

# Kiosques de falafels

## Division secondaire de la branche

Les kiosques de Falafels appartiennent à la catégorie de la restauration rapide et répondent à un besoin de base de nourriture simple. On peut le partager en trois types:

- **Kiosques des falafels et de boissons non alcoolisées seulement.** C'est le type le plus courant parmi les kiosques existants, comme par le passé. Les kiosques se trouvent dans les petites rues des grandes villes, dans des villages, les quartiers des villes et les petites agglomérations.
- **Kiosques de falafels, de boissons non alcoolisés et autre nourriture.** Ce type se développe bien ces dernières années dans toutes les villes, la combinaison la plus courante: falafel, shawarma. Aujourd'hui on y ajoute le houmous et le foul (fèves sèches).
- **Kiosques de falafels** qui se trouvent près des restaurants, des buffets. Ce type est particulier aux centres commerciaux dans toutes les villes, aux grandes artères des différentes villes et dans les boulevards. Dans les centres commerciaux et dans les grandes artères on trouve une section de falafels dans les restaurants.

## Caractéristiques du marché

- Le seuil d'entrée est bas. Le domaine ne demande pas de grande connaissance professionnelle, la marge brute est très grande.
- Le taux de fermeture est élevé. A cause de l'accessibilité de l'entrée, la branche se caractérise par un taux élevé d'ouverture et de fermeture. Une des raisons: l'image est que, dans cette branche on peut gagner beaucoup d'argent vite. Aujourd'hui le prix d'un falafel est de 10 – 20 shekels, TVA comprise. Les prix ne sont pas une moyenne dans tout le pays et on ne peut pas faire des distinction entre les villes

## Clientèle: la détermination du marché ciblé, son volume, sa segmentation.

Le marché ciblé comprend en fait toute la population selon quelques secteurs:  
Besoin: en particulier répondant à un besoin de nourriture rapide, simple et bon marché.  
Age: un pourcentage élevé de clients se caractérise par sa jeunesse 12 – 30 ans.  
Région géographique: la plupart des clients viennent de la proximité des kiosques.  
Il y a des kiosques très connus et les clients sont prêts de venir de loin pour y manger.  
La branche se caractérise par la fidélité des clients, et par les clients qui reviennent dans les kiosques qui réussissent

## Moyens de marketing

Les moyens de marketing changent selon l'endroit et comprennent: distribution de prospectus, de cartes magnétiques avec le logo du kiosque et quelquefois publicité dans la presse local. La plupart des moyens de marketing viennent du kiosque lui-même: propreté, qualité, fraîcheur des produits et accueil du vendeur, en plus il y a la réputation qui se confirme et le "bouche à oreille".

## Personnel

L'ouverture d'un kiosque de falafels demande un recrutement de personnel qui convient. En général 2-4 employés travaillent, employés au comptoir et autres.

## **Licences et permis**

Pour ouvrir un kiosque de falafel il est exigé un permis de commerce délivré par l'Autorité locale et le Ministère de la Santé après avoir répondu aux critères pour le recevoir.

## **Facteurs influençant la réussite:**

Quelques éléments peuvent influencer les possibilités de réussites du kiosque, entre autre, on peut citer:

**Qualité et goût de la nourriture.** Le kiosque de falafels acquiert au cours des années une réputation et des clients fidèles tenant à la qualité qu'on y sert.

En Israël on connaît des kiosques anciens où à midi les clients qui font une longue queue sont prêts à jurer que, ces kiosques où on sert des falafels sont les meilleurs d'Israël.

**Emplacement:** l'emplacement du kiosque apporte un élément important de sa réussite. Avant de monter un kiosque il faut vérifier le potentiel du marché dans la région ainsi que les concurrents important qui se trouvent dans les environs.

**Service:** La qualité de service est un élément central qui participe au niveau de la réussite. Un endroit propre et range qui proposent des place assises confortable améliorent le service.

**Concurrence et dynamisme dans la branche:** influencent en tant qu'alternatives devant le client. La diminution du prix du falafel peut obliger les autres kiosques de la région à baisser le prix et ainsi à influencer sur le profit du kiosque.

## **Investissement requis**

Les points suivants amènent l'essentiel du programme d'investissement principal nécessaire à l'ouverture d'un kiosque (on peut trouver les conditions d'obtention du permis du commerce de kiosque de falafel dans la section permis de commerce à la Mairie)

Dans un kiosque, il est permis de préparer et des frire des falafels, préparer des suppléments de légumes crus pour la consommation sur place.

Il est interdit de préparer, d'avoir, ou de vendre de la nourriture qui contient de la viande, du poisson et du poulet.

Dans les buffets de falafels il est interdit de vendre en libre-service.

## **Chiffre d'affaires et profit dans la branche**

Le pourcentage des ingrédients oscille entre 23-27% du chiffre d'affaires.

Le chiffre d'affaires vient de la vente de falafels seulement et non d'autres produits

Un kiosque combiné est un kiosque qui vend, en plus des falafels, de la shawarma et des sandwiches.

Le pourcentage de bénéfice dans la vente de boissons non alcoolisées dans les kiosques de falafels est de 57%.

Dans l'estimation du chiffre d'affaires on a pris en considération les jours où le kiosque est fermé pendant les fêtes.

## **Niveau de risques**

La branche de nourriture, la restauration en général et les kiosques de falafels en particulier, sont à un niveau de risques au-dessus de la moyenne. Le nombre d'affaires qui ouvrent est grand, ainsi que celui des affaires qui ferment ou qui échouent.

L'investissement nécessaire dépend de l'endroit et de sa réfection, cet investissement peut se perdre en cas d'échec. Quant au matériel, on peut en tirer une partie seulement étant donné que sur le marché on trouve beaucoup d'équipement d'occasion.

## **Recommandations**

Avant d'entrer dans une nouvelle affaire, il faut bien examiner la région ciblée. Il faut prendre en considération que des concurrents (de tous sortes) dans un rayon réduit lui rendront la tâche difficile.

Il faut bien vérifier les dépenses fixes prévues, comme le loyer et les taxes locales, qui peuvent changer d'une façon significative.

Il est recommandé de recevoir à ce sujet l'avis, l'assistance commerciale et l'aide de MATI local (Centre de Développement des Petites Entreprises)

