacité des machines utilisées à la fabrication des moquettes on peut localiser cette usine à Neeme , zone G,O,T et OT

Capacité < 25kw classe 5

Capacité 25-100kw classe 4

Capacité > 100kw classe 3

I. Environnement socio-économique

Les sites industriels proposés dans notre rapport sont localisés dans des régions où la main d'œuvre est disponible en quantité (qualifiée et non-qualifiée) et d'un niveau social moyen. Les gens sont prêts à travailler dans les usines, surtout si ce travail assure pour eux une stabilité financière et économique. Sans oublier, la situation économique du pays et le manque de travail (à noter le cas des entreprises qui tombent en faillite)

Le problème économique du pays favorise l'implantation des usines nouvelles surtout dans les zones rurales, et elles sont encouragées par les pouvoirs publics et communautaires

Les zones industrielles proposées sont à une distance maximale de 90 kilomètres de Beyrouth (le centre du marché libanais)

Le marché des Moquettes est dans sa majorité formé d'hôpitaux et de pharmacies, et la plupart d'entre eux, sont localisés dans les grandes villes et à Beyrouth principalement, ce qui forme une zone de chalandise de 40 kilomètres de rayon.

J. Démarche officielle pour l'implantation dans cette zone :

D'après les lois et les réglementations au Liban, pour pouvoir recevoir un permis d'exploitation il faudrait assurer les documents suivants :

J.1 Ministère de l'Industrie :

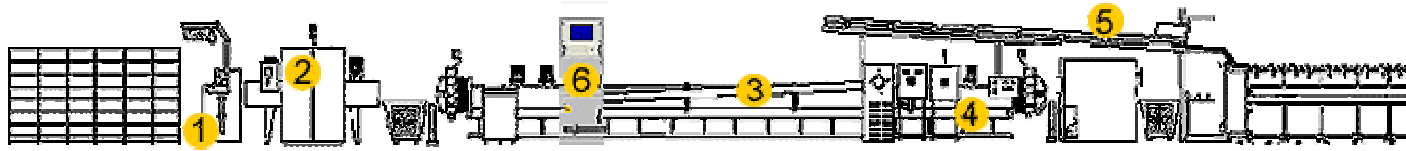
(Voir Annexe III)

- copie de la carte d'identité ou de l'extrait civil (pour les Libanais)
- permis de travail pour les étrangers
- procès verbal du statut de l'entreprise
- attestation de planification du réseau routier (qui date depuis trois mois au maximum)
- contrat de location ou titre de propriété
- attestation municipale et financière déclarant les paiements des taxes et des impôts
- reçus et avis de paiement (de la part du ministère des finances et de la municipalité)
- Carte géographique échelle 1/500 et 1/2000 démontrant les limites et les quatre cotés qui entourent le local de l'usine (proposé) pour une distance de 1 km au minimum (dans laquelle figurent les locaux des écoles, hôpitaux, bâtiments publics et autres,...)
- Carte à l'échelle 1/2000 concernant les détails internes de l'usine et les terrains qui sont annexés.
- Etudes concernant le volume des matières premières utilisées.
- Etudes générales décrivant les quantités des déchets générés, et le système de filtrage et de déversement pratiqué pour s'en débarrasser, etc...
- Les frais d'investigation : 400,000 L.L
- Les frais des timbres : 750,000 L.L

6. Ingénierie et Technologie

K. Choix des machines et du matériel

(Voir annexe IV)



- 1- DAV/2S : Tête de dépose à vis
- 2- HEP : Turbo pré vaporisation
- 3- TVP/2S : Tunnel de thermofixation
- 4- TCC : Refroidissement turbo
- 5- MAT/2S : Accumulateur de fils
- 6- ARG/M : Régulation informatisée

L. Estimations des coûts des machines :

Voir annexe étude financière Tableau X

7. Organisation :

M. Définition des Fonctions Principales

M.1 La fonction de la direction générale :

La direction générale a en charge et est garante de la pérennité de l'entreprise. Elle a pour mission de : rechercher, concevoir, choisir, définir, conduire la politique générale à court, moyen et long termes. Elle doit à ce titre, tout mettre en œuvre pour garantir :

- A la société une croissance rentable (définie par des objectifs chiffrés) Et le renforcement de son image et de sa position sur le marché
- Au personnel : Une rémunération conforme aux pratiques de la profession. Des conditions de travail reconnues satisfaisantes. Des possibilités d'évolution de carrière
- aux actionnaires la juste rémunération des capitaux investis
- Aux clients : une satisfaction durable des besoins par une qualité irréprochable des produits et des services, dans le respect des délais annoncés
- A son environnement : le respect de l'ensemble des contraintes légales, fiscales, civiques et écologiques
- Au conseil d'administration : un compte rendu fidèle : de la situation (bilan), de l'exploitation (compte de résultat), et des prévisions

La direction générale est responsable de la situation comme de l'exploitation, du bilan financier comme du bilan social, de la qualité totale de l'entreprise. Elle a un rôle de pivot

dans l'organisation, d'anticipation, de supervision et de contrôle. Ce rôle sera joué par le propriétaire directeur de l'entreprise assisté par une secrétaire.

