

# Bijouterie

## Données sur la branche

C'est une branche conservatrice dont la cadence de renouvellement du stock est lente et à cause du changement de la mode, elle souffre de "stock mort"

## Division secondaire de la branche

- ◀ Magasins haut de gamme: dans ces magasins les bijoux sont en or 18 carats, sertis de diamants, faits par des créateurs connus.
- ◀ Magasins de luxe: dans ces magasins les bijoux sont de qualité, faits industriellement.
- ◀ Magasins de catégorie moyennes: produits en série locaux ou d'importation, en général de 14 carats.
- ◀ Magasins – de petite ou moyenne importance: bijoux ordinaires et relativement bon marché de production locale.
- ◀ Il y a des magasins où on peut trouver des montres, des objets décoratifs, où on peut échanger des bijoux ou les réparer, les sertir, changer le bracelet montre ou acheter des piles de montres.
- ◀ Des "colporteurs": vendent des bijoux bon marché de mauvaise qualité.
- ◀ Magasins pour objets d'art, articles religieux et bijoux créés par des artistes

## Clientèle

- ◀ Les clients sont des touristes et des israéliens.
- ◀ Les clients israéliens sont repartis selon leur rémunération et leur situation économique.
- ◀ Les touristes ont une grande influence sur les ventes dans la branche.
- ◀ Les bijoux israéliens sont très appréciés à cause de leur prix, entre autre, moins chers qu'en Europe et aux Etats-Unis.

## Concurrents

Bijouterie de niveaux différents: dans la région proche ou dans un rayon plus large.

## Fournisseurs

La plupart de bijoux vendus en Israël sont de production locale. Une partie des bijoutiers importent les bijoux directement, entre autre, lors de leurs visites dans les expositions à l'étranger

## Moyens de marketing

Marketing pour les israéliens:

- ◀ se basent sur la réputation
- ◀ emplacement du magasin dans des zones commerciales en accord avec la segmentation économique du public ciblé.
- ◀ courrier postal dirigé vers les clients potentiels.
- ◀ publicité et relations publiques par différents moyens de communication en particulier par la presse.

Marketing pour les touristes:

- ◀ Emplacement du magasin dans des zones touristiques ou hôtels ou sites qui attirent les touristes.

Publicité à l'intérieur des hôtels à l'aide d'affiches dans les journaux destinés aux touristes

### **Obstacles à l'entrée dans la branche**

L'obstacle essentiel est l'investissement élevé provenant du coût du stock et de l'adaptation du local aux exigences de la sécurité.

### **Profit dans la branche**

	Marge brute de bijoux seulement	Marge brute inclus les montres
Magasin haut de gamme	45-50	45-50
Magasin de luxe	33-39	33-42
Magasin de bonne qualité	37-42	37-42
Magasin de moyenne importance	27-33	30-36
Petit magasin	27-33	27-42

Les données n'incluent pas les ventes directes des créateurs. Dans la vente directe chaque créateur donne un prix à ses œuvres en rapport avec le niveau de son art et la demande du marché

### **Conditions de paiement d'usage**

Clients: carte de crédit quelquefois crédit de trois mois ou plus pour des achats importants.  
Fournisseurs: dépend du contact et la sorte de relations avec l'affaire; le crédit peut arriver de 3 à 6 mois.

### **Licences et permis**

Il est demandé un permis de Commerce délivré par l'Autorité locale, donné après avoir reçu celui de la police si ses conditions sont remplies. Un magasin qui a un stock de moins de 150.000 shekels n'a pas besoin de permis

### **Assurances**

- ◀ Assurance tous risques, du stock et du magasin.
- ◀ Assurance de tierce partie
- ◀ Assurance de responsabilité civile de l'employeur

En dehors de ce qui a été signalé ci-dessus, il est recommandé de consulter l'agent en ce qui concerne les assurances exigées