

# Librairie

## Données sur la branche

Selon l'évaluation, il existe en Israël 500 librairies. Dans la branche mènent deux chaînes: Steimatzky avec 170 succursales et sa concurrente Tsomet Sfarim avec 34 succursales

## Caractéristiques du marché

- Les chaînes des livres dominant le marché. La moitié des librairies leur appartient.
- La concurrence est grande.
- De nombreux achats sont faits par Internet
- Dépendance de la saison.

## Clientèle

Le marché ciblé comprend toute la population avec des segments: le volume d'achat dépend du statut socio-économique (qui a une influence sur le volume de ventes) et la préférence des clients pour différents types de livres.

Il est d'usage de partager la clientèle en deux secteurs: les clients privés et les clients des institutions (écoles, autorités locales) qui font des commandes groupées.

## Concurrence

La concurrence vient de quelques sources: les magasins des chaînes, des magasins proches géographiquement, du rayon librairie dans les chaînes de distribution, d'Internet, de la vente directe des maisons d'édition.

## Fournisseurs

- Les fournisseurs de librairies sont les éditeurs qui livrent des oeuvres originales ou traduites, les importateurs qui font venir de la littérature en différentes langues étrangères.
- Les fournisseurs livrent la marchandise sous trois formes: directement, par intermédiaire d'un distributeur exclusif ou secondaire.
- D'autres fournisseurs livrent des articles complémentaires: revues, disques, cassettes, jeux électroniques

## Moyens de marketing

Dans la branche, de nombreux éléments interviennent dans le marketing:

- Les éditeurs - L'essentiel de leurs ressources se tourne vers le plan national.
- Les chaînes – le marketing est national.
- Les magasins privés ne font pas de publicité nationale, mais ils publient de temps en temps dans des journaux locaux, font des offres, Ils créent des clubs de lecture et les mettent en activité, y ajoutent des services supplémentaires, comme un café.

## Facteurs influençant la réussite:

L'emplacement et l'aspect du magasin, la décoration et le confort pour les clients, le choix de livres, le niveau professionnel, la connaissance des vendeurs, l'ancienneté, la réputation, et le niveau des prix.

## Obstacles à l'entrée dans la branche

Le coût relativement élevé pour commencer – tant pour le premier investissement dans un magasin que pour l'achat du premier stock. Néanmoins, l'entrée dans la branche en tant que concessionnaire d'une des chaînes permet un soutien professionnel et de marketing, et diminue les risques d'une certaine façon.

## **Personnel**

Dans les magasins dont la surface dépasse 50 m<sup>2</sup>, il faut au moins deux employés, autant pour surveiller la marchandise que pour mettre de l'ordre. De préférence les employés doivent s'entendre en littérature pour améliorer les possibilités de vente, mais on peut gérer même avec des employés qui n'ont pas de connaissance en littérature, il suffit que l'un d'eux (y compris le propriétaire) connaisse le sujet parfaitement.

## **Investissement requis**

Les principaux investissements se font dans l'adaptation du magasin et du stock

## **Profit dans la branche**

- Marge brute d'usage: magasins de livres de lecture et de consultation 32-42%.
- Magasins de livres scolaires seulement 16-22%.
- Magasins qui vendent les deux – 26-34%
- Le pourcentage de profit dépend de la source. Le magasin recevra un pourcentage plus élevé s'il achète à la première source (éditeur, distributeur exclusif, premier distributeur)

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

### **Fournisseurs:**

Les conditions de paiement des fournisseurs sont en général le mois courant + 30 jours jusqu'au moins courant + 60 jours.

Pour l'achat de nombreux volumes d'un titre particulier, pour des offres ou pour des paiements en espèce, on accorde une réduction de 10 à 20%.

### **Clientèle.**

La vente aux clients se fait en espèce, par chèque ou par carte de crédit.

Les clients des institutions paient le mois courant + 30 à 60 jours. Ces clients qui prennent de grandes quantités reçoivent une réduction de 10% pour les livres d'études et de 25% pour les livres de lecture.

## **Niveau de risques**

- Le niveau de risques dans l'ouverture d'un magasin indépendant est élevé, en particulier à cause de la grande concurrence des chaînes qui détiennent un certain avantage venant de leur importance.
- L'ouverture d'un magasin dans le cadre d'une chaîne contient des risques de moindre importance tant par le soutien professionnel, la logistique et le marketing que par la possibilité de jouir de l'avantage d'importantes acquisitions.

## **Assurances :**

Assurance de l'affaire (contenu et stock) et assurance d'une tierce personne, assurance de responsabilité professionnelle, assurance de responsabilité civile de l'employeur, assurance sur la perte de revenus. En dehors de ce qui a été signalé ci-dessus, il est recommandé de consulter l'agent pour savoir s'il y a nécessité d'autres assurances