

# Traiteur – Services de restauration

## Données sur la branche

La branche des traiteurs sert aussi bien le secteur commercial que le secteur privé. Selon l'évaluation, dans la branche opèrent aujourd'hui 850 affaires et sociétés dont 150 se disent fournisseurs de restauration des institutions et le reste du marché privé. Dans la branche, il existe un mouvement sensible d'ouverture et de fermeture d'affaires c'est pourquoi ces données restent une estimation seulement.

## Caractéristiques du marché

- La branche est de plus compétitive et des affaires de différentes tailles y travaillent.
- Le marché est soumis aux saisons.

Dans le marché des institutions existe la guerre de prix et le profit est minime.

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

Le marché des institutions:

- Les grandes sociétés, les usines et les institutions qui servent un repas chaud à leurs employés.
- Les jardins d'enfants et les centres d'éducation qui servent le déjeuner aux enfants.
- L'armée et la police

Le marché privé:

- Les clients qui fêtent un événement dans les jardins de réceptions et préfèrent un traiteur venant de l'extérieur ainsi que les clients qui font des réceptions chez eux.

Il y a des affaires et des sociétés qui offrent une réception et sont intéressés par un niveau de restauration haut de gamme.

## Concurrence

La concurrence est grande. Elle provient principalement d'autres affaires semblables, sectorisées selon les marchés.

En plus, il existe dans le marché des institutions la concurrence des restaurants situés dans les zones industrielle et commerciale. Une partie des employeurs a un accord avec ces restaurants (comme il se doit principalement, dans les branches de l'informatique).

Un autre concurrence dans le marché privé, celle des jardins de réceptions et des salons qui produisent leur propre restauration

## Fournisseurs

Les fournisseurs se partagent en deux groupes principaux:

- Les fournisseurs de produits bruts: produits de base, boissons et produits prêts.
- Les fournisseurs d'équipement: pour la cuisine, vaisselle, ustensiles pour le transport, emballage.

## Moyens de marketing

Marché des institutions: publicité dans les guides professionnels et dans les pages jaunes, contact avec une clientèle potentielle par l'intermédiaire de personnel de vente.

Marché privé: publicité dans les journaux, pages jaunes, guides de mariages, sites Internet relatifs à la branche, participation aux expositions et inscriptions à la "liste des recommandés" des jardins de réceptions et des salons.

## **Facteurs influençant la réussite**

Dans le secteur des institutions l'élément principal qui influence la réussite est le prix.

En plus les marges minimales demandent de bien gérer les dépenses du roulement opérationnel afin de sauvegarder les bénéfices.

Marché privé: l'élément principal est la réputation

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

L'obstacle à l'entrée dans le marché des institutions est l'investissement important nécessaire. Autres obstacles: processus d'obtention de permis de commerce et de producteur.

## **Personnel**

Pour faire marcher une affaire de traiteur pour institutions il faut: un chef, des cuisiniers, des aides cuisiniers et d'autres employés, des chauffeurs, des livreurs, des serveurs, des employés d'administration et de gérance, du personnel de marketing et de vente.

Dans une affaire qui donne un service de restauration pour les réceptions on ajoutera un directeur de réceptions, un responsable pour la bonne marche et la réussite et du personnel de logistique.

## **Équipement nécessaire:**

Équipement de cuisine et son mobilier, ustensiles pour le transfert, vaisselle pour la cuisine, plats pour le service, comptoir, vaisselle de table, véhicules, etc.

## **Financement:**

### **Investissement requis**

Le volume d'investissement dépend de la cible de l'affaire, de son emplacement, de l'équipement nécessaire, du rayon d'action qu'elle envisage, etc.

C'est pourquoi il est important, avant de monter l'affaire de préparer un programme d'investissement qui prendra en considération tous ces éléments.

A cause de la complexité de l'investissement et de la diversité des possibilités, on doit absolument demander l'avis d'un spécialiste avant de réaliser l'investissement

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

Marché des institutions:

- Prix par assiette: 15 – 20 shekels selon le menu et le nombre de personnes.
- Taux de marge brute en moyenne: 40%

Marché privé:

- Prix par assiette: 60 – 250 Nis selon le menu et le nombre de personnes.

Taux de marge brute dans le marché privé: 65% du chiffre d'affaires.

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

Marché des institutions:

Crédit des fournisseurs: entre mois courant + 30 jours et mois courant + 60 jours.

Clients: les conditions de paiement sont établies dans le contrat d'adjudication: entre courant + 30 jours et courant + 60 jours.

Marché privé:

Crédit des fournisseurs: entre mois courant + 30 jours et mois courant + 60 jours.

Clients: Conditions de paiement d'usage: acompte au moment de la commande et paiement du reste le jour de la réception.

## **Niveau de risques**

L'investissement important et la grande concurrence dans la branche mettent les affaires à un niveau de risques au-delà de la moyenne; c'est pourquoi on a besoin de préparer un programme financier minutieux afin d'éviter l'échec.

## **Licences et permis**

Pour faire marcher une affaire dans la branche, on a besoin d'un permis de commerce délivré par l'Autorité locale et d'un permis de producteur – d'un permis du Ministère de la Santé et de l'Inspection Sanitaire.

## **Assurances**

Assurance de l'affaire (contenu et stock) et assurance d'un tiers 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

