

Si l'on compare l'évolution de certains biens de grande consommation auprès du public israélien, on constate que le marché de la chaussure offre des particularités intéressantes.

D'abord parce que les israéliens sont de grands consommateurs de chaussures comme en témoignent les statistiques de la société B.D.I (Business Data Israël).

Ensuite ce marché est facile d'exploitation car il offre des créneaux porteurs, affirme Esther Amar, consultante agréée du ministère de l'industrie et du commerce Israélien et diplômée de l'ESSEC-France.

I la tendance du marché et ses différents segments

A La tendance

Le marché des chaussures en Israël enregistre des ventes de 2 milliards de sh par an. 48% de la consommation est fabriquée en Israël et 52% est importée, sachant que la part d'importation augmente chaque année. Cela représente un nombre de 20 millions de paires vendues par an, soit 4 à 5 paires par personne, par an.

La tendance de la production nationale est à la baisse depuis plusieurs années pour de multiples raisons. La croissance de l'importation est le principal facteur. Cela est dû à un meilleur rapport qualité/prix et au changement de la politique du ministère de la Défense qui a commencé à importer des chaussures militaires en diminuant considérablement ses commandes avec ses fournisseurs israéliens.

Le nombre d'actifs sur ce produit a diminué de 350 personnes en 2000 et il emploie actuellement près de 2000 salariés.

La stratégie unique utilisée par les sociétés Israéliennes productrices pour se maintenir malgré cette situation difficile consiste à tourner une partie de leur production vers l'exportation et à obtenir l'exclusivité d'importation des marques internationales afin de commercialiser et promouvoir en même temps leur production nationale

B Les segments

. Ventilation des ventes par type de chaussures

GRAPHE 1

1.les chaussures de confort

la progression de ce créneau reste stable depuis plusieurs années et connaît une croissance de 20 à 30% par an. Ce créneau représente 6% du marché global. Il n'est pas dominé par des grandes marques internationales et le nombre de paires vendues est de 600,000 par an dont les prix unitaires varient de 200 à 300 sh. Les chaussures de marque se vendent à l'unité entre 1000 à 1400 shk. Leurs prix relativement chers

provient du fait qu'il s'agit d'importation d'Europe ou USA ou les prix sont déjà élevés.

Malgré une image de chaussures pour personnes âgées, les fabricants de chaussures de confort ont adapté le produit à un public jeune tant dans la chaussure elle-même que sur les points de vente.

Il est bon de signaler que les chaussures de confort ne sont pas à confondre avec les chaussures orthopédiques faites sur mesure.

2.les chaussures d'enfants

Ce segment du marché qui comprend les chaussures de sport et les chaussons représente un chiffre d'affaires annuel de 900 millions de sh.

Près de 50% de ces ventes se réalisent en hiver. Les prix d'une paire varient de 50 sh dans des bazars à 400 shl dans les magasins de mode.

La majorité des paires de chaussures d'enfants sont importées d'Espagne ou d'Italie ou d'Asie pour les paires bon marché.

La tendance des consommateurs est d'acheter des chaussures peu chères tant que l'enfant est à un âge où son pied grandit vite.

Actuellement on constate une certaine évolution avec la popularité des chaussures unisexe et l'apparition de modèle sportif proposant une bonne tenue du pied.

Lors d'un sondage réalisé par la société DAFNA, les informations suivantes ont été notées:

- Les enfants se situant dans une tranche d'âge de 2 à 10 ans sont les plus gros consommateurs.
- Le budget familial moyen annuel est de 800 shk pour l'achat de 8 paires.
- près de 50% de la population jeune renouvellent leurs chaussures de sport à l'approche de la rentrée scolaire..
- La majorité des jeunes de 13 à 18 ans n'achètent que des chaussures de sport.

Répartition du marché des chaussures d'enfants par producteur/importateur

GRAPHE 2

3. Chaussures de sport

Les ventes de ce marché se montent à 750 millions de shk pour plus de 2 millions de paires vendues sachant que le tiers est vendu dans les magasins de duty free. Ce créneau représente 25% du marché global.

Cette branche est dominée à plus de 55% par des grandes marques internationales et Israéliennes, les 45% autres sont importés en majorité de Asie.90% des paires vendues sont importées.

