

Comment ouvrir votre Restaurant ?

Le Guide de A à Z

Introduction	p 5
Chapitre 1 : Vous	p 10
Chapitre 2 : Le marché de la restauration	p 18
Différents types de restaurants	p 19
Le besoin du client	p 21
Les tendances actuelles et les tendances à venir	p 22
Chapitre 3 : Les compétences du restaurateur	p 26
Votre personnalité	p 29
Seul ou à plusieurs ?	p 30
Les diplômes	p 31
Les formations obligatoires	p 35
Le permis d'exploitation	p 35
La formation hygiène	p 36
Les démarches à réaliser	p 37
La licence	p 37
La DDPP	p 39
Déclarer et créer son entreprise	p 40
Choisir son statut juridique	p 41
L'auto entreprise	p 42
L'entreprise individuelle	p 42
L'entreprise individuelle à responsabilité limitée	p 43
L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée	p 43
Société par actions simplifiées unipersonnelle	p 44
Société à responsabilité limitée	p 44

Société anonyme	p 45
Société par actions simplifiées	p 45
Ouvrir un compte bancaire	p 46
Souscrire une assurance	p 47
Les normes	p 48
 Chapitre 4 : Construire votre projet du rêve à la réalité	 p 53
Définir son concept	p 54
La franchise	p 57
Etudier la concurrence	p 58
La zone de chalandise	p 59
L'emplacement – le local	p 59
Le bail commercial	p 60
Le fonds de commerce	p 60
Le nom	p 61
Quel positionnement vais-je choisir ?	p 62
L'étude de marché	p 62
Le business plan	p 63
Le financement	p 64
 Chapitre 5 : Comment bien recruter son équipe ?	 p 67
Le recrutement	p 68
L'arrivée du salarié	p 69
Le contrat	p 69
Gérer le personnel	p 70
Salaires	p 70
L'ambiance de travail	p 71
L'expérience client	p 72
Les affichages obligatoires pour le personnel	p 73

Chapitre 6 : Comment gérer son restaurant ?	p 74
Introduction	p 76
La carte de restaurant	p 77
Le choix des fournisseurs	p 82
Les charges de personnel	p 83
La gestion des achats, les stocks, l'inventaire et les ratios	p 84
Le tableau de bord	p 84
Les investissements	p 85
Le contrôle de gestion	p 87
Le seuil de rentabilité	p 87
Les charges fixes	p 88
Les charges variables	p 88
Le compte de résultat	p 89
Le bilan	p 89
La trésorerie	p 90
La comptabilité et les règles fiscales	p 92
 Chapitre 7 : Marketing et commercial	 p 94
La qualité	p 95
L'expérience client	p 95
Le personnel	p 96
La fidélisation	p 97
 Conclusion	 p 101

Introduction

Je vous remercie, tout d'abord, d'avoir téléchargé cet ebook.

Vous avez réellement un contenu de qualité entre les mains, qui va vous aider dans votre parcours jusqu'à l'ouverture de votre restaurant.

Vous voulez ouvrir un restaurant ?

Votre rêve depuis des années est d'avoir votre propre restaurant.

C'est le rêve de beaucoup de français.

Vous aimez cuisiner pour votre famille et vos amis, vous aimez recevoir, vous aimez le contact avec les autres et avec la clientèle.

Mais cela ne suffira pas pour ouvrir un restaurant.

Vous avez regardé et effectué des recherches sur internet, il y a beaucoup d'informations.

Mais vous ne savez pas comment vous y prendre et par où commencer ?

C'est le point de départ d'une nouvelle aventure, d'une nouvelle vie, d'un nouvel objectif.

Il faut savoir qu'un tiers des français souhaite créer son entreprise. Mais combien passe réellement à l'action ?

Combien de personnes sont effrayées par des projets. Ils ont cette étincelle, ce déclic.

Ils aimeraient réaliser quelque chose mais ils ne voient que les problèmes.

Malheureusement, c'est bien souvent le découragement puis l'abandon.

Le rêve n'aura été que de quelques minutes.

Vous êtes au début de votre projet.

Prenez le temps.

Prenez le temps qu'il vous faut.

Il vaut mieux parfois « perdre quelques semaines ou mois » afin que votre projet soit bien abouti, plutôt que de foncer « tête baissée » et d'aller droit dans le mur.

Grace à cet ebook, vous avez les clés pour réussir, et un guide complet avec toutes les actions à mettre en place avant l'ouverture de votre future entreprise.

Si vous appliquez et mettez en place ces actions, votre vie va changer et vous obtiendrez ce que vous souhaitez. Cela peut être :

- Une reconversion professionnelle avec un métier qui vous attire
- Quitter le salariat et devenir votre propre patron
- Réaliser votre rêve de toujours
- Travailler en association avec votre conjoint ou votre conjointe, avec un ami, un collègue ou un membre de votre famille
- Changer et améliorer votre qualité de vie
- Quitter votre ville actuelle et vous installer dans une autre région pour des raisons qui sont les vôtres.

Peu importe la raison profonde et votre objectif final.

Il faut que vous passiez à l'action, que vous suiviez les chapitres de cet ebook afin d'arriver à votre résultat final : ouvrir votre restaurant.

Qui suis-je ?

Je m'appelle Bruno SIMON.

Depuis mes débuts, au lycée hôtelier, mon désir le plus profond était d'avoir mon propre établissement.

J'ai donc passé plusieurs diplômes et effectué de nombreux stages, afin de me lancer dans la vie active.

Ma carrière a débuté en 1997. J'ai changé régulièrement d'établissement et de région, tout en gravissant les échelons jusqu'en 2006.

A cette période, j'habitais dans la région pays de la Loire et c'était mon premier poste de directeur dans un hôtel-restaurant.

Après avoir passé plus d'un an à reconquérir la clientèle, commercialiser l'établissement et augmenter la marge bénéficiaire, je sentais que le moment était venu de me lancer dans l'entrepreneuriat. Pour être honnête, je voulais quitter le salariat et devenir mon propre patron.

J'ai commencé à chercher des hôtels restaurants avec un fonds de commerce à vendre.

Je suis allé chercher des informations sur internet, mais ces dernières n'étaient pas celles d'aujourd'hui. Il n'y avait quasiment rien sur ce sujet.

Il a fallu que je me débrouille seul avec mes connaissances de l'époque.

J'aurais tant voulu trouver sur la toile, un ou deux blogs, des informations qui puissent me guider, me donner des conseils, une marche à suivre pour reprendre un restaurant.

Après plusieurs mois, de nombreuses démarches et de nombreuses visites d'établissements ; j'ai trouvé un petit hôtel restaurant en région centre que j'ai repris avec un associé.

Puis, au bout de 2 ans, je lui ai revendu mes parts pour retourner dans le salariat et continuer à évoluer.

J'ai ensuite fait l'ouverture d'un établissement dans la région centre, puis deux ans plus tard, je suis arrivé dans les hauts de France, ma région actuelle et ma région d'origine.

Cela fait donc plus de 10 ans que je suis dans le même groupe. J'ai continué à apprendre de nouvelles choses et à évoluer. Je suis actuellement responsable de plusieurs établissements (hôtels et restaurants) avec de nombreux collaborateurs.

Tout comme vous, j'ai décidé de prendre une nouvelle orientation en plus de mon poste actuel.

C'est pour cela que j'ai créé ce blog afin de vous aider, vous donner des conseils et vous guider dans l'aventure de l'entrepreneuriat.

Pour ouvrir votre restaurant, vous aurez besoin de franchir les paliers un à un.

C'est pourquoi ce guide est divisé en 7 étapes.

- L'étape 1 vous concerne directement. Quelle est votre mentalité, votre envie, votre état d'esprit ?
- L'étape 2 c'est le marché de la restauration, quel type de restauration choisir, pour quel client et quelles sont les tendances.
- L'étape 3 est un aperçu global des compétences que doit avoir le restaurateur de nos jours.
- L'étape 4 est la construction de votre projet : quel concept allez-vous choisir, franchisé ou pas, quel emplacement, le business plan, le financement ...
- L'étape 5 c'est le recrutement et la gestion d'une bonne équipe de collaborateurs.
- L'étape 6 est une série de points indispensables en termes de gestion pour monter votre projet et assurer la rentabilité de votre entreprise sur le long terme.
- L'étape 7 est la stratégie commerciale et marketing à mettre en place pour faire connaître votre restaurant, attirer les clients et les fidéliser.

J'ai décidé de me concentrer uniquement sur ce qui est concret et efficace afin d'enlever ce qui est inutile et superflu.

Je veux vous guider et vous aider à lancer votre business et ouvrir votre restaurant.

Que votre future entreprise soit un fast-food, un bistrot, une crêperie, un restaurant traditionnel etc...

Puisque je souhaite vous accompagner et vous aider, je me dois d'être honnête avec vous et vous dire les choses telles qu'elles sont en réalité.

La restauration est un métier difficile avec de nombreuses contraintes.

Il vous faudra travailler de nombreuses heures (surtout au début) en faisant des sacrifices.

Vous rencontrerez des difficultés, des problèmes qu'il faudra résoudre ; et certains jours, vous serez découragé et vous aurez le moral dans les chaussettes.

Mais vous avez la méthode et les outils pour réussir, alors allez-y !!

Je suis là pour vous aider et le résultat en vaut le coup

N'oubliez jamais une chose

Quel est votre but ?

Ouvrir votre restaurant.

Je souhaite vous proposer deux citations qui représentent, à mes yeux, notre profession.

« Un grand restaurant ne se résume pas uniquement aux clients et aux belles voitures. Derrière il y a de la rigueur, de la passion, de l'amour du travail bien fait, de la discipline et de la transmission du savoir. » Auteur inconnu, cité dans le Figaro

« Le leadership est la capacité d'un leader à tracer la route en s'assurant de l'adhésion totale de ses collaborateurs. » Citation d'Alain Ducasse

Avez-vous envie d'en savoir plus et de suivre ce guide étape par étape ?

Alors allons-y !

VOUS

Un grand nombre d'études montrent qu'environ un français sur 3, rêve de devenir son propre patron.

En réalité, combien passent réellement à l'acte ?

Vous voulez devenir patron ?

Mais comment y arriver ?

Par les actes et votre travail quotidien, bien entendu ; mais aussi par votre moral et votre état d'esprit.

Un mental d'entrepreneur vous sera essentiel pour réussir et vous conduire vers le succès.

Qu'est-ce que l'état d'esprit entrepreneur ?

La définition peut être une force mentale, une manière de penser et d'agir ou une volonté d'entreprendre.

C'est un levier énorme pour décupler votre travail et donc vos résultats.

L'entreprise dans laquelle vous travaillez actuellement, est gérée par différents services ou différents responsables. Dès que vous aurez lancé votre projet restaurant, tout va reposer sur les épaules d'une seule personne : Vous.

Vous pourrez ressentir une pression qui va s'intensifier au fur et à mesure de l'avancement de votre objectif.

Il vous faudra fournir une énergie constante sur le long terme.

Voici les conseils les plus puissants afin d'acquérir un état d'esprit « Entrepreneur » :

- **Rebondir après un échec.**

L'adage veut que lorsque vous tombez de vélo, il faut se remettre en selle de suite.

En effet, il est fortement conseillé de rebondir et de recommencer après un échec.

Mais avant, il faut comprendre les raisons de ce dernier.

Vous serez alors plus fort, grâce à cette déconvenue et cela « vous fera grandir » professionnellement.



Exemples de personnes qui ont réussi malgré leurs échecs :

Albert Einstein :

Il est très souvent associé à l'intelligence et au génie. Pourtant, il faut savoir que le pionnier de la théorie de la relativité générale, ne parlait pas couramment avant ses neuf ans.

Sa nature rebelle l'a conduit à l'expulsion de l'école et il a été refusé à l'admission de l'école polytechnique de Zurich.

Ses échecs antérieurs ne l'empêchent cependant pas de remporter le prix Nobel de physique en 1921.

« Le succès est un échec en cours » Albert Einstein

Michael Jordan :

On pourrait croire que les compétences de Mickaël Jordan en basketball sont uniquement liées à son talent naturel. Il faut savoir qu'il a été tout simplement exclu de son équipe de basket quand il était au lycée...

Ce sont ses années d'effort, de pratique et d'échec qui ont fait la vedette que nous connaissons aujourd'hui.

Le succès de Michael Jordan est avant tout dû à sa motivation et à sa persévérance qui l'ont poussées à réussir malgré les difficultés.

« J'ai raté 9000 tirs dans ma carrière. J'ai perdu presque 300 matchs. 26 fois, on m'a fait confiance pour prendre le tir de la victoire et j'ai raté. J'ai échoué encore et encore et encore dans ma vie. Et c'est pourquoi je réussis. » Michael Jordan

Comme vous pouvez le voir, avant d'arriver au succès, ils ont connu l'échec, parfois plusieurs fois. Ils sont tombés, mais ils se sont relevés et ils ont continué à progresser

- **Savoir se Vendre et Communiquer**

Même si vous n'êtes pas encore commercial dans l'âme, il faudra que vous le deveniez un minimum.

Ce point vous sera indispensable, que ce soit avec un client, un fournisseur, un collègue, un autre commerçant ou tout autre individu.

Toutes ces personnes peuvent à terme devenir un client potentiel.

Vous devrez savoir proposer et vendre vos services ainsi que votre établissement.

- **Faites preuve de rigueur et de discipline** vis-à-vis de vous-même (régularité dans le travail).

- **N'hésitez pas à vous entourer**, osez demander de l'aide

Une personne a plus de chance de réussir si elle est bien entourée et soutenue.

- Que ce soit par votre entourage, votre famille, vos amis.
 - o Votre nouveau challenge devra être accepté par votre famille car cela aura des conséquences sur eux également.

- Que ce soit professionnellement.
 - o Pour chaque discipline, si vous « galérez », sachez vous entourer d'un professionnel.
 - o Le but sera de vous faire gagner du temps, de l'argent, et de vous former grâce à son expertise.

Sans prêcher pour ma paroisse, à votre avis, pourquoi le métier de coach existe ?

Le coach est là pour guider et accompagner un entrepreneur dans les moments essentiels et parfois difficiles de sa vie. Pour l'assurer d'un soutien objectif, qualifié et infaillible.

- **Ayez une vision à long terme :**

Visez une seule chose : Votre but final, votre objectif.

Peu importe les obstacles et les moments difficiles.

L'aboutissement de votre projet peut prendre plus de temps que prévu, persévérez.

Ne cherchez pas le court terme.

