

Pubs

Données sur la branche

Division secondaire de la branche

Pub : l'origine du mot « pub » est de l'anglais « Public House ». Le pub classique est équipé d'un assortiment des meilleures boissons ; il faut veiller à ce que l'atmosphère y soit intime et la musique douce. Outre les boissons, on y propose aussi des hors d'œuvres variés. Un pub a une clientèle d'habitues, aussi la personnalité du barman et ses rapports avec les clients ont une importance extrême. Dans un pub, le barman est souvent un des propriétaires, et si ce n'est pas le cas, ces derniers emploient un barman fixe.

Caractéristiques du marché

Les pubs constituent une sub-division de la branche des restaurants, qui se spécialise dans la vente de boissons alcoolisées. Les pubs sont des lieux de loisir, aussi leurs heures d'activités vont de l'après-midi jusqu'aux dernières heures de la nuit et les week-ends.

En tant que lieu destiné au loisirs, le pub est construit pour procurer une ambiance donnée, en tâchant de créer une originalité par rapport aux autres endroits. Sa spécificité peut trouver son expression dans le décor, dans le type de spectacle que l'on y donne (si c'est le cas), dans le genre de musique qu'on y entend.

Les pourcentages d'ouverture et de fermeture de pubs est parmi les plus élevés sur le marché. Peu de pubs se maintiennent pour une longue période. Les pubs qui subsistent pendant longtemps sont ceux qui sont fondés sur une clientèle d'habitues.

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

Les clients potentiels de la branche comprennent la partie de la population qui consacre beaucoup de temps et d'argent aux loisirs, selon plusieurs classifications : âge et préférence de types de loisirs. Eux qui fréquentent les pubs préféreront généralement le faire dans les endroits qui accueillent des clients ayant des préférences semblables aux leurs. Habitues par opposition aux clients occasionnels / de hasard.

Concurrence

La concurrence dans cette branche est très sévère. On peut diviser les concurrents en deux groupes principaux :

- ◀ Concurrents directs : les pubs qui s'adressent au même public visé et / ou situés dans le même environnement géographique. Plus ces deux paramètres seront plus élevés, plus la concurrence sera dure.
- ◀ Concurrents indirects : autres genres d'établissements répondant aux besoins de loisirs combinant la nourriture et la boisson – cafés, restaurants, livraisons à domicile, etc.

Fournisseurs

Les fournisseurs vis à vis desquels se déroule le travail constituent deux groupes principaux :

- ◄ **Fournisseurs d'équipement** : équipement de cuisine, vaisselle. Il faut prendre en compte une dépréciation annuelle d'environ 5% du matériel cassable.
- ◄ **Fournisseurs de nourriture et de boissons** : Il existe en Israël une grande variété de fournisseurs de nourriture et de boissons. Les principaux facteurs de sélection des fournisseurs face auxquels s'effectuera le travail, outre le prix, est leur fiabilité et la qualité de la marchandise qu'ils fournissent. Il faut vérifier les avantages à travailler avec un seul fournisseur vis à vis d'avoir affaire à plusieurs. Certains fournisseurs sont prêts, pour avoir l'exclusivité, à participer au financement initial et au stock de départ. Certains distributeurs de boissons, comme par exemple de bière Guinness ou de bière Murphy, dans certains cas, conditionnent la fourniture à un minimum d'activité (en général, un tonneau par semaine au minimum). Il existe aussi des cas où certains fournisseurs sont prêts, pour avoir l'exclusivité, à procurer des réfrigérateurs et l'équipement requis.

Moyens de marketing

Les moyens de marketing diffèrent selon le genre de pub et le public de clients potentiels visés par lui, de sorte qu'il n'est pas possible d'indiquer une ligne caractéristique valable pour la branche entière.

- ◄ Option d'ouvrir un pub du style de pubs internationaux permettant une franchise, telle que « Irish Pub ».
- ◄ Organisation de spectacles – chanteurs débutants, concerts de rock, soirée de chanson en chœur ou soirée de chansons nostalgiques.
- ◄ Publicité – selon le genre de public de clients potentiels visés : annonces dans la section Spectacle des journaux, affiches et distribution de tracts dans les endroits de grand passage (à l'université pour viser les étudiants).
- ◄ Relations publiques – empli d'un conseiller en relations publiques chargé de faire savoir à la presse (particulièrement dans les rubriques concernant les spectacles et le courrier mondain), d'organiser des fêtes, des événements spéciaux, etc.
- ◄ Création d'une réputation et d'un groupe d'habitues.
- ◄ Utilisation de l'Internet, dans des sites indépendants et inscription dans les sites d'index.

