

Magasins de Vaisselle et cadeaux

Caractéristiques du marché

On peut caractériser la branche des magasins de vaisselle et de cadeaux selon les types d'articles vendus et leur niveau. On peut partager le marché en plusieurs catégories:

- ◄ Magasins ordinaires
- ◄ Magasins d'un niveau moyen
- ◄ Magasins exclusifs
- ◄ Magasins de vaisselle de qualité
- ◄ Section complémentaire dans des chaînes de distribution d'alimentation
- ◄ Section dans des chaînes "à faire soi-même"

Périodicité

Le marché est très influencé par la saison. La plupart des activités se font à deux grandes périodes, aux alentours de Pessah et de Rosh Hashana. Le reste de l'année, le volume de ventes est moindre. Selon une étude de données sur les ventes et de nombreux éléments qui travaillent dans la branche, on estime qu'avant la période de Pessah (de mars à avril) les ventes qui se font atteignent 50% du chiffre de l'année. La deuxième période très effective est celle de Rosh Hashana (août - septembre) 30% du chiffre. Le reste soit, 20%, s'effectue dans les autres mois de l'année.

Concurrents

Cette branche est complètement désorganisée, le seuil de l'entrée est accessible, on ne demande pas de connaissance professionnelle (ou pas obligatoire). Après le changement de politique sur l'importation et les taxes en 90, l'importation a été de beaucoup facilitée, pour toutes ces raisons, il y a un grand choix d'articles de qualités, de niveaux, de lignes et de prix différents.

Fournisseurs

Les fournisseurs qui travaillent dans ce branche sont le importateurs et le producteurs locaux. Les importateurs font venir de la marchandise du monde entier de différentes qualités, de différentes matières et bien sure de différents prix.

Conditions de paiement d'usage - mois courant plus 30 jours.

Clients

L'achat d'articles de vaisselle dans les chaînes de distribution et les bazars accompagne en général un achat groupé comprenant de l'alimentation, des produits d'entretien et autres. Dans ce cas l'achat est un complément, ce seront des articles de base comme: des moules, des bocaux pour les conserves, gadgets ordinaires, etc. Par contre l'achat de vaisselle dans une chaîne spécialisée sera dirigé. Le but de l'entrée dans ces magasins est en général d'acheter des produits spécifiques. Ce n'est donc pas une entrée fortuite

Moyens de marketing

- ◄ Le marketing d'usage est basé sur les points suivants:
- ◄ Professionnalisme et service
- ◄ Connaissance exacte des besoins des clients
- ◄ Publicité dans les journaux (suppléments locaux)
- ◄ Enseigne et décoration de la vitrine
- ◄ Promotions
- ◄ Avantages donnés aux clients fidèles

Facteurs influençant la réussite

- ◄ Ancienneté et réputation – les magasins dotés d'une bonne réputation et qui ont des clients fidèles. Grâce à sa réputation, un magasin de cette sorte peut se trouver dans une petite rue sans que les ventes en souffrent
- ◄ Décoration et rangement d'une manière intéressante et attirante
- ◄ Emplacement central – apporte un élément très important à la réussite du magasin, par exemple l'emplacement du magasin dans des centres d'achats, de kanionim apporte une augmentation considérable du nombre d'entrées et par conséquent une augmentation du volume de ventes.
- ◄ Grand choix d'articles à des prix différents.

Orientations de développement à l'avenir

La tendance à grandir dans une partie des chaînes de la branche, est influencée par le rétrécissement de l'écart entre le prix et la qualité de la marchandise vendue dans les chaînes de distribution et les bazars par rapport au chaînes spécialisées, et la demande des clients d'une ligne complète de produits qui permette d'acheter toutes sortes d'articles groupés sous le même toit.

Les ventes par Internet en particulier pour les cadeaux et les ustensiles décoratifs peuvent prendre une place grandissant bien que relativement minime dans le haut de gamme.

Obstacles à l'entrée dans la branche

- ◄ Grand investissement dans le stock – les magasins de ventes de vaisselle et des cadeaux ont en général une grande variété d'articles. Un magasin de taille moyenne tient un stock de 70.000-120.000 shekels.
- ◄ Périodicité - Etant donné que les ventes ne sont pas stables le profit ne l'est pas non plus. La branche de la vaisselle est très influencée par les saisons.
- ◄ Le principal des activités se concentre dans deux hautes périodes, aux alentours de Pessaḥ et des Rosh Hashana alors que le reste de mois de l'année le volume des ventes est moindre.
- ◄ Besoin de surface pour la réserve ou présentation pour les importateurs.

Elements influençant le chiffre d'affaires

- ◄ Les magasins qui ont de l'ancienneté et une bonne réputation auront tendance à avoir le chiffre d'affaires le plus haut selon la classification de l'affaire.
- ◄ Le chiffre d'affaire des magasins exclusifs loin du centre du pays aura tendance à toucher le bas de l'échelle.
- ◄ Le chiffre d'affaires des magasins exclusifs dans de meilleures régions peut être au-dessus de ce qui est cité dans le tableau.
- ◄ Les heures d'ouverture du magasin ont une grande influence sur le chiffre d'affaires
- ◄ Pour les magasins qui ouvrent sans interruption, il faut ajouter 20- 25% aux données des chiffres du tableau.
- ◄ Pour les magasins qui ouvrent après le Shabbat, il faut ajouté 5%.

Profit

Pourcentage de marge brute

Types de magasins	Pourcentage de profit
Réguliers	29%-35%
Moyen	25%-33%
Exclusifs	35%-41%
Vaisselle de qualité	33%-40%

Niveau de risques

Selon la capture des données des principales compagnies qui travaillent dans la branche de la vaisselle et des cadeaux et selon l'information des éléments actifs de la branche on estime que la branche se caractérise par un niveau de risques régulier, il n'y pas de nombreux abandons ni de faillites

Licences et permis

Dans la branche on n'a pas besoin d'autorisation spécifique mais seulement d'un permis de commerce délivré par l'Autorité locale. Dans le cas ou le magasin a une surface de plus de 500 m2 il faut une Autorisation de la police

Assurances

- ◄ Assurance des locaux, du contenu, contre l'incendie, les dégâts des eaux, les cambriolages et le vol. etc.
- ◄ Assurance contre les dommages à tierce partie.
- ◄ Assurance de responsabilité civile de l'employeur (s'il y a des employés).
- ◄ Assurance sur la perte de revenus.
- ◄ En plus de ce qui précède, il est recommandé de prendre conseil auprès de l'agent pour d'autres possibilités ou rentabilités spécifiques.

