

# Traiteurs

## Division secondaire de la branche

La branche des traiteurs (catering) se divise en deux secteurs. Le marché des organismes, qui fournit des repas de traiteur aux usines ou de grandes compagnies, et le marché individuel qui est concentré sur les repas de fêtes.

- ◄ **Le marché des organismes** : La branche des repas pour organismes se caractérise par l'opération de centaines de fournisseurs qui procurent des dizaines de milliers de repas par jour. C'est une branche de grande concurrence et celle-ci y est sévère.
- ◄ **Le marché individuel** : Le nombre des entreprises actives sur ce marché est relativement grand. On estime qu'en plus des salons de banquet et les jardins pour événements en plein air, il existe en Israël environ 750 à 800 entreprises de traiteurs. Il y a un renouvellement assez élevé des petites entreprises.

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

- ◄ **Le marché des organismes** : Les clients sont de grandes entreprises, des usines et des organismes qui procurent des repas chauds à leurs employés. Ces organismes ont découvert qu'il n'est pas économiquement rentable de faire fonctionner des cuisines, et c'est pourquoi ils procurent à leurs employés des repas au moyen des services de traiteurs. Des exemples d'organisme qui ont recours aux services de traiteurs sont : La Police d'Israël, la Compagnie d'Electricité, l'Autorité des Aéroports, Amdox, Pélé-Phone, l'Université de Tel Aviv, les maisons de retraite, etc. Dans de nombreux kibboutz et autres endroits disposant de cuisines, il est courant de faire des accords avec un traiteur qui baisse les coûts de commande contre l'usage de l'équipement de la cuisine pour les autres clients.
- ◄ **Le marché individuel** : Prennent place en Israël, en moyenne, environ 200 000 banquets par an (le nombre des banquets n'est pas forcément influencé par les conditions de sécurité ou la situation économique ; celles-ci influencent surtout les prix de revient), avec une moyenne de 150 à 200 convives par banquet. Ces données ne comprennent pas les fêtes de moins de 100 convives ou faites à la maison. La plus grande partie de ces banquets sont de fêtes individuelles (mariages, circoncisions, etc.). Le nombre des mariages est estimé à 30 000 par an (16 % du total des banquets). Les mariages constituent un pourcentage appréciable du chiffre d'affaire des banquets à cause du nombre important de convives et le prix du repas qui est élevé en comparaison des autres occasions.

## Concurrence

La concurrence dans cette branche vient surtout de la part des entreprises semblables, en fonction du partage selon les marchés visés. Aujourd'hui, la concurrence est grande, car de nombreuses entreprises sont actives.

- ◀ **Le marché des organismes** : Fonctionnent dans ce secteur de grandes, moyennes et petites entreprises, selon le partage suivant :

Taille de l'entreprise	Nombre de repas par jour	Tranche du marché (par le nombre de repas)
grandes entreprises	plus de 6000	40 %
moyennes entreprises	de 2000 à 6000	25 %
petites entreprises	jusqu'à 2000	35 %

Il y a en outre dans le marché des organismes la concurrence des restaurants situés dans les zones industrielles et commerciales. Une partie des employeurs passent des accords pour les repas avec ces restaurants (comme il est surtout coutume dans le High-tech)

- ◀ **Le marché individuel** : On peut également classer les traiteurs individuels selon leur taille : les grandes entreprises dont le chiffre d'affaires atteint 10 millions de shekels par an ; les traiteurs de taille moyenne qui font aux alentours de 2,5 millions de shekels par an ; et les petits traiteurs dont les rentrées sont jusqu'à un million de shekels par an. La plupart des traiteurs sur le marché individuel sont de petites et moyennes entreprises. Une concurrence supplémentaire vient des salons de banquet et les jardins pour événements en plein air qui fournissent eux-mêmes des services de traiteur, ainsi que les restaurants et les chefs cuisiniers privés qui fournissent la possibilité de service de traiteur pour de petites occasions.