Vous allez monter un restaurant et ce sera pour des années.

- **L'ego est l'ennemi numéro 1 :**

Être arrogant et avoir un égo « démesuré » est le pire ennemi de l'entrepreneur. Ce fait vous bloquera à un moment donné et lorsque cela arrivera, ce sera « la douche froide ».

Même si ce n'est pas facile de le dire et de l'entendre, il faut être conscient de ses forces et de ses faiblesses.

Comment pouvez-vous progresser afin d'améliorer certaines lacunes si vous ne posez pas un bilan objectif de la situation ?

On a tous des faiblesses et c'est tout à fait normal.

Il faut simplement travailler afin de les améliorer.

Il faut accepter le fait de ne pas tout savoir et de pouvoir se tromper.

- **Cette nouvelle façon de penser et de voir les choses se construit au fur et à mesure.**

Personne ne naît avec un mental d'entrepreneur.

C'est un travail que chacun doit faire.

- **Surpasser sa peur**

Tout le monde a peur de différentes choses et du « regard des autres ». C'est normal.

Le cerveau humain est « programmé » pour cela car l'homme n'aime que peu le changement.

Il préfère la routine, ce qu'il connaît, ce qui le rassure et ce qu'il maîtrise.

Vous serez contraint de franchir cette barrière pour pouvoir avancer.

Une solution simple est d'avoir un état d'esprit positif et de se dire, chaque jour « Je vais y arriver ».

Cette phrase s'enracinera dans votre cerveau et deviendra une routine.

Il y aura donc moins d'appréhension et une habitude mentale s'installera.

- **N'écoutez pas les pensées négatives.**

Elles sont nocives pour votre état d'esprit et votre motivation.

- **La Motivation :**

C'est sûrement la clé la plus puissante pour devenir entrepreneur.

On peut la définir comme une envie intense, une « rage » de réussir et d'accomplir ses objectifs.

La motivation est votre but.

Si votre motivation est d'accueillir les clients, de leur faire plaisir avec « de bons plats », de leur faire passer un moment agréable dans votre établissement. Vous avez tout compris.

Nul doute qu'ils sentiront cela en vous et ils reviendront pour cela.

De cette fidélité découlera, bien normalement, les bénéfices, la rentabilité de votre entreprise et votre rémunération.

L'argent est la conséquence de votre réussite. Ce n'est pas une motivation.

Si c'est la vôtre, alors vous n'êtes peut-être pas prêt pour devenir patron.

Exercice sur votre Motivation

C'est une des étapes qui est indispensable et trop souvent négligée voir ignorée.

Avant de vous lancez, vous devez vous poser ces quelques questions :

- Quel est mon objectif final ?
- Pourquoi je veux devenir mon propre patron ?
- Quel est l'impact de ce projet sur ma famille, sur mes loisirs ... ?
Ce projet entraînera-t-il des changements dans ma vie quotidienne ? Etes-vous prêt à les accepter ?
- Quelle est la conséquence financière de mon projet sur ma famille, sur moi-même (adaptation du salaire selon le chiffre d'affaires réalisé). Est-ce que cela est réalisable ?

Vous pouvez faire ce petit exercice :

Prenez une feuille et indiquez simplement ces 4 éléments :

- Mes objectifs
- Mes compétences
- Mes points faibles + solutions
- Mes doutes + solutions

Le but est que vous puissiez trouver, pour chaque élément, au moins un ou deux points.

Cet exercice vous permettra d'avoir, par écrit, une photo à un instant précis de ces points essentiels.

Il vous donnera aussi un aperçu de vos forces et vos faiblesses, des points sur lesquels vous devez travailler, vous former ou approfondir.

Bien entendu, vous pourrez y revenir autant de fois que nécessaire.

Pour les points faibles et les doutes, le but est de trouver une solution à chaque point que vous noterez

Comment lire le résultat de cet exercice ?

Il n'y a pas de bonne ou mauvaise réponse.

Cet exercice vous permet juste de prendre une photo de vous à un moment donné et de vous aider.

- Les voyants sont au vert si vous êtes prêt à aller plus loin, à vous lancer.
Pour chaque problème, vous avez trouvé une solution à mettre en place.
- S'il vous reste 1 ou 2 points à résoudre, vous êtes presque prêt.
C'est une question de temps, ce n'est pas grave.
Ne vous précipitez pas. Résolvez ces points et ce sera le feu vert pour votre nouvelle aventure dans quelques mois.
- Si de nombreux points restent sans solution, ce n'est peut-être pas le bon moment de vous lancer car vous avez des contraintes pour l'instant.
Psychologiquement vous n'êtes peut-être pas prêt (trop de craintes, de peurs...), ou vous manquez de temps.
Dans quelques temps ce sera plus facile.
Profitez de ce temps pour vous former, pour apprendre ce dont vous allez avoir besoin plus tard.
Ou alors
Vous n'êtes peut-être pas fait pour devenir patron et sacrifier de nombreuses choses de votre vie actuelle.

N'oubliez jamais que vous n'êtes pas seul.

Il ne faut pas vous enfermer dans une situation. D'autres avant vous ont déjà vécu cela et ils peuvent vous aider, je sais de quoi je parle !

Après ces recommandations et cette partie très intéressante concernant votre motivation et votre état d'esprit, nous allons aborder le chapitre vous expliquant les différents types de restauration qui existent.

Le marché de la restauration

Avant d'ouvrir votre restaurant, il faut comprendre le marché dans lequel vous allez évoluer

Il est important de vous créer une culture professionnelle de ce secteur.

Pour y arriver, abonnez-vous aux newsletters des différents sites dédiés à la restauration afin de vous tenir au courant des dernières tendances, et de vous inspirer des expériences d'autres professionnels.

Selon vos connaissances actuelles, il est possible que vous vous sentiez un peu perdu face aux flux d'informations. Pas de panique, c'est tout à fait normal.

Le temps et la patience seront de précieux alliés.

Laissez parler votre curiosité

Lisez, dans un premier temps, des articles qui vous intéressent. Vous pourrez constater que petit à petit, vous serez de plus en plus à l'aise avec ce nouveau monde de la restauration.

Ce n'est qu'une question de temps.

Vous allez apprendre tout cela !

Différents types de restaurants

Il existe plusieurs types de restauration que nous allons voir :

La restauration classique

- Le restaurant d'hôtel
- Le restaurant traditionnel (brasserie, bistrot)
- Le restaurant gastronomique
- Le restaurant bistronomique
- La pension de famille
- Le restaurant routier

La restauration rapide

- Le fast Food
- La cafétéria / self-service
- La sandwicherie
- Le snack
- Le kebab
- La restauration automatique (distributeur de pizza ou autres, proche des axes routiers ou en centre-ville)

La restauration à Thème

- Autour d'un pays (Italie, Maroc, Libanais, Indien, Mexicain, Chinois...)
- Autour d'un produit (crêperie, bar à soupes, les viandes, les pizzas, les moules)
- Une façon de vivre (végétarien, végétan, diététique)

La restauration traiteur

- Classique : le traiteur cuisine, livre le repas et le client gère le service
- Complète : Le traiteur cuisine ainsi que toute la prestation de restauration (mise en place de la salle, service avec le personnel, nettoyage, plonge etc...)

La restauration dans les transports

- *Aérien*
- *Maritime*
- *Ferroviaire*

La restauration de collectivités

- Restauration d'entreprise
- Cantine scolaire
- Hospitalière
- Pénitencière
- Pour le ministère des armées

A domicile

- Depuis quelques années, on voit de plus en plus de chefs à domicile. Le client traite directement avec le chef de ce qu'il souhaite, du budget par personne, du type de plats et le chef s'occupe de tout. Le client a juste à mettre « les pieds sous la table ». Ce type de restauration est choisie pour des repas avec un nombre limité de convives, cocktails ou brunchs (mélange des 2 mots « breakfast » petit déjeuner et de « lunch » déjeuner). Il existe également des sites regroupant de nombreux chefs à domicile indépendants

Le besoin du client

Il y a quelques dizaines d'années, le client allait au restaurant, il prenait son temps pour le déjeuner.

Désormais, cela a fortement changé.

Bien entendu certains clients aiment toujours prendre leur temps au restaurant (que ce soit seul, entre amis ou en famille), mais il s'agit d'une clientèle qui vient sur son temps libre et non des clients composés de professionnels.

Ces derniers ont un temps plus restreint pour se restaurer

Le temps dont dispose le client pour déjeuner a une influence énorme sur le type de restauration que vous pouvez lui proposer.

IL est évidemment inutile de proposer une cuisine gastronomique à un client qui n'a qu'une demi-heure pour déjeuner.

Je ne répéterais jamais assez l'importance de connaître les tendances actuelles, d'analyser les facteurs de réussite des différents modes de restauration, de ce qui se fait chez la concurrence.

Chaque secteur professionnel se doit d'être au courant des nouvelles pratiques ou des dernières avancées technologiques afin d'optimiser au mieux leur rendement et donc leur rentabilité.

Il en est de même pour les restaurants.

Les tendances actuelles et les tendances à venir

Tout d'abord, je vais vous donner des exemples d'études sur la restauration, et ensuite je vous ferais un résumé des tendances.

D'après une étude du groupe d'analyses NPD: « en 2019, les Français auraient dépensé 57,3 milliards d'euros pour se restaurer en dehors de leur domicile (cafés, bars, brasseries, fast-foods, restauration dans les transports et lieux de loisirs, cantines d'entreprise et distribution automatique). Des dépenses en hausse de 1,7 % par rapport à 2018, pour une fréquentation qui progresse de 0,8 %.

Le marché de la restauration commerciale a été poussé par le dynamisme de la restauration rapide. Moteur de croissance du marché, le secteur a bénéficié d'une augmentation de 4,5 % en dépenses et de 2,6 % en visites. Une tendance pérenne au fil des trimestres.

Ces chiffres sont aussi le résultat de nouvelles habitudes de consommation, à l'instar de la livraison qui concentre à elle seule « un quart de l'ensemble des gains du marché ». Elle « apporte une réponse instantanée aux besoins de flexibilité et de diversification du secteur, et aux mutations des habitudes de consommation », précise dans l'étude Audrey Adnet, en charge de la restauration à domicile en France chez NPD Group ».

TheFork (plateforme de réservation de restaurants, anciennement La Fourchette) a demandé à ses clients et à des restaurateurs quelles seraient les grandes tendances 2021. Voici les résultats de l'étude.

- « La crise sanitaire a contraint les clients à rester chez eux et donc à faire la cuisine.
61% des personnes interrogées pensent qu'elles vont conserver cette habitude.

L'envie de retourner dans un restaurant est l'activité qui manque le plus aux clients.

Après la 1^{ère} vague Covid, on a vu l'engouement des clients qui sont revenus rapidement dans les restaurants.

- Le service de click & collect et de livraison à domicile, proposé par les restaurateurs a doublé depuis le début du Covid. Cette nouvelle prestation leur a permis de garder le contact avec leurs clients principalement. Rapide adaptation de la part des restaurateurs.
- 88 % des consommateurs consultent un avis avant de choisir un restaurant.
- Depuis le début de la pandémie, 60 % des personnes interrogées utilisent davantage les services numériques au quotidien. Côté restaurateurs, 64 % d'entre eux estiment que les outils numériques les ont aidés pendant la crise et 87 % continueront à les utiliser même après la crise. La réservation en ligne (65%), le paiement en ligne (86%) et le menu en ligne (46%) sont les outils les plus plébiscités.
- Le choix éco-responsable dans nos assiettes
L'alimentation est un puissant levier pour agir en faveur de la planète puisque 26% des gaz à effet de serre sont dus à la façon de se nourrir. 70 % des personnes interrogées accordent plus d'attention à leur approvisionnement et à la qualité de leur nourriture (durable, biologique...) et 30 % ont changé de fournisseur d'aliments
Pour les restaurateurs, 63% d'entre eux sont plus attentifs au gaspillage alimentaire et 43% proposent un menu réduit. Ils sont 52 % plus attentifs à l'origine de leurs produits et 15 % ont déjà franchi le pas en changeant de fournisseur pour des options plus éco-responsables ».

Le Groupe Logis Hôtels : première chaîne d'hôteliers-restaurateurs indépendants (ex Logis de France) avec 2300 établissements et 1800 restaurants a diffusé des premiers éléments, recueillis par la société de conseil Food Service Vision

« Parmi les 300 établissements ayant répondu, près de la moitié (47%) proposent désormais de la vente à emporter.

69% des établissements s'étant déployés sur ce nouveau canal de vente, souhaitent continuer à la proposer après la crise sanitaire.

A noter également, l'ajout de nouvelles lignes, en particulier sur une offre d'épicerie, souvent installée dans les salles de restaurant, pour 17% des établissements, ou de restauration livrée, pour 13% d'entre eux ».

Ces 3 résumés d'études montrent bien le contexte actuel, la demande des clients et la réaction des restaurateurs.

On peut résumer tout cela en quelques points :

- **Ces 3 systèmes de commandes à distance et de livraison ont vu un accroissement depuis le covid. Il s'agit :**

Du Click & collect (qui est en nette évolution),

Des sociétés de livraison à domicile (5 % du volume de la restauration commerciale en 2019), et

Des bornes de commande pour éviter les files d'attente dans les établissements de restauration rapide.

Les restaurants s'adaptent et proposent des plats adaptés aux livraisons.

- **Les clients veulent manger plus sain et plus local.** Il y a de plus en plus de labels « Bio », « Fait Maison » et les clients adorent cela.

D'après un sondage Ipsos en février 2019, « 77% des Français estiment que la santé fait partie des enjeux majeurs liés à l'alimentation ».

Les clients veulent des informations claires sur la provenance et la fabrication des produits dans leurs assiettes.

- Côté environnement, **une part des clients veulent du zéro déchet.** Il faut prendre en compte cela pour l'achat des produits jetables.

- **Les produits végans et végétariens prennent de plus en plus de place.** 12% des 18-34 ans se déclarent végétariens et 30% de la population se dit flexitarienne (qui régule sa consommation de viande sans pour autant la supprimer)

Les jeunes générations sont aussi plus concernées par les problématiques écologiques et par le bien-être animal.

- **La restauration rapide attire toujours beaucoup les clients.** Ils veulent manger rapidement et parfois veulent pouvoir profiter de leur temps de pause pour faire autre chose que le déjeuner (sport, shopping etc..).

Pour certains clients ce n'est pas le fait de faire un repas traditionnel qui pose problème, c'est le temps d'attente à table pour le déjeuner.

