

# Magasin de meubles

## Division secondaire de la branche

Il existe dans la branche la spécialisation des affaires dans la segmentation du marché spécifique et des types d'articles:

Meubles d'appartements, meubles de jardins, de bureaux et meubles spéciaux. Il existe une répartition selon le type et le niveau dans le style, la matière (bois plein, aggloméré, MDF, sandwich, fer forgé, plastique, verre, etc.), qualité et prix.

## Caractéristiques du marché

Le paiement se fait en shekels mais est sensible au changement du cours des monnaies étrangères, à cause de la composante de l'importation. De nombreuses affaires ferment pendant les périodes de récession. Dans la branche opèrent des chaînes de concessionnaires locaux qui aident et donnent des conseils, de la publicité, la réputation, la souplesse dans la gamme de prix ou des articles et le profit de l'avantage qu'offre la taille. Les magasins liés aux chaînes ont une plus grande possibilité de survie.

## Périodicité –

les périodes plus fortes sont celles de fêtes et les mois janvier- février et août. La tenue des engagements de paiements est faible à cause des nombreuses faillites des producteurs, des fournisseurs et des magasins

## Clients

- ◀ Le produits de la branche son demandé par tout la population et par le commerciaux
- ◀ Marché privé face au marché des institutions.
- ◀ Consommation – cible le mobilier
- ◀ Age et situation familiale
- ◀ Niveau de rémunération et dépenses en mobilier

## Concurrents

Dans la branche étant donné que l'entrée ne demande pas de connaissance, d'expérience et de professionnalismes en particulier, il y a une grande concurrence.

- ◀ Producteur locaux, grands et petits: ont des points de vente au détail - salles d'exposition, concessionnaires, magasins de leur propre fabrique (vente directe).
- ◀ Importateurs: travaillent dans des salles d'exposition indépendantes.
- ◀ Magasins au détail indépendants.
- ◀ Ebénistes indépendants proposant du mobilier sur commande.
- ◀ Chaînes – ces chaînes travaillent face à tout la segmentation du marché et donnent le ton de standard et le niveau des prix sur le marché.

-

## Fournisseurs

Importation: d'Angleterre, Scandinavie, Allemagne, Espagne, Italie. Extrême Orient, Europe de l'Est.

- ◀ Production locale: Ébénistes et grossistes spécialisés, grandes usines qui produisent en série et travaillent face à des magasins indépendants, des concessionnaires et des représentants

## **Moyens de marketing**

- ◀ Emplacement dans un centre de magasins de meubles, facile d'accès.
  - ◀ Promotions publiées dans les suppléments des journaux.
  - ◀ Publicité dans la presse nationale et dans les magazines de décoration, pages jaunes et autres.
  - ◀ Participation à foires générales: ADAM VEOLAMO et aux foires du meuble.
- Participation aux adjudications en particulier dans le secteur des institutions \_\_\_\_\_.

## **Facteurs influençant la réussite**

Emplacements du magasin et densité de concurrents dans la région, décoration de la vitrine et principalement du magasins, originalité des meubles, professionnalisme et confiance.  
Faire partie d'une chaîne de "marques"

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

L'entrée dans la branche est facile: pas de professionnalisme et d'expérience en particulier, l'obstacle vient du côté financier, frais fixes élevés (loyer, taxe de propriété), préparation du magasin et premier stock.

Le stock existant est cher et il faut le changer régulièrement afin de montrer aux clients un renouvellement et la mode change. Les meubles de l'exposition sont vendus avec une remise minimale de 30%.

## **Investissement requis**

Adaptation du bâtiment, décoration du magasin et achat du premier stock de meubles.  
La composante du capital opérationnel est des plus importantes étant donné le coût de la gérance relativement élevé et les conditions de paiement. En dehors du coût de la marchandise, il faut prendre en considération d'autres éléments des plus importants: loyer, taxe de propriétaire, marketing, salaires service clients.

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

- ◀ Fournisseurs: de 60-120 jours ou plus. Il y a des fournisseurs qui vendent en consignation.
- ◀ Clients: paiement au comptant (chèque ou carte de crédit) et aussi en plusieurs fois. la concurrence se traduit aussi par la possibilité de payer avec de bonnes conditions. Il est d'usage de donner une remise de jusqu'à 10% pour un paiement au comptant

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

- ◀ Dans un magasin standard la moyenne du profit est de 30-37%.
- ◀ Dans un magasin de taille moyenne, la moyenne a été de 25-30%, dans un magasin d'usine 35-38%
- ◀ Magasins chers, la moyenne a été de 26-30%
- ◀ Dans un magasin de luxe, la moyenne de profit de 55-60%.

Agent indépendant: (le magasin qui vend les produits d'une fabrique en particulier travaille en général à la commission, entre 12% et 30% du chiffre d'affaires. La commission du représentant face à des grands clients (entrepreneurs par exemple) sera plus petite et atteindra 5% des chiffres d'affaires. \_\_\_\_\_.

## **Licences et permis**

Si la surface du magasin est de 500 m<sup>2</sup> ou plus on a besoin de permis délivrés par l'Autorité locale et par la Police. Si le magasin importe lui-même il faut un permis d'importation formel du Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Emploi

## **Niveau de risques**

La sensibilité de la branche au changement du cours des monnaies étrangères, la grande concurrence, le changement de mode et de goûts, le manque de moralité de paiements mettent la branche en danger au-delà de la moyenne.

L'entrée d'Ikea dans le marché de même que l'ouverture d'une section de meubles dans les chaînes Office Dépôt, Ace, Home Center, qui vendent du mobilier relativement bon marché, ont un grand choix d'articles "à monter soi même" apportent un danger considérable aux petites affaires qui n'ont pas d'appui quelconque

## **Assurances**

- ◄ Assurance du local et du contenu
- ◄ Assurance de tierce partie
- ◄ Assurance de responsabilité civile de l'employeur
- ◄ Assurance du stock
- ◄ Assurance sur la perte de revenus
- ◄ Assurance de la marchandise en transit.

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