La secrétaire :

Sa mission est d'assurer le secrétariat d'un ou de plusieurs cadres de l'entreprise, rendre compte au responsable de la fonction dont il dépend. Les attributions de la secrétaire sont les suivantes:

- Recevoir, filtrer, et transmettre les appels téléphoniques et répondre à des questions simples que lui posent les interlocuteurs
- rédiger le courrier sur directives générales
- maîtriser les outils bureautiques(traitement de texte, tableurs...)
- Constituer, mettre à jour classer et archiver les dossiers

M.2. Département de production :

Ce département a pour fonction

- Décider des technologies nouvelles à mettre en œuvre par la société

- Décider des traitements :

- en négoce
- en sous-traitance
- en production propre, des produits commercialisés par la société

- Valider les budgets de production et des services techniques fonctionnels. S'informer des réalisations par le responsable industriel.

Ce département sera en charge de préciser le type de technologies nouvelles à mettre en œuvre, d'analyser les valeurs réalisées par la société. Changements et adaptation du processus de fabrication, les normes de coût de revient, niveau de stock nécessaire à la production, budget de production, et budget des services techniques fonctionnels.

Ce département sera la responsabilité d'un ingénieur assisté par deux techniciens et 3 mains-d'œuvre qualifiées.

M.3. Département d'approvisionnement et stock :

En ce qui concerne la gestion de stock, ce département doit :

- Rassembler et analyser les statistiques pour optimiser le choix (statistiques de vente, de consommation, analyse ABC des stocks)
- Définir les notions de stock de sécurité, stock minimum, point de commande...
- Organiser les inventaires annuels, périodiques ou permanents
- Effectuer divers analyse sur les stocks. (obsolète, dormant, calcul de taux de rotation)

En ce qui concerne la gestion des achats :

- organiser et superviser la gestion administrative des achats, de la passation des commandes a la mise a disposition pour les services utilisateurs :
 - Passer les commandes fournisseurs et contrôler la validité des informations y figurant.
 - Etre responsable de la réception et du contrôle des livraisons.
 - Vérifier la conformité des factures fournisseurs.
 - Etablir les différents documents et formulaires nécessaires en cas d'importation
- Mener les négociations avec les fournisseurs.

- Rechercher et sélectionner les fournisseurs capables de satisfaire les conditions de prix, de qualité et de délai d'approvisionnement, effectué des appels d'offre et analyser les propositions.

Ce département sera la responsabilité du directeur général assisté par un directeur de stock ou de magasin.

M.4. Département de contrôle de qualité :

Ce département nécessite un chef de département spécialisée dans la qualité totale, il serait assiste par un subordonné. La mission de ce département est d'être le gérant de la politique de qualité de l'entreprise et de s'assurer que cette politique est comprise, mise en œuvre et entretenue à tous les niveaux de l'organisation. Il doit animer la démarche d'assurance qualité au sein de l'entreprise et d'assurer l'application du système qualité et de conduire les audits qualités interne

A pour fonction d'être l'interlocuteur privilégié des clients pour tout problème relatif à la qualité. Il doit s'assurer que le plan de formation de l'entreprise satisfait à l'ensemble des besoins de tout le personnel ayant une incidence sur la qualité.

Le système qualité doit comprendre :

- la préparation de procédures et instructions documentées relatives au système qualité en conformité avec les exigences de l'assurance qualité
- la mise en œuvre effective des procédures et instructions documentées relatives au système qualité

Ce département doit tenir à jour l'enregistrement relatif à la qualité pour démontrer que la qualité requise est obtenue et que le système qualité fonctionne efficacement. Et ceci en relation avec les organismes certificateur (IRI, ISO 9000, EFQM)

Ce département sera géré par l'ingénieur directeur de la production

M.5. Département ressources humaines :

Ce département intervient dans tout ce qui concerne :

- les embauches
- les mutations
- les promotions
- les licenciements
- les sanctions disciplinaires

Pour cela il doit :

- Assurer le recrutement du personnel de l'entreprise en liaison avec les différents responsables ou les sous traiter à un organisme spécialisée
- Veiller à l'adéquation permanente des compétences existantes avec les besoins a coirs et long terme de l'entreprise
- Etudier et proposer des systèmes de renumérotation et préparer éventuellement les négociations salariales ajustements des salaires, des avantages sociaux, primes.)
- Assurer l'intégration des nouveaux entrant dans l'entreprise.
- Etre responsable de l'amélioration des conditions de travail de l'entreprise.