Le Fast Casual (restauration rapide haut de gamme) progresse de plus en plus, principalement dans les grandes villes.

Ce développement est principalement dû au prix de vente et à la qualité des produits.

Les grands chefs n'hésitent plus à utiliser le principe du « fast food » pour leurs clients.

La mode de burgers déclinée à volonté est désormais un incontournable pour les clients.

- **L'expérience client.**

Tous les groupes de restauration et les indépendants (les restaurateurs qui ne font partie d'aucun groupe ou d'aucune chaîne) ont bien compris ce point et l'attente du client.

Le consommateur ne souhaite plus seulement aller manger dans un restaurant. Il veut plus que cela et recherche un moment privilégié et unique dont il se souviendra. Une EXPERIENCE CLIENT.

Cela peut passer par un accueil exceptionnel, des plats uniques, un design original, une mise en scène de table, une soirée à thème (dîner dans le noir, un repas basé sur un seul produit, par exemple « tout autour du fromage » etc...), un événement interactif soit avec les autres clients du restaurant, soit avec des intervenants extérieurs (dégustation de vin ou autre avant le dîner par un viticulteur, jeu ou quizz pendant le repas, animation particulière, etc...)

Il ne faut pas oublier que les clients sont très peu sortis durant la crise sanitaire et ont appris à prendre leurs repas à la maison.

Mais aussi à se faire livrer ou à utiliser la vente à emporter ; dans le confort de leurs foyers.

Ils veulent un moment unique, une superbe expérience

Donc qu'allez-vous proposer comme expérience à vos clients, au sein de votre établissement ?

Les compétences du restaurateur

Dans ce chapitre, nous allons voir les différents atouts que vous devez avoir en tant que futur restaurateur, les formations, les obligations et les points essentiels qui font partie de votre futur métier.

Avant, le restaurateur était un bon cuisinier et cela était suffisant pour qu'un restaurant tourne bien.

De nos jours, le métier a évolué et la polyvalence est le maître mot.

Le restaurateur doit avoir 3 atouts indispensables

Être un bon commerçant

Être un bon manager

Être un bon gestionnaire

Nous allons voir cela en détail.

Un bon commerçant :

- Vous devez aimer la cuisine, que ce soit en la pratiquant vous-même ou en supervisant le cuisinier que vous avez embauché.
- Vous devez aimer le contact avec les clients, aussi bien lors de l'accueil qu'au moment de la vente.
- Vous devez avoir un sens commercial, cela passe par une curiosité générale. Il faut se tenir au courant de ce que les clients aiment ou n'aiment pas, ce que fait la concurrence et plus globalement comment se développe les techniques commerciales actuelles pour faire en sorte d'être toujours très bien informé

Un bon manager :

- **Vous devez aimer le contact humain avec vos collaborateurs.**
« Tout seul on va plus vite, ensemble, on va plus loin », cette citation populaire est d'autant plus vraie en restauration, il est quasiment impossible de songer à ouvrir votre restaurant seul (à l'exception faite du Food trucks).

- Comme nous venons de le voir, il est impératif de bien s'entourer mais cela ne suffira pas sur du long terme pour s'assurer un fonctionnement optimal.

Le rôle de leader implique de montrer l'exemple, la motivation du personnel n'en sera que plus forte.

Il faut garder à l'esprit que le respect ne s'acquière pas en donnant des ordres mais bel et bien en devenant une source d'inspiration professionnelle.

L'écoute aura aussi de l'importance. Un employé est avant tout un être humain qui, comme nous tous, rencontrera des problèmes dans sa vie privée et cela pourra se ressentir dans votre restaurant.

La compassion et l'empathie seront alors des atouts majeurs qui l'aideront à se sentir mieux sur son lieu de travail et limiteront les incidences de ses problèmes personnels.

Si vos salariés vous apprécient et ont confiance en vous en tant que manager, ils pourront vous suivre sans soucis.

Vous formerez alors une équipe Forte.

- Votre rôle de patron consistera aussi à vous montrer « multi-tâches ». Chaque employé à son domaine de compétence (cuisinier, serveur, plongeur etc.), l'idéal serait que vous touchiez un peu à tout. On ne s'improvise évidemment pas cuisinier mais il est tout à fait possible d'apporter une aide ponctuelle à votre chef s'il y a une trop grosse affluence. Ceci s'applique à tous les postes au sein d'un restaurant. Vous devez être volontaire et être prêt à mettre la main à la patte si le besoin s'en fait ressentir. Vos équipes vous reconnaîtront comme un leader. Le but n'est pas de faire la plonge tous les jours, mais en cas de besoin, il faut savoir être présent et effectuer le travail quand ils ont besoin de vous.

L'expérience est un très bon professeur et vous serez de plus en plus à l'aise au quotidien.

- **Apprenez à déléguer.**

Faites confiance à vos collaborateurs.

Il faut bien entendu savoir juger qui est capable de prendre des responsabilités.

Cela est important car vous ne pouvez pas être présent 7 jours sur 7.

Cela permettra aussi d'avoir des « personnes de confiance » lors de vos absences.

- **Le contrôle.**

Il faut contrôler le travail réalisé par vos équipes (cuisine et salle).
La confiance n'exclue pas le contrôle

- **L'organisation du service.**

Vous devez définir les tâches de chacun afin d'optimiser le service, tant pour les clients que pour vos collaborateurs. Répartissez les tâches

Un bon gestionnaire :

- La gestion du personnel : combien de personnes (cuisine + salle) ai-je besoin ?
Quel salaire dois-je et puis-je leur donner ?
- La comptabilité et la gestion
- La gestion des fournisseurs : avoir un bon relationnel avec ses fournisseurs, savoir négocier (le meilleur tarif en ayant la qualité des produits), contrôler les factures

Vous ne pourrez pas tout faire seul.

Vous pouvez décider de déléguer certaines tâches (même administratives) mais il faut que vous sachiez les superviser.

Avant la supervision, vous devez savoir le faire vous-même

Votre personnalité

Comme nous l'avons vu dans un autre chapitre, votre personnalité a un rôle très important. Elle déterminera le type de restaurant à choisir car ce choix est loin d'être simple.

Il faut connaître vos goûts et vos priorités.

Une personne aux goûts simples ne s'épanouira pas autant dans un semi-gastronomique que dans un restaurant traditionnel, et à l'inverse quelqu'un aimant le raffinement et la complexité des saveurs ne sera pas à l'aise dans un fast-food.

Il n'y a aucun jugement ni parti-pris ici, nous parlons de goûts et nous savons tous qu'ils sont subjectifs.

Le point important est de connaître les vôtres et les accepter afin d'atteindre un épanouissement professionnel optimal.

Seul ou à plusieurs ?

Comment allez-vous vous gérer le restaurant ?

Serez-vous seul, en couple, avec un/e ami/e, en famille, avec un ancien collègue, avec un associé ?

Se lancer seul est difficile, même si ce n'est pas impossible.

Il vous faudra une présence quasi permanente et de très nombreuses heures de travail, surtout au démarrage de l'activité.

Plus l'entreprise est grande et plus il est préférable d'être au minimum 2, voire plus.

Si vous vous lancez avec une ou plusieurs personnes, vous devez avoir la même vision des choses et être sur la même longueur d'ondes.

Ce point est très IMPORTANT.

Si vous n'êtes pas tous dans la même optique, cela peut avoir des répercussions négatives sur l'entreprise, ralentir voire stopper votre projet.

Les relations et les rapports familiaux/amicaux ne sont pas les mêmes dans le cercle privé et dans le cercle professionnel.

Travailler avec votre conjoint ou un membre de votre famille est plus difficile que gérer un collaborateur.

Vous n'aurez pas ce lien hiérarchique et cela peut entraîner des problèmes mais vous pouvez poser tout de suite les règles afin de tout mettre à plat avant le lancement de votre activité

Dans tous les cas la communication aura, une fois de plus, une importance capitale.

Il faudra répartir les rôles en privilégiant le travail en bonne intelligence, la flexibilité entre vous et des moments de discussion.

Tout doit être défini et limpide avant de vous lancer.

J'insiste sur ce point essentiel qu'il ne faut surtout pas prendre à la légère, il faut vraiment y réfléchir, croyez-moi !!

Pouvez-vous ouvrir un restaurant sans un diplôme dans ce secteur ?

Que nous dit la loi française ?

Elle nous dit qu'un restaurant est considéré comme une activité commerciale.

Toute personne peut ouvrir ou gérer le commerce de son choix sans avoir de diplôme dans ce domaine.

Les diplômes

Avez-vous un diplôme ou une formation dans le secteur de la restauration ?

Si la réponse est OUI, c'est un plus indiscutable

Si la réponse est NON, vous pouvez apprendre les bases de différentes façons. C'est ce que nous allons voir :

- Par une formation : les écoles hôtelières, les instituts privés, un diplôme (un CAP, un BEP, un bac pro, un BTS, un bachelor ou autre diplôme), une formation courte (par exemple une formation crêpier qui prend quelques semaines)
- Par la pratique : avez-vous déjà travaillé dans un restaurant même si vous n'avez pas de diplôme ? C'est la meilleure école !!

Bon nombre de personnes qui travaillent actuellement en restauration n'ont pas de diplôme dans ce secteur.

On recrute désormais des collaborateurs pour leur passion du métier, pour leur envie de travailler dans ce secteur, pour leurs qualités humaines et pas uniquement pour les diplômes.

La technique s'apprend.

Certaines qualités ne s'apprennent pas (la relation et l'empathie avec la clientèle, travailler en équipe etc.)

Il en est de même pour vous, en tant que futur dirigeant.

Faites des stages, travaillez dans les restaurants et vous apprendrez énormément de choses, vous verrez !!

Pensez aussi à la reconversion professionnelle.

De nombreuses personnes sont tentées par le fait de changer de vie professionnelle.

De nos jours, rares sont les personnes qui font la même activité toute leur vie.

Une reconversion est un changement de vie et donc un nouveau départ pour vous et votre famille

Avant de vous lancer, n'hésitez pas à faire un bilan de compétences afin de voir si vous avez les qualités requises pour devenir un restaurateur.

Pour ouvrir un restaurant il vous faudra avoir une expérience, c'est indispensable.

Tout est possible mais il faut être rationnel, si vous n'avez pas de diplôme il vous faudra de l'expérience.

Les banques ne prêtent peu ou plus aux personnes ne connaissant pas le métier car il y a eu trop de dépôts de bilan dus à un manque de préparation et d'expérience.

Même si cela n'a rien d'agréable, je me dois de vous donner certains chiffres qui représente une réalité, mais en rien une fatalité.

Durant les 3 premières années d'ouverture, un restaurant sur deux dépose le bilan.

Les causes :

- Un projet mal conçu (business plan non réalisé)
- Mauvaise gestion.
- Mauvais choix de type de restaurant face à la demande de la clientèle.
- Mauvaise préparation dans le sens large.

Le spectre de l'échec !!

Mais rassurez-vous.

Si votre projet est bien bâti, que le business plan (nous le verrons dans une autre partie) est réel et bien étudié et que l'offre correspond à l'attente du client, alors c'est un projet viable.

Ne sous-estimez donc pas le conseil et l'expertise de certains professionnels qui vous apporteront de l'aide et de nombreux conseils.

Le temps est généralement de bon conseil : laisser ce projet mûrir dans votre esprit, et si l'envie et la motivation s'accroît au fur et à mesure, alors vous êtes sur la bonne voie mais n'agissez surtout pas sur un coup de tête.

Je vous propose un petit exercice :

Posez-vous objectivement ces questions :

Pensez-vous être :

- Un bon manager ?
- Un bon commerçant ?
- Un bon gestionnaire ?

Soyez honnête avec vous-même et laissez aller votre imagination pour vous projeter dans cette nouvelle activité.

Si certains points vous dérangent dans tout ce que nous avons abordé, ou que les efforts à fournir vous semblent trop importants, peut-être faudrait-il remettre votre projet en question.

Il faut savoir être réaliste et la restauration demande beaucoup d'investissement personnel.

Si aucun point ne vous bloque mais que vous manquez d'expérience sur certains points, ce n'est pas grave, vous apprendrez.



Lors de vos précédents postes, vous avez acquis de l'expérience et des compétences, même si ce n'est pas dans le secteur de la restauration.

Toute expérience est importante et peut-être réutilisée, comme le contact avec les clients, la gestion d'un centre de profit, ou la gestion administrative.

Ce peut être également les qualités que vous avez développé au fil du temps, comme la détermination, la rigueur, l'endurance au travail ou même la capacité à travailler en équipe etc.

Vous ne partez pas de zéro et il faut pouvoir mettre à profit l'acquis qui sera un plus pour votre future profession.

Les formations peuvent vous préparer de façon plus complète à votre futur métier.

Vous y apprendrez le côté pratique (avec des cours de cuisine, de restaurant etc..) mais aussi à la gestion de votre entreprise.

Plus le niveau du diplôme sera élevé, plus vous approfondirez le côté gestionnaire.

Les formations obligatoires

Avant d'ouvrir votre restaurant, vous devez accomplir deux formations obligatoires.

Mais quelles sont ces deux formations ?

Le permis d'exploitation (uniquement si vous voulez une licence pour un débit de boissons)

Cette formation a une durée de 20 heures.

Après avoir suivi cette formation, vous recevrez un permis d'exploitation qui sera valable 10 ans.

Au bout des 10 ans, il faudra suivre une formation (remise à niveau) de 6 heures.

Cette formation porte sur les sujets suivants :

- Le cadre législatif et réglementaire
- Les conditions d'ouverture d'un débit de boissons à consommer sur place
- Les conditions liées à la personne, à la licence
- Les déclarations préalables à l'ouverture
- Les obligations liées à l'établissement (horaires d'ouverture et de fermeture ; affichage, étalage, prix, etc.)
- Les obligations en matière de prévention et de protection de la santé publique (lutte contre le risque "alcool")
- La répression de l'ivresse publique, la protection des mineurs, des femmes enceintes, etc...
- Les obligations en matière de prévention et de protection de l'ordre public et les aspects pratiques (lutte contre le bruit ; l'alcool au volant ; réglementation sur les jeux et loteries)
- La réglementation locale et mises en situation et évaluation des connaissances acquises.

Cette formation est dispensée par des organismes de formation légalement établis en France et agréés par le ministère de l'intérieur. Vous pourrez trouver cette liste auprès de la CCI (Chambre de Commerce et d'Industrie) de votre région.

Nous approfondirons, dans les pages suivantes, ce sujet de la licence.

