

Est- il intéressant d'implanter votre affaire dans les "Canyonim" (centres commerciaux) en Israël?

Généralisation du modèle Américain, les centres commerciaux à la périphérie des villes a fortement augmenté en Israël jusqu' à représenter 150 entités au début de l'année 2002, comme le précise la société BDI (business Data Israël).

Ces centres sont à la fois une place de commerce et de promenade de plus en plus appréciée et fréquentée par les Israéliens d'autant plus que la sécurité y est très bien assurée. L'étude menée par le cabinet d'audit de Tsion consultants et confortée par l'analyse d' Esther Amar, diplômée de l'ESSEC-France et consultante au Ministère de l'industrie et du commerce israélien, considère que ces formes d'implantation représentent le commerce d'aujourd'hui et d'avenir par leur attractivité, leur praticabilité et le nouveau mode de vie à l'américaine qu'elles induisent. Cependant cette popularité a un revers : elle freine sensiblement le trafic commercial de centre ville, déjà affecté par une circulation et un parking difficile.

Typologie

Les "Canyonim" se partagent en trois catégories :

- le centre commercial régional desservant au minimum 80,000 citoyens et dont la superficie est au moins de 25,000 m. Le plus vaste de cette catégorie est le "Grand Canyon" de Haïfa avec 38,000 m de surface).
- le "Canyon" de ville desservant près de 60,000 habitants avec une superficie maximale de 25,000 m.
- le "Canyon" de quartier desservant entre 10,000 et 40,000 citoyens avec une superficie maximale de 10,000 m.

Quels types de commerces trouvent-on dans les "Canyonim " régionaux et urbains?

- des commerces de grande distribution appartenant à des réseaux nationaux portant enseigne de supermarché et de magasins de Bricolage très connus comme la Coop ou Home Center. Ils sont accompagnés de magasins de décoration, de centres de Fitness, Bowlings et cinémas et couvrent une surface d' au moins mille mètres carrés occupant 30% à 50% de l'ensemble du Canyon .
- Les magasins de mode, à plus petite échelle et couvrant près de 40% de la surface globale du Canyon.
- les magasins pour la maison avec trousseaux et décoration, les centerfarm, les "stations photos".
- des chaînes de restauration rapide en pleine expansion. Par exemple tout un étage du Canyon Malkha de Jérusalem est occupé par une grande diversité de "Fast food " centrés autour d'une surface équipée de tables et de chaises communes à tous.

- Des Cafés et restaurants qui se dispersent dans les différents étages du Canyon, chacun avec leur spécialité.

Comment s'implanter dans un Canyon ?

Il faut d'abord comprendre le fonctionnement interne d'un Canyon israélien. Deux acteurs principaux sont responsables de son fonctionnement: le propriétaire et la société de Gestion du Canyon. Les domaines d'action de cette dernière sont la sécurité et l'entretien, la publicité et promotion des ventes, la collecte des loyers et la gestion générale.

Par conséquent, il est clair que tout commerçant désireux de s'implanter dans un Canyon doit contacter en premier lieu la société de gestion du Canyon afin de connaître les conditions générales d'implantation.

Quelles sont ces conditions?

La location

La durée de location varie de façon standard entre 1 à 3 ans pour les petits commerces et de 1 à 10 ans pour les chaînes de magasins.

Le commerçant reçoit le local vide avec des murs en béton. La rénovation est à sa charge selon son activité. La société de gestion peut fixer certaines conditions concernant la rénovation de l'endroit afin de le faire correspondre au niveau de standing existant.

Les prix de locations et les frais de gestion pratiques

Trois types d'évaluation des frais de location sont couramment appliqués dans les Canyonim:

- un pourcentage du CA mensuel
- un tarif en \$ au mètre carré
- un pourcentage du CA mensuel ou un tarif en \$ au mètre carré, le plus élevé des deux.

Le montant des loyers est propre à chaque commerce, négociable entre les parties et dépendent des critères suivant:

1. La notoriété de la marque commerciale locataire est un facteur de baisse du loyer car la direction du Canyon est très intéressée de la compter parmi les commerces

2. La superficie du local permet de baisser le tarif du loyer au mètre ou le pourcentage du CA plus elle sera importante. A l'inverse les magasins occupant une petite surface paieront un prix au mètre plus important.

3. **le type de commerce ou la branche d'activité** est également un facteur déterminant. Le tarif au mètre est plus élevé pour les fast food que pour les magasins de vêtements.
4. La localisation du magasin au sein du Canyon peut faire varier le prix des loyers.
5. La ville où est implanté le canyon influe sur le niveau des loyers.
6. La popularité et l'ancienneté du canyon fixent les prix à la hausse.

Quant aux frais de gestion, le tarif au mètre carré se situe entre 4 \$ et 50\$.

Tableau récapitulatif des loyers et frais de gestion selon le type de commerce.

Type de commerce	Tarif/mètre (\$)	Pourcentage de CA	Frais de gestion /mètre en (\$)
Représentant d'une chaîne de commerce	10-20	3%-2%	6-4
Magasins du type Bricodecor	20-10	4%-3%	6-4
Cinémas	20-10	14%-10%	6-4
Magasins de mode	70-30	8%-5%	14-8
Magasins divers	70-30	8%-7%	14-8
Magasins d'électroménagers	70-30	2%	14-8
Restauration rapide	80-60	10%-5%	28-20
Cafés et restaurants	50-30	8%-6%	20-16
Kiosques	90-80	Selon la branche	50

D'après ces informations il est aisé de constater le suivi auquel sont tenus les commerçants à la fin de chaque mois par rapport exact concernant leurs ventes. Ces résultats permettent à la direction d'évaluer la rentabilité et la croissance de chaque commerce afin de lui accorder ou non la prolongation du contrat de location.

Des études ont établi les chiffres suivants :

Le coût du loyer représente en moyenne, tous types d'affaires confondus, près de 8% du CA. Dans les magasins de mode, il s'évalue à 12% du Ca hors frais de gestion et dans les magasins d'électroménager à 5%. Ces proportions augmentent de 3% à 4% après le supplément des frais de gestion.

Il a été calculé que le bénéfice brut d'un commerce implanté dans un Canyon doit être au minimum le triple de son loyer pour qu'il ait des chances de subsister.

Au total cette étude permet de mesurer l'engouement des Israéliens pour ces centres de commerce à l'anglo-saxonne que sont les Canyonim. Cela correspond à leur mentalité d'une part et présente des atouts de facilité d'achat et d'attractivité des vitrines réels. Cette option mérite d'être étudiée par les entrepreneurs français pour une introduction réussie sur le marché Israélien.

Pour tout renseignement sur la création d'entreprises en Israël, contacter Esther Amar .email : tsioncslt@bezeqint.net ou 00-972-2-58-61-239

Services subventionnés à 87% pour des Olim de moins de 10 ans.

Esther Amar

Diplômée de l'ESSEC

Consultante agréée du ministère de l'industrie et du commerce Israélien.