Ce département sera la responsabilité du Directeur Général

M.6. Département de la comptabilité :

Il est responsable de la tenue de la comptabilité :

- comptabilité générale
 - comptabilité clients
 - comptabilité fournisseur
 - comptabilité banque
- Il est de même responsable d'établir les bilans et les comptes de résultats de la société
 - Veiller à leur conformité et aux exigences légales
 - Etablir l'ensemble des déclarations comptables, fiscales, sociales ou à caractère économique demandé à la société
 - Etre responsable de l'inventaire

M.7.Département Marketing et vente :

Il est responsable de :

- La mise en œuvre du Marketing- Mix de la société tel qu'il a été défini en collaboration avec la direction générale.
- Participer à la conception des nouveaux produits. Etre responsable du lancement des nouveaux produits sur le plan commercial.
- Concevoir la politique de communication globale de l'entreprise selon les axes définis et en collaboration avec la direction générale
- Valider le budget de publicité propose par la fonction marketing
- Organiser les campagnes promotionnelles
- l'application de la politique de vente inclut :
 - les prévisions de vente
 - la fixation des objectifs de la force de vente, son animation et sa coordination
 - la rédaction de toute note d'information jugée utile
 - le suivi des résultats
 - Le suivi des frais commerciaux et l'optimisation des marges.
 - Elaborer les offres correspondantes a des campagnes promotionnelles spéciales et les transmettre à la force de vente.
 - Entretenir des contrats avec les clients et les prospects importants et intervenir dans la négociation des contrats importants.
 - Gérer le portefeuille des clients directs. Etablir et communiquer à la direction générale le calendrier de ses principales visite.

N. Coûts de l'effectif humain :

Voir étude financière tableau no. XII

8. Planification des opérations et établissement du budget

O. Objectifs stratégiques :

Le but de cette partie est de présenter à l'investisseur les possibilités financières qui peuvent s'offrir à lui et cela pour la période allant de 1 à 10 ans. Dans ce cas nous avons tout

simplement travaillé le budget (revoir l'étude financière dans la partie suivante) qui traite le cas d'une seule gamme de produit:

1. La réalisation d'un chiffre d'affaires convenable, c'est à dire qui permet la couverture de l'ensemble des investissements et par la suite générer des fonds pour le réinvestissement futur. Ce chiffre dépend de plusieurs facteurs :
 - La part de marché future occupée par notre entreprise doit être d'après notre raisonnement à 15% du marché total calculé dans notre étude de marché
 - Le chiffre d'affaires réalisé
 - L'ensemble des coûts à verser pour la réalisation du projet
 - L'effort de marketing
 - Le coût des machines et des locaux.
 - Les frais divers et autres (fixes et variables)
 - Les salaires des employés et les bénéficiaires
 - Economies d'échelle
2. De se positionner sur le marché local et par la suite sur le marché régional
3. De survivre sur le marché mondial
4. De développer le produit Mix de l'usine. C'est à dire d'ajouter d'autres gammes de moquettes.

P. Etapes de la mise en œuvre du projet :

La première année sera consacrée à l'achat du terrain, à la construction de l'usine, à l'achat et à l'installation des machines et des équipements.

P.1 L'achat du terrain : consulter le tableau qui correspond à ce détail dans le tableau No. 2. Le prix de ce terrain sera réglé en deux versements :

- 50% du prix total du terrain la première année (année T₀)
- 50% du prix total du terrain la deuxième année (année T₁)

P.2 Pour la construction : Elle se fait à partir de la deuxième année. Le coût de la construction sera versé durant la deuxième année et la troisième année comme suit :

- 50 % la deuxième année du projet (année T₁)
- 50 % la troisième année du projet (année T₂)

P.3 Pour l'équipement du projet : L'achat de l'équipement aura lieu durant la deuxième année (T₁) et la troisième année (t₂) et le paiement du coût de l'équipement se fera comme suit :

- 50 % la deuxième année du projet (année T₁)
- 50 % la troisième année du projet (année T₂)

P.4 Les autres dépenses d'investissement : Se dérouleront durant la deuxième année seulement (elles consistent en l'obtention des permis et des brevets d'exploitation, ainsi que les frais des dossiers auprès des ministères.

- 100% durant l'année (T₁)

9. Etude financière et évaluation préalable de l'investissement :

Q. Revoir l'étude financière relative à ce sujet