La formation Hygiène

Ce chapitre sur l'hygiène est primordial pour votre future activité.

Vous ou vos salariés vont servir des denrées alimentaires, de ce fait, en cas de problème, vous avez des responsabilités pénales et civiles.

Le but de cette formation est d'acquérir les capacités nécessaires pour organiser et gérer l'activité dans des conditions d'hygiène conforme à la réglementation et permettant la satisfaction du client.

En termes plus clairs, cette formation a pour but de vous apprendre à gérer les conditions d'approvisionnement, les températures, les durées de conservation et d'envoi des denrées, le respect des DLC et DLUO, la traçabilité des produits, les techniques de nettoyage, de désinfection etc.

La durée de formation est de 14 heures.

Qui dispense cette formation ?

La chambre de commerce et d'industrie enregistrée auprès de la DRAAF, ou tout autre organisme de formation enregistré auprès de la Direction Régionale de l'agriculture de l'Alimentation et de la Forêt.

N'hésitez pas à vous renseigner auprès de votre CCI.

La méthode d'hygiène la plus connue est la méthode HACCP (Hazard Analysis Critical, Control Points) ce qui signifie en français (Analyse des risques, des dangers et maîtrise des points critiques)

Les établissements concernés par cette formation sont : la restauration traditionnelle, la restauration rapide, la vente à emporter, activités restauration à bord d'un moyen de transport (bateau etc...), les salons de thé, les fermes auberges, les traiteurs disposant de places assises ou debout.

Les établissements exclus par cette formation sont : les traiteurs, les cuisiniers à domicile, les tables d'hôte, les métiers de bouche proposant à la vente des plats cuisinés (charcutier, boucher, boulanger, pâtissier, poissonnier)

Les démarches à réaliser

La licence

Pour clarifier ce tableau, on peut dire que si un restaurant vend des boissons alcoolisées pendant les repas, le restaurateur doit être *titulaire d'une licence de restaurant (pour tous les alcools) ou d'une petite licence restaurant (pour seulement les vins, cidres et bières)*.

Si la vente d'alcool a lieu aussi en dehors des repas (le bar de l'hôtel ou du restaurant), il doit être titulaire d'une licence III ou IV.

La licence restaurant ou la petite licence restaurant ne sont alors pas nécessaires.

Les différents types de licences selon la nature des boissons

Groupe	Type de Boissons	Débit de boissons à consommer sur place	Débit de boissons à emporter	Restaurant
Groupe 1	Boissons sans alcool	Vente libre	Vente libre	Vente libre
Groupe 2 et 3	Boissons fermentées non distillées (vin, bière, cidre, poiré, hydromel) et vins doux naturels, crème de cassis, jus de fruits ou de légumes comportant jusqu'à 3° d'alcool, vin de liqueurs, apéritif à base de vin, liqueurs de fraises, framboises, cassis ou cerises comprenant moins de 18 °d'alcool	Licence III dite licence restreinte	Petite licence à emporter	Petite licence restaurant
Groupe 4 et 5	rhums, taffias, alcools distillés et toutes autres boissons alcooliques	Licence IV, dite grande licence ou licence de plein exercice	Licence à emporter	Licence restaurant

Les licences 2 et 3 ont fusionné.

Les licences 2 en cours de validité deviennent des licences 3.

Quels sont les conditions pour obtenir une licence :

- Être de nationalité française.
- Pour les entrepreneurs étrangers, ils devront respecter certaines règles
- Être majeur ou mineur émancipé
- Ne pas être sous tutelle
- Ne pas avoir été condamné à certaines peines

La déclaration administrative doit être effectuée pour les restaurants et les établissements vendant de l'alcool (sur place ou à emporter), au moins 15 jours avant l'événement :

- Ouverture d'un nouvel établissement
- Mutation (changement de propriétaire ou de gérant),
- Translation (déplacement de la licence d'un local à un autre dans la même commune).

Dans le cas d'une mutation suite à un décès, le délai de déclaration est d'1 mois

La déclaration d'un débit de boissons ou d'un restaurant est le **Cerfa n°11542*05**

Où s'adresser pour faire cette déclaration ?

A Paris, en Alsace et en Moselle vous devez vous adresser à la préfecture

Pour le reste de la France, vous devez vous adresser à la mairie

LA DDPP (Direction Départementale de la Protection des Populations) assure désormais les inspections, les enquêtes et les contrôles dans les restaurants concernant l'hygiène.

Nombreux sont les restaurants qui sont contrôlés régulièrement.

Si la DDPP constate des anomalies, vous pouvez recevoir un avertissement, une amende, une mise en conformité et si tout cela n'est toujours pas respecté la DDPP peut aller jusqu'à la fermeture de l'établissement.

J'insiste à nouveau sur l'hygiène en restauration (peu importe le concept de restauration que vous souhaitez ouvrir).

Vous êtes un futur entrepreneur et un futur chef d'entreprise, sur ce point précis vous devez être intransigeant, c'est primordial.

Vous avez la santé de vos clients entre les mains, par l'intermédiaire des aliments que vous allez leur vendre.

Soyez en conscient.

Vous ou vos salariés ne pouvez pas faire ce que vous voulez (par exemple, interdiction de faire de la congélation « maison », d'indiquer des plats « fait Maison » ou d'autres appellations si ce n'est pas la réalité, de tromper le client sur l'origine d'un aliment, ne pas respecter les DLC ou DLUO, être négligent sur le nettoyage, la propreté etc...

Attention les contrôles sont légion.

La législation dit qu'au moins une personne par établissement doit avoir suivi cette formation hygiène.

Si vous n'êtes pas cuisinier et que vous allez en embaucher un, il aura donc les connaissances nécessaires.

NEANMOINS,

Je vous recommande vivement de faire cette formation.

Elle vous apportera les bases essentielles pour ce point crucial dans votre future activité.

Déclaration d'ouverture à DDPP :

Avant l'ouverture ou à la reprise d'un restaurant, vous devez obligatoirement faire la déclaration (formulaire Cerfa 13984*06) auprès de la DDPP concernant la déclaration de manipulation de denrées alimentaires d'origine animale, même si vous n'utilisez pas de produits d'origine animale (par exemple un restaurant Vegan).

Déclarer et créer son entreprise

Pour créer et déclarer votre entreprise, vous devez vous adresser au CFE (centre de formalités des entreprises).

Ce CFE dépend de la Chambre de commerce et d'industrie de votre région.

Le CFE joue un rôle d'interface entre les administrations et vous.

Il permet aux entreprises d'accomplir en un même lieu et au travers d'un dossier unique les déclarations relatives à leur création, aux modifications de leur situation ou à la cessation de leur activité

Dans la plupart des cas, vous pouvez faire cela en ligne.

Grace à cette déclaration vous allez recevoir :

- Votre KBIS
- Votre numéro SIREN : il identifie une unité légale (personne physique ou personne morale), une entité juridique
- Votre numéro SIRET : il identifie un établissement
- Votre code APE : il correspond à l'activité de votre entreprise.
- Votre numéro de TVA intracommunautaire par le service des impôts des entreprises (SIE), indispensable pour toutes opérations commerciales au sein de l'Union européenne

Choisir son statut juridique

Entreprise Individuelle, SAS, EURL, SA, SARL, EIRL ?

Nous allons voir ces différentes formes de sociétés afin de vous donner quelques détails et vous aider à choisir.

Dans votre futur restaurant que vous allez créer, ou reprendre, serez-vous seul ? en couple ? ou avec un membre de la famille ? Avec un ou plusieurs associés ?

Cela va avoir une importance car si vous êtes seul ou à plusieurs, le statut ne sera pas le même. Mais ce n'est pas tout.

En effet, le statut de l'entreprise aura un impact conséquent sur vos responsabilités et sur les bénéfices.

De plus, selon la forme choisie, vous serez soumis à tel ou tel régime fiscal (impôt sur les sociétés ou impôt sur le revenu) et social (statut assimilé salarié ou non, régime de protection sociale, etc.), et il y aura éventuellement une influence sur la sécurité de votre propre patrimoine en termes de protection sociale et de régime de participation aux cotisations sociales.

Si vous êtes seul, les formes juridiques possibles sont :

AE L'Auto entreprise :

C'est un régime simplifié. Les cotisations sociales sont basées sur votre chiffre d'affaires réalisé.

Si pas de chiffre d'affaires, pas de cotisations sociales.

Vous ne pouvez pas déduire vos charges (achat de matériel, de marchandises etc...).

Votre chiffre d'affaires est limité à 176 200 euros (en 2021).

Au-delà, il faudra passer en société

C'est principalement une idée intéressante pour les débuts si vous travaillez seul (par exemple food truck ou plats à emporter chef à domicile).

EI L'entreprise Individuelle :

Cette entreprise n'est pas une société contrairement aux autres formes que nous verrons ensuite.

L'entrepreneur individuel est soumis à plus de contraintes administratives et comptables que l'auto-entrepreneur.

Il paie ses cotisations sociales sur la base du bénéfice de l'entreprise, calculé chaque année.

Il paie donc à l'avance, une estimation qui sera recalculée en fin d'année.

Au plan fiscal, il relève du régime réel (il réintègre le bénéfice de son entreprise au barème progressif de l'impôt sur le revenu de son foyer fiscal : chiffre d'affaires annuel diminué des charges de l'entreprise).

Au plan comptable, il peut être tenu à une comptabilité plus contraignante (avec bilan).

Votre chiffre d'affaires est limité à 176 200 euros (en 2021). Au-delà, il faudra passer en société

Pour l'auto-entrepreneur et l'entreprise individuelle, il n'y a pas de différence au point de vue juridique.

Il n'y a pas de création de société donc pas de création de personne morale.

L'entrepreneur et l'entreprise ne font qu'un, ils sont liés.

Ce qui signifie qu'en cas de dettes, l'entrepreneur est responsable des dettes de l'entreprise sur son patrimoine personnel.

Ce qui fait la différence entre les 2 c'est le régime fiscal, le régime social et les obligations comptables.

EIRL L'entreprise Individuelle à responsabilité limitée

C'est une variante de l'entreprise individuelle.

La grande différence est que vous pouvez protéger vos biens personnels.

Vos patrimoine personnel et entreprise sont considérés comme 2 entités différentes.

C'est une protection de vos biens personnels en cas de dépôt de bilan.

EURL L'entreprise Unipersonnelle à responsabilité limitée :

EURL est l'équivalent de la SARL mais avec un seul associé.

Elle permet de bien distinguer le patrimoine professionnel et le patrimoine privé.

Elle permet également une certaine souplesse concernant une augmentation de capital ou un changement de gérant. Pratiquement, 1 restaurant sur 2 utilise soit la EURL, soit la SARL

Dans le régime fiscal classique de l'EURL, l'entreprise est imposée via l'impôt sur le revenu, vous pouvez néanmoins opter pour l'impôt sur les sociétés.

Au niveau du régime social, l'associé unique est considéré comme travailleur non salarié et dépend du SSI (sécurité sociale des indépendants) anciennement RSI.

Pour le capital social, aucun minima n'est fixé par la loi.

Vous pouvez donc créer une EURL avec un capital de 1€ même si, pour donner confiance aux fournisseurs et investisseurs, il est recommandé d'opter pour un capital plus conséquent et plus réaliste.

Cette forme juridique peut être une bonne solution pour commencer, vous pouvez ensuite facilement transformer une EURL en SARL avec le développement de votre restaurant.

SASU Société par Actions Simplifiées Unipersonnelle :

C'est une SAS mais avec un seul associé

Voir dans la description de la SAS ci-dessous)

Si vous êtes plusieurs (à partir de 2 personnes), les formes juridiques possibles sont :

SARL Société à responsabilité limitée :

Comme nous l'avons vu précédemment, c'est l'équivalent de la EURL mais avec au minimum 2 associés.

Elle est dirigée par un ou plusieurs gérants, associés ou non.

Les dirigeants sont rémunérés sous forme de traitements et salaires et leur régime social dépend du nombre d'actions dans l'entreprise :

- Les gérants minoritaires sont des assimilés salariés, ils cotisent au régime général des salariés mais bénéficient d'une protection sociale réduite
- Les gérants majoritaires quant à eux sont placés sous le régime des travailleurs non-salariés et cotisent donc au SSI (sécurité sociale des indépendants), déjà précisé juste avant.

Le capital social est réparti entre les associés (2 au minimum).

Pour fixer le capital social, aucun minima n'est fixé par la loi.

Vous pouvez donc créer une SARL avec un capital de 1€ même si, pour donner confiance aux fournisseurs et investisseurs, il est recommandé d'opter pour un capital plus conséquent et plus réaliste.

Dans le régime fiscal classique de la SARL, c'est la société qui est imposée via l'impôt sur les sociétés.

SA Société Anonyme :

C'est une société commerciale qui a au minimum 7 associés avec un capital social minimum de 37 000 euros.

La responsabilité des associés est limitée à leurs apports respectifs.

Ce type de société est assez complexe, il nécessite des formalités supplémentaires, par exemple (la rédaction et le dépôt des statuts, le dépôt du capital sur un compte bloqué, la tenue d'une assemblée, nomination d'un commissaire aux comptes etc..) Ce type de société est privilégié par les grandes entreprises.

SAS Société par Actions Simplifiées :

Elle est très populaire auprès des entrepreneurs car elle allie les principaux avantages de la Sarl sans en avoir tous les inconvénients.

Les associés doivent rédiger des statuts mais ils bénéficient grâce à ces derniers, d'une liberté afin de fixer l'organisation et le fonctionnement de l'entreprise.

Le capital social est de minimum 1 euro.

Mais comme nous l'avons vu pour donner confiance aux fournisseurs et investisseurs, il est recommandé d'opter pour un capital plus conséquent et plus réaliste.

Ce capital peut être soit en nature (des biens), soit en numéraire (argent) ou soit en industrie (expertise).

Les actionnaires de la société peuvent être des personnes physiques ou des personnes morales

Les dirigeants de SAS font partie du régime des assimilés salariés.

Ils cotisent au régime général mais ne perçoivent pas d'indemnité chômage.

Ils peuvent cumuler leur mandat social avec un contrat de travail sous certaines conditions.

Pour déclarer et créer votre société, vous pouvez le faire vous-même.

Ou

Vous pouvez faire appel à votre cabinet comptable ou à un professionnel (avocat) qui s'occuperont de tout pour vous.

Ouvrir un compte bancaire

L'ouverture d'un compte professionnel n'est obligatoire que pour les sociétés.

