

Faire appel à un traiteur pour fêter de grands évènements est habituel en Israël, mais le marché s'ouvre actuellement sur une diffusion de ce service de façon plus régulière. Cela s'explique en partie par l'augmentation du niveau de vie, mais aussi par le désir de fêter même de simples anniversaires ou autres occasions. C'est ce qui ressort de l'analyse de spécialistes du marché, tel le cabinet d'audit "Tsion consultants" à Jérusalem.

I Caractéristiques du marché des services traiteurs

1. Grandeur du marché

Ce marché enregistre des ventes annuelles de 2.5 milliards de shekel. Ce chiffre englobe les activités respectives des traiteurs indépendants et des services traiteurs liés à une salle de réception.

Le nombre de réceptions telles les mariages, bar-mitsva et autres répertoriées dans une année se monte à 150, 000 environ, avec une moyenne est de 250 personnes/réception.

La branche emploie entre 12000 à 13000 personnes en été et 3000 à 4000 en hiver. 600 sociétés se partagent le marché d'après les études réalisées par la société BDI (Business Data Israël).

2. Les tendances du marché

La demande de services de traiteur s'est amplifiée ces dernières années, le niveau de vie en Israël augmentant. Cependant la crise a entraîné un ralentissement de l'activité (moins d'évènements, moins d'invités). Il y a de la concurrence, mais la branche est encore fructueuse. Beaucoup de petites sociétés naissent et d'autres disparaissent, tandis que les grands établissements jouissant d'une bonne réputation et d'ancienneté restent stables.

La tendance actuelle s'oriente vers des réceptions dans des salles ou des grands jardins aménagés, beaucoup moins dans des maisons privées. Cette tendance devrait continuer à s'affirmer. Le nombre des jardins aménagés s'est multiplié par 5 ces 5 dernières années. S'il y a 5 ans il y avait un jardin aménagé pour dix salles de réception, le rapport est maintenant de 1 jardin pour 1.5 salles.

La concurrence entre les traiteurs porte surtout sur l'exclusivité des jardins ou salles de réception plutôt que sur les prestations elle-même.

Généralement, le jardin de réceptions demande une commission de 10% au traiteur ayant l'exclusivité. Le traiteur va répercuter ce coût sur le client final qui est le perdant. Cette tendance provoque une hausse des prix sur le marché et une baisse sensible des bénéfices du traiteur. Les jardins de réceptions principaux travaillant de cette manière sont: <Hatira> dans le kiboutz Gahash, Parc Yakoum, Havot Ronim etc..

On évalue que cette tendance de développement va s'affirmer pendant une longue période, et qu'ensuite, la mode reviendra aux salles fermées climatisées.

Une des difficultés majeure du marché est l'énorme concurrence représentée par les nombreux "petits traiteurs" qui n'ont pas de permis du ministère de la santé et n'utilisent pas de matériel coûteux et qui peuvent donc offrir un bon service à bas prix.

Autre tendance, la hausse des traiteurs de luxe, qui comptent maintenant 10% du marché, alors qu'elles ne sont que 10 sociétés. La raison en est la hausse du niveau de vie et plus d'exigence des consommateurs israéliens.

Enfin une nouvelle tendance qui va en s'affirmant : les repas d'affaires avec traiteur. Les sociétés organisent des colloques, des réceptions dans des salles ou jardins de fêtes ou hôtels. Aujourd'hui, on fait appel aux services de traiteurs quand on conclut une affaire. Ce marché du monde des affaires représente 20 à 25% de la branche. A cause de la crise qui sévit, ce marché est en baisse.

3. Les conditions de paiement

Les conditions de paiement des fournisseurs des traiteurs sont habituelles: Paiement de 30 à 60 jours après l'achat. Alors que généralement, le client paie le traiteur le jour même, ce qui donne une facilité au traiteur pour payer le fournisseur.

Suite à la faillite de <BANIS>, grande société traiteur qui a entraîné deux autres sociétés, le marché a des difficultés face aux sociétés de crédit qui ne sont plus aussi confiantes.