Obstacles d'entrée dans la branche

- ◄ L'investissement en transformations et décoration du pub.
- ◄ L'investissement en équipement et en stock initial.
- ◄ Etre prêt à des heures de travail non conventionnelles. La gestion d'un pub exige généralement de travailler depuis la soirée jusqu'aux heures du petit matin.
- ◄ Le processus d'obtention d'une licence des autorités locales.

Personnel

L'ouverture d'un pub exige le recrutement et l'emploi du personnel nécessaire.

Formation professionnelle : la plupart du personnel nécessaire pour gérer et faire fonctionner un pub n'a pas besoin de formation professionnelle, et il est possible d'acquérir la plus grande partie des connaissances par l'expérience pratique. Il existe cependant un certain nombre de cours de formations de barman et de cuisinier dans les écoles professionnelles et autres lieux de formation (surtout pour barman).

Investissement requis

Chiffre d'affaires et profit dans la branche

Un bouteille d'alcool contient en moyenne de 22 à 25 doses ; le coût de la bouteille est généralement amorti à partir de la quatrième dose, selon le type de boisson et son authenticité.

Pour les cocktails, il est habituel, s'il n'y a pas de demande expresse du client, de se servir de boissons moins chères (produites en Israël), de sorte que le profit sur un cocktail peut atteindre de 600 % à 1500 %. La marge de profit pour les boissons alcooliques atteint jusqu'à 1000 %.

La marge de profit entre le prix de revient de la nourriture et sa vente peut atteindre 300 %, étant donné que dans les pubs, il s'agit de nourriture de préparation relativement simple.

Il faut se rappeler que bien que les marges de profit soient très élevées pour chaque part vendue, les profits compensent le besoin d'avoir une grande sélection de boissons et d'une faible fréquence de renouvellement pour certaines boissons.

Conditions de paiement d'usage

- ◀ Fournisseurs : Les conditions de paiement usitées vis à vis des fournisseurs sont variées, en fonction du pouvoir d'achat et de la négociation entre les deux parties.
- ◀ Clientèle: Les conditions de paiement données aux clients visitant les pubs sont en général fondées sur le paiement en espèces ou par carte de crédit.

Licences et permis

Pour ouvrir un pub, il faut une licence accordée par les autorités locales, par la police et par le Ministère de la Santé, après que les conditions nécessaires sont remplies.

Recommandations

- ◀ Il est recommandé de bien considérer la décision de monter un pub - l'environnement commercial, l'environnement physique et les aspects financiers et commerciaux. Cela étant, une préparation minutieuse, avec l'assistance de personnes professionnelles, réduira les risques d'échec commercial.
- ◀ Il faut examiner les régulations des autorités locales concernant les heures d'activité des lieux de loisirs afin d'éviter les dépenses imprévues d'amendes.
- ◀ Il faut constamment se tenir au courant en ce qui concerne de nouveaux arrêtés qui risquent d'avoir une influence sur les activités du pub et sa rentabilité. Par exemple : l'interdiction de fumer dans les endroits publics, interdiction de la sélection des clients dans les night-clubs, etc.
- ◀ Il faut se rappeler que les alcools ont une durée de conservation prolongée, mais il vaut mieux éviter de garder un trop grand stock pour limiter les dépenses courantes. La nourriture a une durée de conservation courte et s'abîme facilement, il est par conséquent important d'éviter l'achat d'un stock trop important pour éviter de devoir jeter les excédents.
- ◀ L'obtention d'un certificat de conformité religieuse « cachère » est un facteur important pour une partie des clients potentiels. La décision d'ouvrir un pub cachère doit se faire d'après une vérification du voisinage, l'examen des concurrents et des clients potentiels, en fonction de la conception du monde du propriétaire.
- ◀ Les pubs présentant des spectacles doivent s'assurer que la scène soit placée de façon à ce que toute l'assistance se sente concernée. Il est possible d'avoir un chanteur attitré ou de tenir des représentations se renouvelant.
- ◀ De nombreux pubs souffrent d'une épidémie de vols, causée en partie par le roulement relativement élevé du personnel. Une surveillance et des vérifications peuvent épargner des dépenses inutiles, mais il faut se rappeler d'une surveillance trop serrée causera une atmosphère de mécontentement parmi le personnel.
- ◀ Chaque pub doit adopter l'attitude à prendre pour limiter le comportement incongru de clients qui ont absorbé une goutte en trop.
- ◀ Il est recommandé de recourir à l'assistance du centre MATI local (Centre de Développement des Petites Entreprises) pour monter et faire fonctionner l'affaire.