Cependant, si les entreprises individuelles n'ont aucune contrainte législative, il est préférable d'en ouvrir un.

Pourquoi ?

Il est beaucoup plus facile de séparer son compte personnel et le compte professionnel.

Le compte professionnel comporte des avantages comptables et fiscaux.

Il vous permet de différencier vos opérations privées et professionnelles et, ainsi, de simplifier la gestion de votre trésorerie.

Cela vous permettra aussi de faciliter les éventuelles opérations de contrôle fiscal.

Enfin, ouvrir un compte professionnel vous donne accès à des services spécifiques adaptés à vos besoins.

Dès que votre entreprise est immatriculée, vous pouvez entamer les démarches d'ouverture d'un compte professionnel.

Cela vous permettra d'avoir un RIB, et ainsi de faciliter certaines de vos démarches administratives.

N'hésitez pas à faire le tour des banques afin de voir ce qu'elles peuvent proposer comme avantages, y compris pour le financement d'un fonds de commerce.

Souscrire une assurance

Ce sujet est important et vous devez prendre le temps d'y réfléchir, de demander des devis et des explications aux différentes compagnies que vous allez contacter.

N'hésitez pas à poser des questions car il est difficile de tout comprendre dans les contrats d'assurance (nous sommes tous égaux sur ce point)

On ne lit pas toujours les petites lignes !!

Mais quand le problème survient, il est bien souvent trop tard.

Au minimum, vous devez opter pour une assurance multirisque professionnelle.

Regardez bien tout ce que l'assureur vous propose.

Il faut que la multirisque couvre au minimum le vol, le vandalisme, l'incendie, les catastrophes naturelles, les dégâts des eaux, les dommages électriques, la protection financière, la responsabilité civile, la protection juridique ...

D'autres assurances peuvent aussi se rajouter comme la perte d'exploitation ou l'assurance juridique professionnelle

Le chat noir :

Bien entendu, je ne dis pas que vous êtes un chat noir.

Je veux juste souligner que « la vie n'est pas un long fleuve tranquille ».

Vous pouvez avoir des moments difficiles, compliqués, des obstacles...

Cela fait partie de votre ancienne et future vie professionnelle.

Dans tous les secteurs, il y a des problèmes

Être entrepreneur, c'est savoir gérer des soucis réguliers, voir quotidiens, et certains jours plus que d'autres.

Être restaurateur n'est pas un métier facile. Si c'était le cas, il n'y aurait pas autant de restaurants qui seraient obligés de fermer.

Je ne veux pas dépeindre le tableau en noir mais il faut que vous soyez conscient que ces problèmes n'arrivent pas qu'aux autres !!

Un serveur est malade pour un gros Week end ou le restaurant est complet, que faites-vous ?

Votre fournisseur de poissons vous livre avec du retard et vous n'êtes pas prêt pour midi ? que faites-vous ?

Quand vous débutez, cela peut paraître difficile mais en se forçant à anticiper les problèmes, vous serez préparé et serez capable de réagir beaucoup plus vite.

Vous aurez des journées, des services difficiles.

Cela fait partie du métier mais il ne faut pas baisser les bras et abandonner au moindre problème. SOYEZ FORT !!!

Les normes

Ce sous chapitre est relativement administratif mais il est essentiel et vous devez savoir et comprendre ces lois auxquelles vous allez être confrontés.

Votre futur restaurant est un ERP (Etablissement recevant du public).

Il devra donc être en conformité avec les normes et les règles de sécurité pour l'accueil du public. Il faut obligatoirement les respecter.

Ces règles et normes sont mises en place afin de limiter le risque d'incendie et d'accident (incendie, alerter les occupants du lieu, prévenir les secours, gestion de l'évacuation, éviter la panique, formation du personnel concernant un départ de feu, ...).

Il y a plusieurs catégories d'ERP (selon le nombre de personnes qui peuvent être accueillies, personnel compris)

Si votre restaurant est une construction ou une rénovation, vous devez vous adresser à la mairie (ou à la préfecture de police si vous êtes à Paris) avant de faire les travaux. Que ce soit pour la sécurité incendie ou pour les normes des personnes handicapées.

Avant de vous lancer, il faut connaître vos obligations. Si des travaux sont nécessaires, vous devrez faire appel à un architecte.

Selon la catégorie d'ERP, la commission de sécurité viendra faire une visite de commission de sécurité et d'accessibilité avant l'ouverture.

Si vous n'avez pas d'obligation de la commission de sécurité pour ouvrir, sachez que cette commission peut venir à tout moment contrôler votre établissement.

Que vérifie cette commission ? elle vérifie que les prescriptions de la visite précédente ont été réalisées, que le matériel incendie est bien entretenu, que les vérifications des installations techniques soient bien réalisées, fait un déclenchement de la centrale incendie et visite l'établissement.

NORME d'accessibilité aux personnes handicapées

Le terme handicap regroupe les différents handicaps :

- Handicap moteur (personne à mobilité réduite)
- Handicap auditif
- Handicap visuel
- Handicap physique et intellectuel

Vous devez être en règle concernant l'incendie et l'accueil des personnes en situation de handicap.

En tant que gérant vous êtes responsable.

En cas de non-respect, vous encourez une fermeture administrative temporaire ou définitive ainsi que des sanctions pénales

Si vous voulez installer une terrasse sur la voie publique, rapprochez-vous également de la mairie (ou à la préfecture de police si vous êtes à Paris).

Vous devez solliciter une autorisation préalable, ensuite passer une enquête pour obtenir l'approbation.

Le volet technique :

Dans votre établissement, vous aurez de nombreux matériels (four, plaque de cuisson, lave-vaisselle, chambres froides ou frigos, caisse enregistreuses etc...).

Qui dit outils dit usure, il faut donc se questionner quant à l'entretien du matériel.

Est-ce que vous faites appel à une société spécialisée, ou vous le faites vous-même ?

Certains matériels demanderont une intervention d'un professionnel (comme les chambres froides ou les extincteurs) car ces sociétés extérieures sont habilitées à manipuler le gaz, les extincteurs...

De votre côté, il y a des choses que vous pouvez faire ou que vous pouvez faire faire par un technicien ou un membre du personnel (attention si c'est un de vos collaborateurs, il doit avoir les diplômes, certifications ou habilitations requises pour cela)

Lois, règles et normes :

D'autres points doivent aussi être abordés, voir affichés dans l'établissement.

Je ne rentrerais pas dans le détail, mais il faut les connaître et les respecter.

Ce sont :

- L'interdiction de fumer et de vapoter
- La loi sur les salles fermées « fumoirs »
- Les normes pour les terrasses

- Les règles d'affichage de l'information (affichage des prix, information du consommateur sur les produits)
- La licence
- Disposition relative à la protection des mineurs
- Les règles sur les notes et factures
- Les règles sur les moyens de paiement
- Règle sur la diffusion des programmes télévision
- Règle sur la diffusion musicale
- Le respect des horaires de fermeture et d'ouverture
- Le respect de la tranquillité du voisinage
- Le respect des règles de comptabilité et des règles fiscales (nous aborderons cela dans un autre chapitre.

Nous allons terminer ce chapitre par un paragraphe un peu plus distrayant, restez avec moi !!!

LA QUALITE

J'ai déjà insisté sur ce point mais je ne le ferais jamais assez.

La qualité doit être l'une de vos premières préoccupations.

Si elle n'est pas présente dans votre restaurant vous serez vite déserté au profit de la concurrence.

Si vous ouvrez un restaurant, votre projet est sur du moyen et long terme.

Vous devez attirer la clientèle, la faire revenir une 2^e fois et la garder.

Fidélisez-la.

C'est votre fonds de commerce !!

Il faut toujours vous mettre à la place du client.

Ce que ce que j'ai dans l'assiette vaut ce prix ? oui ou non

Si non il faut corriger

Cette devise est valable pour les serveurs et pour les cuisiniers également

Nous avons abordé un gros chapitre qui, je l'espère vous a apporté beaucoup de réponses sur les questions que vous vous posiez.

Comme vous le voyez, le restaurateur doit savoir faire quantité de choses différentes. On peut le comparer à un chef d'orchestre.

Nous allons voir maintenant que votre rêve peut devenir réalité



Construire votre projet

Du rêve à la réalité

Entre le moment où vous avez eu envie d'ouvrir votre restaurant et la réalisation concrète de ce rêve il vous faudra passer de nombreuses étapes et apprendre beaucoup de nouvelles choses.

Dans ce chapitre, nous allons voir comment construire votre projet.

Vous allez passer par différentes étapes, telles que le choix de votre concept, la franchise, puis l'étude de la concurrence, pour vous arrêter sur l'emplacement de votre local. Tout cela pour finir par le business plan et le financement.

Souhaitez-vous en savoir plus sur ces points essentiels et passionnants ?

DEFINIR SON CONCEPT

Votre envie d'ouvrir un restaurant avance.

Mais quel restaurant souhaitez-vous ouvrir ?

- Est-ce plutôt une restauration assise, debout, ou à emporter ?
- Est-ce de la cuisine française, ou une cuisine étrangère ?
- Est-ce plutôt un fast food, un restaurant, un food truck,
- Est-ce une cuisine traditionnelle ou un concept plus atypique (bar à soupe, restaurant végétarien)

Pour quelle clientèle cible ?

- Du personnel d'entreprise ou de bureaux.
- Des familles (avec enfants, plutôt loisirs ou Week ends).
- Des repas de famille (communions, baptêmes etc..).
- Des clients plutôt jeunes ou âgés.
- Des clients qui veulent manger rapidement, ou qui ont le temps de prendre leur repas.
- Des touristes.
- Des personnes seules.
- Des gastronomes ou non ...

Le type de clientèle que vous allez cibler vous indiquera le ticket moyen (somme que le client dépensera pour un repas).

Il ne faut pas oublier le LIEU :

Où souhaitez-vous installer votre restaurant ?

Est-ce dans votre ville actuelle ou souhaitez-vous déménager ?

A NOTER : Le type de restaurant que vous allez ouvrir et le type de clientèle dépendra de VOUS.

De votre façon de voir les choses, vos préférences, votre style de vie et de votre caractère.

Ce n'est pas abstrait, c'est très concret, vous allez voir.

Si vous êtes une personne plutôt simple dans la vie au quotidien et que vous n'aimez pas les mondanités, un restaurant gastronomique n'est probablement pas fait pour vous.

Dirigez-vous plutôt vers un restaurant plus familial où vous accueillez les clients comme des amis (styles bistrot, restaurant de campagne, auberge etc....)

Vous devez trouver un style de restauration qui vous corresponde et qui vous ressemble.

Prenez le temps de la réflexion, ne vous précipitez pas sur ce point, c'est important car vous pouvez échouer dans votre projet juste parce qu'un style ne vous correspond pas, ou au contraire réussir grâce à l'intérêt porté à un type de restauration.

Un petit exercice :

Faites un petit travail sur vous-même et projetez-vous dans un concept de restauration dans lequel vous vous sentiriez bien. Soyez honnête avec vous-même.

Prenez une feuille de papier, notez ce qui vous plaît le plus et le concept ou vous vous sentiriez le plus à l'aise.

Regardez sur internet les sites de restaurants dans le thème de celui qui vous plairait d'ouvrir.

A ce moment il est temps de passer à la pratique et de vous déplacer pour aller voir ce que fait la concurrence (leur clientèle, le prix moyen, la décoration etc.).

Le mot d'ordre est la curiosité, lisez des articles, allez sur des forums, sur des sites de critiques mais surtout allez voir et allez manger dans ces restaurants.

Vous n'y allez plus en mode client, vous y allez en mode professionnel qui s'inspire, donc prenez des notes de tout ce que vous voyez et goûtez.

Posez-vous la question en tant que client : que manque-t-il, quels sont les points positifs, les points négatifs, qu'est-ce que je pourrais apporter en plus.

Il faut toujours se mettre à la place du client.

Ceci est valable tout au long de la vie de votre entreprise.

Il y a vos envies mais n'oubliez jamais la réalité du terrain.

Vous devez comprendre la demande des clients et la faire correspondre au projet que vous allez lancer. Ces deux éléments doivent être compatibles et sont indissociables.

Même si vous êtes convaincu que votre projet est bon, ne vous laissez pas aller à des suppositions ou des impressions.

Vous devez absolument vérifier, confronter votre souhait avec la demande du client, avec des chiffres réels du secteur, de la zone géographique.

Si vous souhaitez ouvrir un restaurant gastronomique en pleine zone commerciale en espérant toucher une clientèle le soir et une clientèle famille, cela va être très compliqué.

Vous devez être conscient que votre concept doit coller à la demande de la clientèle. Dans le cas ci-dessus, une restauration plus simple, peut être ouverte juste le midi serait plus adaptée.

J'insiste sur ce point mais il en va de la vie de votre entreprise.

Se tromper sur le positionnement, c'est prendre un très mauvais départ

LA FRANCHISE

Qu'est-ce que la Franchise :

En résumé c'est un contrat signé entre :

- **Le Franchiseur** qui vous donne accès à sa marque, à ses procédures, à ses outils de gestion, ses conseils, ses expertises, ses fournisseurs, commercialise la marque etc...
- **Le Franchisé** (vous) qui amène son apport personnel, va payer un droit d'entrée une redevance (souvent un % du Chiffre d'affaires) et accepte les procédures du franchiseur. Vous achetez une solution « Clé en main »

La franchise est un très bon moyen de se lancer dans l'entrepreneuriat, en limitant les risques.



Cette solution a bien entendu des avantages, mais aussi des inconvénients.

Le cout d'entrée est élevé selon les franchises et vous devrez également donner un % de votre chiffre d'affaires.

Ce qui fait qu'une partie de votre bénéfice va partir chez le franchiseur.

Il faut bien calculer et en tenir compte lorsque vous allez faire votre prévisionnel.

La franchise vous coûtera plus chère comparativement à un concept que vous lancez vous même, mais elle vous apportera également de nombreux avantages.

La notoriété est un point essentiel.

Tous les franchisés n'ont pas la même notoriété.

Certaines chaînes sont très connues et le droit d'entrée et la redevance seront forcément plus élevés qu'une petite chaîne peu connue qui se lance.

N'hésitez pas à aller voir des restaurants franchisés afin de leur poser des questions, et vous renseigner sur la notoriété et l'image de marque de cette chaîne.

Pour approfondir ce sujet, je vous recommande ce site :

<https://www.toute-la-franchise.com/>

Vous avez donc le choix entre opter pour la franchise avec une solution « clé en main », ou créer et construire votre concept de A à Z.