4. Méthodes de commercialisation:

Les dépenses pour la publicité dans cette branche sont faibles et se limitent à des encarts publicitaires dans les pages jaunes et dans les bottins professionnels.

L'essentiel de la publicité se fait de bouche à oreille, un client en amène un autre et par une communication promotionnelle directement ciblée sur des fichiers existant de personnes privées ou des fichiers d'entités professionnelles. (Sociétés, Ambassades.).

II Les Caractéristiques financières du marché

1. Rentabilité

Le bénéfice brut est évalué à 67 à 80% du CA. Le bénéfice net varie entre 20 et 35% du CA.

Il a été constaté que les petits traiteurs ont un meilleur bénéfice net étant donné qu'ils ne nécessitent pas l'utilisation d'une équipe importante de cuisiniers, de camions frigorifiés, de fours industriels et autre matériel cher.

Les études montrent que la rentabilité globale de la branche a diminué ces trois dernières années, en partie à cause de la concurrence qui augmente, mais aussi à cause de la stabilité du dollar sachant que les traiteurs fixent leurs prix de vente en dollar alors qu'ils paient leur marchandise en shekels, soumise alors à une inflation.

Une autre cause de la baisse de la rentabilité : une exigence croissante du client sur la qualité de la réception sans que les prix du marché aient augmentés en proportion égale.

2. Partage du marché selon le CA des sociétés.

Deux catégories:

- les sociétés dont le chiffre d'affaire est inférieur à 5 millions de sh.
- celles dépassant 5 millions de sh.

libelle	CA<5 millions de shekels	CA>5 millions de shekels
Bénéfices nets moyens par société	2,6 millions	10,3 millions
Nombre moyen d'employés par société	9 personnes	82 personnes
Vente moyenne par employé	0.125 millions	0.136 millions

3.Prix de la part et sa composition(en repas)

a. le prix et ses variations

Le prix moyen de la part est de 80 sh. Il varie entre 65 sh et 280 sh et est fonction de L'emplacement de la réception, le type de la fête, la date et la qualité de la prestation. Le prix de la part coûte 20% plus cher en moyenne dans le centre du pays que dans le Nord et le Sud du pays.

En haute saison touristique où les familles viennent fêter des événements (juillet - août) la part augmente de 20%.

b. la composition

Le prix de revient moyen de la part est de 6 \$. Il est constitué pour 40% du coût de la viande soit 2.4\$, de 20% pour les boissons donc 1.2\$ puis de 40% pour les accompagnements et les desserts, soit 2.4\$.

95% des parts sont cacher, 90% sont avec un plat de viande. Les dernières années, excepté l'année 1996, la demande de menus "halavi "(à base de lait) a augmenté. Cependant cette année, la tendance s'est inversée et la demande de menus "Bassari" (à base de viande) s'est accrue.

III Quelques recommandations pour une création d 'entreprise

1. Se renseigner auprès de la municipalité sur les caractéristiques du local exigées. (Superficie minimale, aération, évacuation, climatisation.)
2. Les autorisations à obtenir sont : permis d'exercer de la municipalité et du ministère de la santé (qui n'est pas toujours facile à obtenir)
3. Elaborer une stratégie de ventes de petites commandes régulières (chabatot, anniversaire, repas d affaires) afin de minimiser l'effet saisonnier de l'activité.
4. Developper une stratégie de communication promotionnelle active.
5. Monter une gestion informatisée afin de contrôler de façon régulière le maintient des marges brutes et net a 65% et 25% respectivement.

En conclusion, ce marché présente des bonnes perspectives de développement malgré la crise actuelle. Il est d'accès relativement facile et il parait aisé, pour un traiteur français, de bien se positionner si la prestation montre un peu d'originalité et de savoir-faire.

Pour tout renseignement sur la création d'entreprises en Israël, contacter Esther Amar, diplômée de l'ESSEC-Paris et consultante agréée du ministère de l'industrie et du commerce israélien.

ou tel: 00-972-2-58-61-239 ou 00-972-54-58-61-23 email : tsioncslt@bezeqint.net
Conseils subventionnés à 87% pour des immigrants de moins de 10 ans.