## Moyens de marketing

- ◀ **Le marché des organismes** : La plus grande partie des efforts de marketing consiste d'annonces dans les guides professionnels et dans le bottin téléphonique professionnel (pages jaunes). Les traiteurs s'adressent en outre de leur propre initiative aux clients potentiels. Les grands clients publient généralement des appels d'offres pour sélectionner l'entreprise qui leur fournira les services de traiteur.
- ◀ **Le marché individuel** :
  - Publicité dans les revues s'adressant au marché des fêtes privées, tels les revues de mariage qui s'adressent à ce public cible et contiennent des renseignements sur une variété de services dans ce domaine (comme « Hatan-Kala », « Mithatnim », etc.).
  - De nombreux traiteurs font également de la publicité dans les journaux locaux et par la distribution de tracts publicitaires. Une partie des entreprises participent à des expositions concernant les mariages qui ont lieu de façon régulière.
  - Figuration dans les listes des « suggestions » des jardins pour événements (ce qui souvent se fait en échange d'un pourcentage du paiement pour le banquet ayant lieu dans ce jardin ou salon et pour lequel le traiteur fournit les repas).
  - Un autre moyen de marketing important est la réputation de l'entreprise. Dans de nombreux cas, la publicité du traiteur se fait par des recommandations faites de bouche à oreille, par les convives d'un banquet.
  - Utilisation de l'Internet par un site personnel et l'inscription ou publicité dans les sites d'information concernée.

## Investissement requis

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

Dans le marché des organismes, le prix est fixé par repas effectivement servi (c'est à dire repas utilisé) avec le supplément d'un pourcentage de réserve fixé l'avance. Dans certains cas, comme les kibboutz et / ou les grandes compagnies, le convive participe en partie au coût du repas.

Le prix d'un repas de midi à la viande sans boisson coûte environ 15 shekels par convive dans les kibboutz et 35 shekels dans les entreprises privées.

Dans le marché individuel, les profits pour un banquet sont calculés en multipliant le prix d'un repas par le nombre de convives. On peut calculer le nombre de convives d'un banquet ordinaire en multipliant le nombre de serveurs par 35 (le nombre moyen servis par chaque serveur). Dans un cocktail, on multiplie le nombre des serveurs par 55.

Le chiffre d'affaire par serveur est le prix d'un repas multiplié par le nombre de convives servis par lui. Les prix des repas varie selon le menu choisi par le client et coûte aujourd'hui dans la plupart des cas entre \$ 40 et \$ 120 par convive.

## **Prix et profit dans la branche**

### ◀ **Le marché des organismes :**

- Le taux de profit brut moyen est de 40 %.
- Le taux de profit opérationnel pour les traiteurs dans le marché des organismes se situe entre 5 % et 7%.
- Ce faible taux de profit opérationnel est dû à la dure concurrence qui existe dans ce secteur, qui cause la baisse des prix. Ces taux de profit opérationnels font que de nombreuses entreprises ne parviennent pas à faire des bénéfices opérationnels. Le prix du repas tourne entre 15 shekels et 35 shekels selon la composition du repas.

### ◀ **Le marché individuel :**

- Le taux de profit brut moyen dans le marché individuel est de 75 % environ.
- Le taux de profit net avant impôts est estimé à environ 28 % du chiffre d'affaire.

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

### ◀ **Le marché des organismes :**

- Le crédit accordé par les fournisseurs se situe entre courant plus 30 jours et courant plus 60 jours. De nouvelles entreprises, on exigera le paiement comptant et / ou le dépôt de garanties.
- Les conditions de crédit accordées aux clients sont établies par l'appel d'offres et se situent entre courant plus 30 jours et courant plus 60 jours.

### ◀ **Le marché individuel :**

- Le crédit accordé par les fournisseurs se situe entre courant plus 30 jours et courant plus 60 jours. De nouvelles entreprises, on exigera le paiement comptant et / ou le dépôt de garanties.
- Les conditions de paiement habituelles pour les clients : une avance à la commande et paiement du solde par chèque comptant le jour du banquet. A cause de la concurrence, une partie des entreprises ont aujourd'hui tendance à accorder des conditions de paiement plus souples, surtout pendant les périodes de calme et en hiver.

## **Licences et permis**

- ◀ Licence d'exploitation, licence de la mairie, licence de producteur.
- ◀ Licence du Ministère de la Santé et contrôle d'hygiène.
- ◀ Conformité religieuse « cachère » : Tous les repas dans le secteur des organismes doivent être cachères. Dans le secteur individuel, le traiteur doit décider s'il veut avoir un certificat de conformité religieuse « cachère ».

## **Recommandations**

Il est recommandé de vérifier constamment le niveau des prix, afin de connaître les tendances et les variations de prix aussitôt que possible. Dans cette branche, il est assez facile d'opérer cette vérification.

L'obtention d'un certificat de conformité religieuse « cachère » est un facteur important pour une partie importante des clients potentiels. Un traiteur cachère devra établir ses menus en tenant compte des exigences de cette conformité religieuse, payer le coût de la surveillance et il ne pourra pas opérer les sabbats et les jours de fête. Un traiteur qui n'est pas cachère, en revanche, risque de perdre de nombreux clients qui font attention aux exigences religieuses.

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.