Si vous optez pour la franchise, certaines parties de cet ebook vous intéresseront peut-être moins que d'autres, car le franchiseur vous donnera sa méthodologie toute prête.

Je vous conseille néanmoins de tout lire car vous apprendrez des choses, j'en suis sûr !!

ETUDIER LA CONCURRENCE

La concurrence est un vaste sujet.

Il faut connaître et collecter le maximum d'infos sur les concurrents de votre ville.

Mais pourquoi ?

Pour faire aussi bien qu'eux, et même mieux afin de vous différencier et apporter une plus-value.

Font-ils des menus, des plats du jour, à quel tarif, quelle est leur réputation, leur ambiance, leur décoration, leur communication ?

Notez tout cela dans un tableau ou autre.

Cela vous aidera à savoir quelle plus-value vous pouvez apporter.

Il est bien évident qu'il ne faut pas plagier la concurrence, vous devez vous en inspirer.

Si vous plagiez, le client va s'en apercevoir et ce ne sera pas bon pour vous.

Dites-vous bien une chose : depuis quelques années, le client devient nomade. C'est-à-dire qu'auparavant, il allait déjeuner ou dîner dans un ou deux restaurants.

Maintenant il aime le changement, la découverte, tester de nouvelles choses. Même s'il aime votre restaurant et qu'il y est habitué, cela ne l'empêchera pas d'aller voir d'autres restaurants où il aura peut-être aussi ses habitudes.

LA ZONE DE CHALANDISE

C'est la zone d'où vient la majeure partie de la clientèle.

Quels types de clientèle et quel pourcentage d'entre elles allez-vous attirer ?

Cela vous donnera une estimation de la fréquentation de votre restaurant.

Tenez aussi compte de vos concurrents. Allez voir ce qu'ils font.

L'EMPLACEMENT – LE LOCAL

- Quelle ville ?
- Quel quartier (affaire, centre-ville). Il faut prendre en compte la clientèle que vous avez ciblé.
- Est-ce une rue passante ? si oui à quelles heures ?
- Y a-t-il un ou des parkings à proximité, le restaurant en possède-t-il un ?
- Y a-t-il des restrictions ou des obligations par rapport à la ville ?

Regarder les petites annonces, les sites, les agences immobilières.

Allez sur place pour voir s'il y a une affluence aux heures des repas.

Quel type de clientèle passe dans cette rue ou dans ce quartier ? Ces deux derniers points font partie de la zone de chalandise.

Il faut savoir pourquoi le local est à louer ou à vendre.

Demandez le maximum d'informations. Est-ce que l'ancien propriétaire part en retraite, est-ce qu'il ne faisait pas suffisamment de bénéfice ? si oui pourquoi, quel est le loyer, etc.

LE BAIL COMMERCIAL

C'est un contrat qui lie un propriétaire au locataire, dans le cadre d'une activité commerciale.

En tant que locataire, vous devez être inscrit au RCS (Registre du commerce et des sociétés) pour un commerçant ; ou au RM (répertoire des métiers) pour un artisan.

Un accord écrit est indispensable.

Le bail fixe les règles entre le propriétaire et vous-même. Dans ce bail seront fixés le loyer ainsi que l'activité ou les activités que vous pourrez exercer dans ce local.

Le bail a une durée de 9 ans minimum.

Le locataire pourra résilier son bail commercial à l'expiration d'une période triennale (d'où l'expression **bail 3-6-9**) en notifiant un congé par voie d'huissier au bailleur au moins six mois à l'avance.

Le FONDS DE COMMERCE

Fonds de commerce avec ou sans les murs ?

Si le fonds est dans un immeuble, quelles sont les obligations, les restrictions de la copropriété ?

Est-ce une construction ou un rachat d'un commerce existant ?

Tout cela dépend des circonstances.

Chaque ouverture (construction ou reprise) est différente.

Quelques questions à se poser :

- Y a-t-il des travaux à faire, des mises aux normes, quel est le cout ?
- Quel est la liste du matériel dont vous aurez besoin ?
Par matériel il faut regrouper le gros matériel cuisine (chambre froide, four, piano), le petit matériel (robot, couteaux...), le mobilier en salle (chaises, tables, couverts, verrerie...), la décoration, le logiciel de facturation, etc.....
- Si c'est une reprise, vous reprenez le droit au bail, le nom, l'enseigne, les licences et autorisations administratives, les contrats de travail des anciens salariés ...
- Si reprise, vous reprenez LA CLIENTELE. L'élément prioritaire, essentiel et indispensable pour votre activité.

LE NOM

Dans cette partie, nous allons regrouper le logo, l'enseigne et le nom.

Durant votre future étude de marché et le questionnement des futurs clients, vous allez sonder leurs besoins, et vous pouvez même leur proposer des noms, des logos.

Ainsi vous aurez leurs réactions en direct et vous pourrez voir ce qui fonctionne le mieux.

Si c'est une reprise, pas de problème de ce côté-là.

Si c'est une création, vous allez travailler sur ces points, ou vous faire aider par un professionnel.

Choisissez un nom qui vous ressemble, qui va parler aux clients, facile à retenir, idem pour le logo.

Vous pouvez également penser à un slogan pour votre publicité et vos actions commerciales.



QUEL POSITIONNEMENT CHOISIR ?

Avec les éléments que vous avez recueillis en vous renseignant sur les types de restaurants, vous êtes maintenant capable de définir ce que vous souhaitez.

Au fur et à mesure de vos collectes d'informations, vous vous approchez de l'élaboration de l'étude de marché et du business plan.

Ce sont des éléments indispensables pour la suite.

Qu'est-ce qu'une étude de marché ?

C'est une étude qui a pour but d'analyser l'offre (étude de la concurrence) et la demande (habitudes et attentes des clients) sur un marché.

Elle doit vous permettre de voir ce qui existe, ce qu'il peut manquer et également de prévoir ce que vous pouvez faire au niveau commercial et marketing afin de répondre à la demande.

Cette étude de marché se décompose principalement en 3 phases :

- L'étude documentaire. Il faut se documenter afin de répondre à différentes questions (le marché, la concurrence directe et indirecte, la réglementation, etc ...)
- L'étude qualitative ou l'étude terrain. Il faut aller rencontrer vos futurs clients en leur posant des questions sur leurs attentes, leur besoins etc...

- L'étude quantitative. Elle doit vous permettre de chiffrer, de quantifier la demande et donc de pouvoir préparer un chiffre d'affaires prévisionnel.

Vous pouvez faire appel à une société spécialisée, ou vous pouvez le faire vous-même.

Qu'est-ce qu'un business plan ?

C'est un document regroupant différents éléments qui vous aide à promouvoir et convaincre vos éventuels associés ET la banque d'investir dans votre projet.

Ces différents éléments sont :

- Présentation : qui vous êtes
- L'étude de marché
- Quel produit vendre et à quelle clientèle
- L'organisation prévue (personnel, matériel, fournisseurs, les plus-values apportées ...)
- Les actions à mettre en place (actions marketing etc....)
- Les concurrents
- Le rétro planning (quelle est la date d'ouverture prévue)
- Le compte de résultat sur 3 ans (quels sont les besoins d'investissement ou de financement, le chiffre d'affaires prévisionnel, le résultat prévisionnel et le retour sur investissement, etc...)
- Le besoin en fonds de roulement ou (BFR).

C'est la trésorerie dont vous avez besoin pour le bon fonctionnement de votre restaurant.

Comme pour l'étude de marché, vous pouvez faire appel à une société spécialisée, à votre expert-comptable, ou vous pouvez le faire vous-même.

C'est un point essentiel et crucial.

Il va déterminer si votre projet est viable ou pas.

Si le projet n'est pas viable, il est préférable de ne pas aller plus loin.

Il peut être difficile d'avoir mis du temps et de l'argent dans un business plan qui s'avère révéler le manque de viabilité de votre projet, mais à long terme c'est une bonne chose, car plus tôt vous vous en rendez compte, plus vite vous pouvez rectifier certains points.

Se rendre compte d'un manque de viabilité après un certain temps d'exploitation de votre entreprise peut amener de gros problèmes financiers.

N'oubliez jamais ceci : On apprend de ses échecs. C'est très important.

Ce n'est pas grave si le business plan révèle un manque de viabilité.

Changer de tactique, essayez un autre type de restauration ou un autre emplacement.

Le local que vous souhaitiez avait peut-être trop de travaux ou d'investissements, ou le loyer était trop cher et cela a « plombé » le prévisionnel.

Si le projet est viable, il faut maintenant trouver un financement.

LE FINANCEMENT

Comme nous l'avons vu, le business plan est indispensable afin d'aller voir les financiers pour qu'ils puissent vous aider.

Pour bien « vendre votre projet », ils auront besoin de le comprendre, donc donnez un maximum de détails et de précisions afin de mettre toutes les chances de votre côté.

Avant de les rencontrer, préparez-vous, tout de même, à leurs questions.



Quels sont les différents financements ?

L'apport personnel :

Il est indispensable.

Si vous pouvez financer la totalité c'est parfait, mais c'est très rare car financer un restaurant ou une activité restauration coûte beaucoup d'argent.

L'apport personnel comprend votre apport, celui de la famille etc...

Les aides et les subventions :

Données par différents organismes qui peuvent vous aider au départ.

Même s'ils ne prennent pas la totalité de votre besoin en prêt, ce sera déjà une aide non négligeable.

Il faut également regarder par région ou par secteur ce qui peut vous être proposé.

Un investisseur ou des investisseurs :

Un tiers qui croie en votre projet et qui peut investir dedans.

Attention : Est-ce juste l'investissement ou aura-t-il également des parts dans l'entreprise ?

La banque :

Elle vous demandera systématiquement le business plan avec tous les éléments que nous avons vu précédemment.

Le projet sera examiné et un apport personnel vous sera demandé.

En général, ce sera environ 30 % de votre investissement.

Si vous avez une expérience professionnelle dans le domaine, cela aura un impact très positif sur le dossier et pourra aider si le dossier est un peu fragile.

Attention cependant, avec la crise Covid, les banques vont encore être plus réticentes, mais quand l'activité va reprendre, ce sera différent.

Le crowdfunding :

C'est une plateforme de financement participative.

Si votre projet plaît aux internautes, ils peuvent vous aider à financer tout ou une partie votre projet.

Il faudra faire de la communication pour les inviter à participer à votre projet.

Le prêt brasseur :

Votre distributeur de boissons peut vous « prêter » du matériel (pompe à bière, machine à café...) mais aussi des capitaux au démarrage.

Cela peut soulager votre trésorerie au début.

Mais vous devrez vous fournir chez lui exclusivement en contrepartie.

Réfléchissez avant de signer ce contrat aux conséquences qui vous liera avec votre brasseur

Pour mener à bien votre projet, il est indispensable que vous listiez les actions à réaliser afin de ne rien oublier.

Ce sera votre compte à rebours



COMMENT BIEN RECRUTER SON EQUIPE

Vos collaborateurs sont l'atout majeur et une valeur importante de votre restaurant.

Vous travaillerez chaque jour avec eux, donc ne sous-estimer pas ce chapitre !!

Nous allons voir les différentes étapes pour constituer votre équipe
et les points à ne pas négliger.

Le recrutement

Avant de recruter, il faut définir :

- Quel poste vous avez besoin (serveur, chef de rang, maitre d'hôtel, cuisinier, chef de cuisine, apprenti, etc.)
- Combien de personnes par poste ?
- Quels profils vous souhaitez, selon le concept de votre restaurant.

Avant de commencer les entretiens, je vous recommande de faire une fiche pour chaque poste dans laquelle vous listez les tâches de votre futur employé.

Utilisez-la lors de l'entretien.

Ensuite recevez les candidats et évaluez quelle personne est plus apte à travailler avec vous.

Cela peut dépendre de nombreux critères :

- L'expérience
- Le ressenti lors de l'entretien
- La personnalité du candidat
- Ses attentes vis-à-vis du poste
- Vos attentes par rapport au concept et à votre vision
-

N'hésitez pas à les questionner sur leur point de vue personnel à propos de thèmes que vous jugez important (relation client, qualité de produit et de service, hygiène alimentaire, etc....)

Cela vous donnera une première impression qui vous aidera à juger si le savoir être du candidat correspond au profil que vous recherchez.

Préparez vos questions avant l'entretien, si vous n'en avez pas l'habitude.

Vous ne recrutez pas seulement un professionnel qui connaît son métier mais bel et bien un homme ou une femme qui partage votre vision de la restauration.

L'arrivée du salarié

Le premier jour est très important pour un nouveau collaborateur.

Il n'aura eu qu'un premier contact avec son recruteur et sera dans la découverte totale de son nouvel environnement de travail.

Nous sommes tous passé par cette étape et nous savons que cela peut-être intimidant.

Après une partie administrative incontournable (signature du contrat, remise des documents relatifs à l'embauche) il sera donc important de lui faire visiter votre restaurant et lui présenter ses collègues.

Il se sentira alors mis en valeur et vous pourrez commencer votre relation professionnelle sur de bonnes bases.

Contrat

De quel contrat avez-vous besoin ?

Est-ce un CDD, un CDI, un contrat d'extra pour les Week ends ?

Un temps partiel, un temps plein ?

Avec certains contrats, vous pouvez bénéficier d'aide.

N'hésitez pas à vous renseigner à l'avance.

Gérer le personnel

Une bonne organisation est le maître mot d'un bon service.

Qui fait quoi ?

Il faut que vous définissiez le poste de chacun (grâce à la fiche de poste ou description de poste) et le rôle de chacun durant le service.

Ainsi ce sera un gain de temps et de productivité.

Un manque de personnel peut-être une source de désorganisation.

Ce sera l'engrenage manquant qui provoquera le dysfonctionnement global de la machine.

Il faudra alors s'attendre à une réaction en chaîne qui frustrera vos employés et cela jouera forcément sur le ressenti et la satisfaction de vos clients.

Il faut trouver un juste équilibre entre l'activité du restaurant et le nombre de salariés par service.

Salaires

Quel salaire proposer à vos collaborateurs ?

Il faut prendre comme référence la convention collective qui vous donne le salaire minimum ainsi que le niveau et l'échelon pour chaque poste.

Ensuite rien ne vous empêche de proposer un salaire supérieur.

Cela va dépendre de plusieurs critères :

- L'expérience et l'ancienneté dans chaque poste occupé auparavant
- Les diplômes (mais ce critère est de moins en moins retenu)
- Le poste que vous lui proposez
- La responsabilité que vous lui donnez

Pour certains postes de chef de service (maitre d'hôtel ou responsable de salle, chef de cuisine), le candidat négociera très souvent son salaire.