Les marques principales sont Nike, Adidas, Pilet, Reebok,

4. les sandales

Les différentes études faites sur ce marché nous informent des observations suivantes:

- ce créneau représente 22% du marché global
 - 1.2 millions de paires vendues sont des sandales classiques
 - 400 milles paires sont des sandales de confort
 - 300 milles paires sont des modèles sport
 - 1.5 millions sont des sandales mode pour femme.
- Soit un total de 3.4 millions de paires.

Le segment des modèles classiques se répartit entre les différentes marques israéliennes de la façon suivante:

Nimrod : 200 milles paires

Dafna : 130 milles paires

Gali : 60 milles paires

Galil : 50 milles paires

Tarklin : 45 milles paires

Le reste des ventes est assuré par l'importation.

Les sociétés principales du segment "confort" sont Tevaneot et Migoun avec 80,000 paires chacune.

Quant au segment des sandales pour femme il est intéressant de noter qu'il est composé de très nombreuses marques détenant chacune de toutes petites parts du marché. Des études montrent qu'une femme israélienne achète 4 paires de sandales par été dont le prix varie de 250 shk à 2000 shk de marques telles Goutia, dolce Gabana et Gozef zanouti.

III Caractéristiques du marché

1. copiage de marque

Le copiage de marque est une des caractéristiques principales sur ce marché. Elle se retrouve essentiellement dans les chaussures de sport ou de confort et proviennent des pays d'Asie ou des territoires palestiniens. Les copies sont vendues à 50% du prix auquel s'achètent les originaux. Des études ont estimé les pertes de l'industrie israélienne à des centaines de millions de shekel occasionnée par ces copies.

2. Distribution

Ces trois dernières années ont apporté un changement dans les méthodes de ventes et de distribution. En effet la multitude de magasins privés qui caractérisait la distribution disparaît peu à peu au profit de chaînes de magasins implantées dans des centres commerciaux ou dans de grands entrepôts aux décorations et agencements sophistiqués et stylés.

3. Dutyfree

Le dutyfree représente un circuit de vente majeure sur le marché des chaussures de sport. La société SAKAL dont les magasins sont présents à l'aéroport de Ben Gourion réalise avec quelques autres concurrents plus de 35% du chiffre d'affaire global de ce créneau.

La principale concurrente de Sakal est la chaîne Megasport qui offre aux clients des prix aussi compétitifs que ceux du Dutyfree ainsi qu'un excellent service après vente.

III Quelques informations financières

3 catégories principales de sociétés composent le marché des chaussures:

- L'ensemble des sociétés réalisant un CA moyen de 69 millions de shekel et employant près de 58 personnes.
- L'ensemble des sociétés dont le CA moyen est de 8 millions de shekel employant 12 personnes
- L'ensemble des sociétés dont le CA et le nombre d'employés moyens sont respectivement 1.6 millions de shekel et 5.

La vente moyenne par employé dans chaque catégorie

- Le CA moyen par employé dans les sociétés de première catégorie est de 1.2 millions par an.
- Le CA moyen par employé dans les sociétés de deuxième catégorie est de 0.64 millions par an.
- Le CA moyen par employé dans les sociétés de troisième catégorie est de 0.32 millions par an.

Il est intéressant de noter que la première catégorie emploie du personnel plus performant que les autres catégories, peut être par des systèmes de rémunérations plus motivant.

Le niveau de risque des encaissements clients

Le système bancaire israélien repose sur les paiements par chèques post dates, reconnus et escomptables en banque. Cela génère un risque sur la solvabilité de l'émetteur du chèque à la date d'encaissement obligeant de nombreuses sociétés à n'accepter que des paiements en liquide ou carte bancaire.

Représentés par un graphe, les différents niveaux de risques selon les trois catégories sont mentionnées ci dessus.

GRAPHE 3

Il est donc intéressant d observer que la majorité des sociétés présentes sur le marché des chaussures ne souffre pas de problèmes d'encaissement importants.

CONCLUSION

Le marché de la chaussure en Israël est tout à fait ouvert a l'importation et donne toutes ses chances de réussite d'implantation de producteurs ou de distributeurs Français.

Pour tout renseignement sur la création d'entreprises en Israël, n'hésitez pas à contacter Esther Amar .email : tsioncslt@bezeqint.net ou 02-58-61-239
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.