Combien coute un salarié au SMIC ?

Un temps plein au SMIC vous reviendra à environ 2200 euros par mois (salaire + charges patronales + mutuelle).

Les charges de personnel représentent souvent le poste le plus important d'un restaurant (avec l'achat de nourriture et boissons).

La masse salariale (salaires + charges + mutuelle...) représentent environ 30 % du chiffre d'affaires, selon la taille de votre restaurant.

L'ambiance de travail

C'est une chose importante pour vos collaborateurs.

Si votre personnel arrive avec « la boule au ventre » le matin et n'a pas envie de venir travailler le client le ressentira.

Au contraire, s'il est heureux dans votre restaurant, il le fera ressentir à la clientèle et cette dernière y est très sensible, croyez-moi !!

Un salarié heureux fera un client heureux qui souhaitera alors revenir

Et cela contribuera à sa fidélisation

Sachez être un « BON » patron et un bon manager d'équipe !!

Vous pouvez motiver vos salariés de différentes façons (service au pourcentage, prime etc ...)

Apprenez à vos salariés à être polyvalents.

Vos collaborateurs qui ont déjà une expérience en restauration ont déjà cette habitude.

Chaque personne est capable de faire plusieurs tâches même si ces dernières ne découlent pas forcément du poste occupé.

Par exemple, sur une journée très chargée, un serveur peut aller aider en cuisine avant le service.

Il peut aider à dresser des entrées à l'avance etc...

Cela aidera la cuisine et renforcera également la cohésion d'équipe.

L'EXPERIENCE CLIENT

A plusieurs reprises ce sujet est abordé dans les différents chapitres mais c'est un point primordial pour votre futur restaurant dans les différentes étapes du processus. Vous devez expliquer cela à vos collaborateurs et ils doivent respecter cela.

Parlez en dès le recrutement et posez-leur des questions sur ce point.

Expliquez votre vision de cette expérience client et de ce que vous voulez

Les choses seront ainsi claires et ils connaîtront votre « inflexibilité » sur ce point avant l'embauche.

Les affichages obligatoires pour le personnel

Voici la liste complète des affichages obligatoires destinés aux salariés :

- Les coordonnées de l'inspecteur du travail, et celles du médecin du travail
- Les consignes de sécurité et d'incendie avec les noms des responsables du matériel de secours, les consignes d'évacuation en cas d'incendie, les coordonnées des pompiers et les consignes en cas d'accident électrique
- La référence de la convention collective et des accords applicables dans le restaurant
- Les articles L. 3221-1 à L. 3221-7 du Code du travail concernant l'égalité de rémunération entre les hommes et les femmes
- Les horaires de travail ainsi que les horaires et la durée du repos
- Le jour et les heures de repos collectifs en cas de travail le dimanche
- La période de prise des congés avec l'ordre des départs
- L'article 222-33-2 du Code pénal sur le harcèlement moral
- L'article 222-33 du Code pénal sur le harcèlement sexuel
- Les articles 225-1 à 225-4 du Code pénal sur la lutte contre la discrimination à l'embauche
- Le document unique d'évaluation des risques professionnels

D'autres documents viennent s'ajouter à ces derniers en fonction de la taille de l'entreprise.

Si le restaurant compte au moins 11 salariés, il est également nécessaire d'afficher la procédure d'organisation de l'élection des délégués du personnel.

A partir de 20 salariés, il faut ajouter le règlement intérieur comprenant notamment les règles d'hygiène et de sécurité.

Enfin, à partir de 50 salariés, les noms des membres du CHSCT, la localisation de leur poste de travail, ainsi qu'une information sur l'existence d'un accord de participation, doivent aussi être affichés.

COMMENT GERER SON RESTAURANT ?



Oh, j' imagine votre tête ... et votre inquiétude !

Certains parmi vous voudrons zapper ce chapitre !

D'autre pensent déjà à la migraine qu'ils auront à la fin de ce chapitre car la gestion et la comptabilité ne sont pas leurs domaines de prédilection.

Je comprends bien ce que vous pouvez penser.

Il est commun de croire que la gestion d'une entreprise est fastidieuse et peut même ressembler à un fardeau. Je vous rassure tout de suite, il n'y a rien d'insurmontable !

Comme toutes disciplines, l'aisance vient avec la pratique.

Ce qui paraît impossible aujourd'hui, avec un peu de travail, vous semblera familier demain pour finalement être un outil que vous maîtriserez parfaitement.

J'en suis le parfait exemple !

Introduction

Avant de continuer, je vous propose un petit moment de réflexion et pourquoi pas de nostalgie.

Regardez l'image ci-dessous :



Pour beaucoup d'entre vous cette photo évoque une action quotidienne obligatoire. Vous savez donc exactement à quoi sert chaque éléments (volant, cadrans, levier de vitesse, pédales etc...) et vous en maîtrisez l'utilisation pour atteindre le but qui est simplement de faire fonctionner votre véhicule.

Maintenant rappeler vous la première fois que vous êtes passé derrière le volant et que quelqu'un vous a dit « Vas-y roule ! ».

Je ne sais pas pour vous mais personnellement j'étais perdu, à tel point que cela me semblait impossible. Je ne voyais pas le lien entre tous ces outils (notamment le passage de vitesse pour améliorer les rapports) puis à force d'entraînement tout était plus logique pour finalement atteindre une fluidité, un confort et enfin même un certain plaisir.

Vous voyez maintenant où je veux en venir.

Une entreprise n'est pas si différente d'une voiture. Pour son bon fonctionnement il faut apprendre à maîtriser les instruments mis à notre disposition. La gestion et la comptabilité en font partie.

Le but premier de la gestion n'est pas d'atteindre un rendement exceptionnel mais bel et bien de vous faciliter la vie au quotidien.

Il vous faut des instruments simples qui vont vous aider.

Il ne faut pas oublier que la gestion va de la création de la carte de restaurant (avec choix des fournisseurs, la fixation des prix) aux charges de personnel en passant par les achats, les inventaires, les ratios, les investissements, le compte de résultat, le bilan, le seuil de rentabilité, la trésorerie etc...

Et c'est ce que nous allons voir maintenant !

La carte de restaurant

C'est un élément fondamental et majeur pour votre restaurant.

Elle permet aux clients de voir ce que vous proposez et de connaître les prix que vous pratiquez.

C'est la « vitrine » de votre restaurant. Elle doit inciter les clients à rentrer et à commander en stimulant leur imagination gustative.

Si vous êtes franchisé : très souvent, la carte est faite au niveau national pour une homogénéité sur tout le réseau, donc vous recevez la carte ainsi que les fiches techniques du siège. Tout sera fait.

Si vous êtes indépendant : c'est à vous de la concevoir.

Elle va dépendre du concept de votre restaurant et de l'attente de vos clients.

- Quel type de carte ?
- Quel format ?
- Proposez-vous un plat du jour ?

Telles seront les questions que vous devrez alors vous poser.

A quelle fréquence changer votre carte ?

Cela va dépendre du type de votre clientèle :

- Si vous avez un restaurant « touristique » avec peu de clients habitués (même si vos clients reviennent d'une année à l'autre), la fréquence pour renouveler votre carte sera faible.
- Si vous avez un restaurant avec beaucoup de clients habitués il est recommandé de changer régulièrement la carte afin d'éviter une certaine lassitude.

En général les consommateurs aiment le changement, il est donc logique qu'ils n'apprécient pas la répétition des mêmes plats sur plusieurs mois.

Comment faire une carte de restaurant ?

Nous allons principalement parler ici des fiches techniques.

Une fiche technique, c'est une fiche qui vous permet de calculer le coût de revient d'un plat et sa rentabilité.

Il faut lister tous les ingrédients d'un plat. On indique pour chaque ingrédient, le grammage prévu dans l'assiette, le prix au kilo et le prix de revient pour une assiette.

Dans l'exemple ci-dessous, une portion de poulet rôti nous revient à 2.18 euros HT (Hors Taxes) sans prendre en compte la garniture et la décoration de l'assiette.

EXEMPLE D'UNE FICHE TECHNIQUE

RECETTE

Exemple : Poulet rôti

Etapes et
détails de la
recette

Ingrédient	Unité	Quantité	PUHT	PTHT
Poulet	Kg	0,35	5,49	1,92
Beurre	Kg	0,01	5,56	0,06
Cresson	Botte	0,06	2,96	0,18
Huile	Litre	0,01	2,12	0,02
Poivre				0,00
Sel				0,00

TOTAL 2,18

Lexique :

- **Unité** : Unité de mesure (litre, Kilo, pièce...)
- **Quantité** : quel grammage vous mettez dans l'assiette
- **PUHT** : Prix Unitaire Hors Taxes
- **PTHT** : Prix Total Hors Taxes
- Coefficient multiplicateur : outil mathématique qui permet à une entreprise commerciale de fixer le prix de vente d'un produit par rapport à son prix d'achat

Quand on a le cout de revient HT (ici 2.18 euros), on le multiplie par le coefficient multiplicateur que vous souhaitez (en principe entre 2.5 et 4 en restauration), et on ajoute la TVA. Vous avez ainsi votre prix de vente.

On reprend notre exemple avec le poulet.

On prend le prix de revient que l'on multiplie par le coefficient multiplicateur (pour l'exemple, on prendra 3)

Ce qui nous fait $2.18 \text{ HT} \times 3 = 6.54 \text{ HT}$

On a donc 6.54 euros HT, auquel on ajoute la TVA à 10 %

$6.54 \text{ HT} \times 10 \% = 7.19 \text{ euros TTC}$

Pour que votre plat soit rentable, il faut le vendre au minimum 7.19 euros TTC.
(J'ai pris le coefficient de 3 mais vous pouvez ajuster entre 2.5 et 4, selon votre type de restaurant et vos plats.)

Les logiciels de facturation restaurant ont bien souvent une fonction qui vous permet de calculer vos fiches techniques. Mais vous devez leur donner les informations et comprendre le principe.

Bien entendu le prix d'un plat de votre carte ne dépend pas que de la fiche technique, ce serait trop facile.

Souvenez-vous, nous avons vu la concurrence dans un autre chapitre et on y revient.

Vous devez connaître les prix de vente de vos concurrents.

Vos tarifs doivent s'adapter à votre marché mais aussi à vos concurrents.

Le but n'est pas de copier, mais vous devez tenir compte de leurs tarifs.

Par exemple :

Si proposez des pizzas.

Si vos concurrents ont des tarifs qui tournent aux alentours de 9 euros vous prenez le risque d'être boycotté si les vôtres sont autour de 12 euros.

Vous pouvez néanmoins être plus chers que vos concurrents si, et seulement si, vous proposez un produit de meilleure qualité ou plus innovant qui crée une réelle différence. Ce qui pourrait justifier, aux yeux de vos clients, cet écart de tarif.

Vos plats doivent tenir compte de votre concept mais aussi du prix que la clientèle est prête à payer.

Pour faire votre carte, vous pouvez aussi partir du prix que le client est prêt à payer, et remonter vers la fiche technique (sens inverse de ce que nous avons vu précédemment).

Si le prix du client est de 8.50 TTC. On enlève la tva puis le coefficient multiplicateur pour obtenir le coût de revient.

A partir de ce coût de revient, il faut trouver des plats (avec différents ingrédients) qui vont être dans cette fourchette.

Combien de plats sur la carte :

Le client favorisera la qualité à la quantité de plats sur votre carte.

Il faut aussi bien comprendre que plus vous avez de plats, plus vous avez de marchandises, de stocks et donc de possibilité de perte si certains plats ne se vendent pas ou peu.

Si vous avez trop de plats sur la carte, il est facile de penser que vous faites du congelé, ou des plats en poche que vous n'avez qu'à réchauffer

Mettez-vous toujours à la place du client

Vous allez dans un restaurant qui a 5 entrées, 5 plats et 5 desserts, puis dans un autre ou vous trouvez 12 entrées, 12 plats et 12 desserts

Que pensez-vous de la carte avant même avoir franchi la porte du restaurant ?

Le jugement hâtif est alors très facile, vous vous serez fait un avis négatif avant même d'être rentré et d'avoir eu un premier contact avec l'équipe du restaurant.

Cependant, certains types de restauration peuvent proposer un large choix à la carte par exemple, les crêperies, les pizzérias, car la base du plat est quasiment la même et seulement certains ingrédients varient.

Appellation des plats :

Selon le type de restauration que vous proposez, il est parfois indispensable d'expliquer les ingrédients principaux d'un plat.

Si vous proposez un plat très atypique et peu connu, il est préférable et même indispensable d'indiquer ses ingrédients pour que le client ne risque pas la déception à cause d'un manque d'information.

L'appellation doit être vendeuse.

Entre « Pavé de saumon – riz, légumes » et « Pavé de saumon cuit sur peau accompagné de son Riz Basmati et de ses petits légumes de Saison » le choix est évident ?

C'est le même plat, ce sont les mêmes ingrédients, mais l'appellation est plus incitative et donne plus l'envie au client.

Si vous avez des ingrédients « bio » ou des plats « bio » il faut les mettre en avant.

Ne mentez pas à un client en lui indiquant des ingrédients
qu'il ne retrouvera pas dans son assiette.

Le format et la mise en page :

Cela dépend de votre concept et de votre choix. Il n'y a pas de format pré défini (qu'elle soit en A4, A5, en paysage, en portrait, en plusieurs parties etc...).

Les couleurs doivent être en harmonie avec votre logo et votre concept.

Ce peut être également une ardoise pour les plats du jour, ou une carte dématérialisée.

Elle doit être bien lisible.

Si vous mettez des photos, elles doivent être qualitatives.

N'oubliez pas l'url de votre site, le nom de vos réseaux sociaux et vos prestations annexes (vente à emporter, livraison ...)

Propreté :

Cela vous paraît anodin mais c'est très important.

Quelle structure de carte allez-vous proposer ? Plastifiée, papier, cartonnée etc...

La carte de votre restaurant doit toujours être impeccable, il en va de l'image de votre entreprise.

Une carte grasse et cornée donnera une image médiocre de votre restaurant, c'est un détail qui a toute son importance.

La carte est la première chose que vous donnez directement à votre client (à l'inverse du mobilier qui est déjà sur place), c'est donc le premier contact physique avec votre prestation.

C'est la première interaction concrète entre le serveur et le client

Nous avons parlé de la carte de restaurant mais selon votre concept, vous pouvez aussi faire une carte des vins, une carte des boissons etc...

N'oubliez pas les mentions légales sur la carte ainsi que les allergènes

Le choix des fournisseurs

Les fournisseurs sont très importants car ce sont eux qui vous fourniront la matière première et donc la qualité des produits.

Du prix d'achat des produits va dépendre la rentabilité de votre restaurant !

Avant toute rencontre avec votre fournisseur, définissez vos besoins.

Rencontrez vos fournisseurs, dialoguez avec eux, voyez ce qu'ils vous proposent en termes de prix, mais aussi la relation que vous avez avec eux, les jours de livraison, les horaires de livraison, le délai de règlement, les quantités minimums de commande, etc...

Voyez plusieurs fournisseurs, comparer les prix et leurs prestations, faites jouer la concurrence.

Les charges de personnel

Selon la taille de votre restaurant, vous pouvez embaucher un, deux ou plusieurs collaborateurs.

Il est important de savoir quel est le coût de votre salarié.

Admettons que Le salaire brut est de 1800 euros

Le salaire net du salarié est de 1440 (les cotisations à la charge du salarié sont d'environ 20%).

Le cout global pour l'employeur se calcule en ajoutant les cotisations patronales au salaire brut.

Les cotisations sont de 41 %

Le calcul est 1800×1.41 , ce qui nous fait un cout global employeur de 2538 euros.

La gestion des achats, les stocks, l'inventaire, les ratios

Les achats de marchandises (et de boissons dans une moindre mesure) sont une des dépenses les plus importantes de votre restaurant, avec les charges de personnel.

Soyez vigilant et prenez le réflexe de contrôler

Vérifier les factures afin de voir si le tarif négocié n'a pas pris une hausse de X %. Cela aura un impact sur votre fiche technique et sur votre rentabilité.

Soyez intraitable sur la qualité des produits de vos fournisseurs.

N'hésitez pas à leur dire dès votre premier entretien.

Vous devez apprendre à gérer vos stocks.

Vous devez toujours avoir de la marchandise pour ne pas tomber en rupture de stock mais il ne sert à rien d'avoir trop de stock et de devoir jeter cette dernière.

Au fur et à mesure de la vie de votre restaurant, vous aurez des statistiques de vente de vos plats et vous connaîtrez les quantités vous vendez, ce qui vous permettra de pouvoir commander en conséquence.

Chaque mois, je vous préconise de faire un inventaire de vos produits (nourriture et boissons).

Vous saurez réellement ce que vous avez en stock.

Le but de l'inventaire est de calculer le ratio marchandises et de voir s'il est bon ou si vous avez un écart (vous ou votre cuisinier).

S'il y a dépassement, il faut corriger, découvrir pourquoi il a été dépassé et trouver des solutions.

Le ratio marchandises doit être environ de 30 % par rapport au chiffre d'affaires.

Il dépend du type de restaurant que vous avez.

Le tableau de bord

Comme le tableau de bord d'une voiture, votre tableau de bord va vous permettre de surveiller, contrôler très rapidement si tous les voyants sont au vert ou non.

Il dépend de votre organisation et de ce que vous souhaitez.

Il peut être mensuel, comme le tableau ci-dessous.

Mais vous pouvez aussi avoir un tableau journalier avec le nombre de couverts, le chiffre d'affaires etc...

La majorité des logiciels de restaurant proposent ce récapitulatif journalier.

TABLEAU DE BORD Mois/Année

	En Euros HT
Chiffre d'affaires HT	10000
- Matières consommées	3000
= Marge brute	7000
- cout du personnel	2538
= Marge Prime Cost (marchandises + personnel)	4462
- frais généraux (autres achats, autres charges etc...)	550
= RBE Résultat brut d'exploitation	3912
- cout d'occupation (loyer etc...)	1000
= Résultat courant	2912

Le prime cost ne doit pas dépasser 60 % du CA HT sinon votre rentabilité sera impactée.

Les investissements

Vous devez lister les différents investissements dont vous aurez besoin.

Ces derniers sont importants car ils vont faire partie de votre business plan, donc du compte de résultat prévisionnel et du plan de trésorerie.

Nous allons voir quelques exemples des points à ne pas oublier :

- **Le local** : est-il à vendre (avec frais d'agence, frais de notaire), ou est-ce une location ? Si c'est un local à aménager en totalité ou partiellement ?
- **Travaux** : avez-vous des travaux de remise aux normes à faire, avez-vous des travaux de décoration à faire ? Quelle ambiance voulez-vous ?

- **Frais de création** : rédaction des statuts juridiques, de l'immatriculation, de la création de la société, choix du cabinet comptable, droit de franchise etc...
- **Achat de matériel** : Vous faut-il du matériel ? en totalité ? en partie ? S'il faut acheter du matériel, il faut le lister. Que ce soit du matériel de cuisine (four chambre froide, couteaux) ou en salle (chaises, tables, caisse enregistreuse, etc...). Est-ce une reprise d'un restaurant ?
- **Cout du personnel** : le restaurant ne sera pas rentable dès le premier jour. Il faut donc prévoir une enveloppe pour les couts du personnel
- **Les stocks de marchandises et de boissons**
- **Licence, permis d'exploitation et formations**
- **Marketing** : quel est votre budget pour vous faire connaitre et fidéliser vos clients

Et là j'imagine vos questions :

Quel est le budget pour un restaurant ?

Quel est le prix d'une cuisine professionnelle ?

L'achat du gros matériel en cuisine est couteux. Par exemple, le prix d'un four professionnel est d'environ 8000 euros HT.

Bien entendu cela dépend de la marque, de la capacité et d'autres critères techniques.

Pour certains postes d'investissement, il est très difficile de donner une fourchette de prix car cela va dépendre de beaucoup de critères :

- L'équipement qui est déjà sur place lors d'une reprise,
- Du concept de restaurant que vous avez choisi. Si c'est une friterie, vous aurez besoin de peu de matériel, si c'est un restaurant gastronomique, il vous en faudra beaucoup plus,
- De la qualité du matériel que vous choisissiez
- Du tarif que vous propose le fournisseur après négociation etc...

Pour réduire cet investissement très onéreux, pensez à la location de matériel ou à l'achat de matériel d'occasion pour votre lancement.

Vous pourrez ensuite acheter du neuf quand le restaurant fera suffisamment de bénéfices.

Petit conseil : N'hésitez pas à charger un peu plus certains postes de dépenses, sur le business plan, car il y a toujours des imprévus de dernière minute.

Le contrôle de gestion

C'est l'action de contrôler, de constater, de mesurer et d'analyser le chiffre d'affaires ainsi que les charges.

Le but est de pouvoir identifier rapidement les écarts par rapport aux prévisions et d'apporter des actions correctives immédiates.

Nous allons prendre un exemple concret :

Vous avez fait plus de chiffre d'affaires que les prévisions mais vous avez dépensé plus que prévu pour les achats alimentaires. Il faut donc se demander pourquoi.

- Pourquoi plus de chiffre d'affaires ? Avez-vous fait une action commerciale qui vous a rapporté plus de client, c'était la saison haute etc...
- Pourquoi avez-vous dépensé plus que prévu en achat alimentaire (pourquoi est-ce que le ratio n'est pas bon ?)
- Avez-vous changé de fournisseur et payé plus chères vos marchandises, votre prix de vente est-il suffisamment élevé ? etc...

Comprendre les écarts, chaque mois, vous permettra de corriger rapidement ce qui ne va pas et ainsi d'améliorer votre rentabilité, sans attendre le compte de résultat annuel.

En effet, si le contrôle ne se fait qu'une fois dans l'année, vous aurez perdu beaucoup de rentabilité, donc de bénéfice.

Le seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité est également appelé « point mort »

C'est le chiffre d'affaires Hors Taxes qui est égal aux charges de l'entreprise.

Si le chiffre d'affaires couvre juste les charges alors vous ne faites pas de perte ni de bénéfice.

Le seuil de rentabilité peut se calculer, entre autres, en nombre de couverts.

Exemple :

Vos charges mensuelles sont de 10 000 euros HT. Vous devez donc faire au minimum 10 000 euros HT de Chiffre d'affaires.

On va calculer cela en nombre de couverts.

Vous avez calculé que le PM couvert (prix moyen = ce que dépense chaque client en moyenne) est de 20 euros HT.

Vous faites 30 couverts par jour.

Le restaurant est fermé 1 journée par semaine.

Donc $10\,000 / 20$ euros HT = 500 couverts.

Vous devez faire 500 couverts pour commencer à faire du bénéfice.

Vous faites $500 / 30$ couverts par jour = 16.6

Donc (pour arrondir le résultat) au bout du 17^e jour (hors fermeture hebdomadaire), vous commencez à faire du bénéfice.

Les charges fixes

Ce sont des charges qui sont toujours identiques, peu importe la fréquentation de votre restaurant. Par exemple, le loyer, les assurances, votre comptable (hors mission sociale)

Les charges variables

Ce sont des charges qui varient en fonction de votre activité. Par exemple, l'eau, l'électricité, les achats de marchandises, commission sur les encaissements de carte bancaire ...

Le compte de résultat

C'est un document comptable qui regroupe l'ensemble des charges et des produits d'une société, durant une période donnée (un exercice).

Un produit correspond à une recette, et une charge correspond à une dépense.

Si le montant total des produits excède le montant total des charges, alors un bénéfice est réalisé.

Et à l'inverse, une perte est réalisée si les charges excèdent les produits

Votre cabinet comptable vous le fera chaque année.

Dans le business plan, vous devrez faire un compte de résultat prévisionnel avant de rencontrer les financiers.

Vous pouvez facilement trouver des tutos sur internet qui expliquent les grandes lignes d'un compte de résultat.

Idem pour le bilan que nous allons voir.

Le bilan

Le bilan est un document financier.

C'est une photographie du patrimoine de l'entreprise à l'instant T.

C'est un tableau récapitulatif d'un côté ce que l'entreprise possède (actif) et de l'autre ce qu'elle doit (passif).

Votre cabinet comptable vous le fera également chaque année.

La trésorerie

Dans votre business plan, il vous faudra faire un plan de trésorerie, sans oublier le besoin en fonds de roulement (BFR).

Juste un petit paragraphe afin de vous expliquer le BFR.

Le besoin en fonds de roulement correspond au montant qu'une entreprise doit financer pour gérer le décalage entre les décaissements et les encaissements.

L'entreprise doit payer ses fournisseurs avant d'obtenir le règlement de ses clients. Elle a donc un besoin en fonds de roulement à financer. Plus les stocks et les délais d'écoulement sont importants, plus l'entreprise risque d'avoir un besoin en fonds de roulement significatif.

L'ampleur du besoin en fonds de roulement dépend de plusieurs paramètres : le secteur d'activité, les conditions de vente, les conditions d'achat, les délais de rotation des stocks et le volume d'activité.

Revenons à la trésorerie !

Le plan de trésorerie est un tableau qui vous permet de savoir si vos recettes vous permettent de couvrir les dépenses prévues.

Cela vous permet de suivre l'équilibre financier de votre entreprise et de voir si vous pouvez vous auto financer.

Vous pouvez faire un tableau avec les 12 mois de l'année et vos dépenses prévues.

EXEMPLE DE PLAN DE TRESORERIE

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Apport												
Chiffre d'affaires												
Total encaissements												
Immobilisations												
Emprunt												
Achat marchandises												
Fournitures												
Autres achats												
Etat impôts												
Salaires + charges												
Tva à payer												
Total Décaissements												
Solde trésorerie												

Ce tableau n'est qu'un exemple parmi tant d'autre.

Il vous permettra de bâtir votre trésorerie lors du business plan et de voir ainsi si votre projet est viable ou non.

S'il ne l'est pas, que faut-il faire ?

Devez-vous emprunter plus, trouver un autre local moins cher ?

Ce plan de trésorerie vous permettra également de suivre très régulièrement votre trésorerie et de voir si les encaissements couvrent ou pas vos besoins.

Si non, il faut trouver une solution.

Cela vous permet d'anticiper

La comptabilité et les règles fiscales

Tous les commerçants sont dans l'obligation de tenir une comptabilité afin de fournir aux impôts, entre autres, les informations indispensables pour connaître le montant de l'impôt à payer.

En plus de cette obligation fiscale, la comptabilité de votre établissement est essentielle pour la vie de votre restaurant et la gestion de votre entreprise.

Même si vous n'êtes pas comptable, il vous faut quelques connaissances afin de comprendre un minimum la comptabilité et vos obligations.

Est-ce que vous faites une partie de la comptabilité, ou donnez-vous tout le travail à faire à un comptable (y compris les fiches de salaire) ?

Si vous faites appel à un comptable, vous devrez lui fournir tous les éléments dont il a besoin (les factures, les bordereaux de remises de chèques et d'espèces, les talons de chèque, les justificatifs, les rapports de chiffre d'affaires etc...)

La comptabilité c'est pour le comptable

La gestion c'est pour vous !

Si vous en avez un, votre expert-comptable pourra vous aider dans ce domaine.

La gestion, quant à elle, va devenir votre quotidien.

Gérer c'est contrôler, prévoir et anticiper.

On contrôle le CA (Chiffre d'affaires), les charges de personnel, le coût matière (consommation de nourriture, les achats de marchandises)

S'il y a un problème que peut-on faire pour améliorer cela ?

Il faut contrôler une fois par mois car si vous contrôlez une fois par an alors il sera impossible de réparer les erreurs.

Cela peut se faire simplement avec un tableau, pas besoin de rentrer dans des choses compliquées.

On fait les ratios importants qui parlent très facilement

Si vous constatez des écarts, il faut corriger rapidement afin de toujours améliorer la rentabilité de votre entreprise

Plus vous aurez de rentabilité, plus vous pourrez investir et gagner votre vie.

Dans le chapitre suivant, nous allons aborder un sujet fondamental et très important qui est la partie commerciale et marketing afin de conquérir et fidéliser votre clientèle.

MARKETING ET COMMERCIAL

LA QUALITE

Je l'ai rapidement abordé précédemment, la qualité est un ensemble de choses matérielles et immatérielles.

Voici par exemple différents types de qualités :

- La propreté de la devanture de votre restaurant (des mégots, des papiers sur le trottoir ou la terrasse seront remarqués par les clients).
- Le professionnalisme de votre personnel.
- Le contenu de vos plats.
- La décoration de votre restaurant.
- La qualité du service, de l'accueil du client jusqu'à son départ
- Les petites attentions (tenir la porte au client, lui prendre son manteau etc.)
- La façon de traiter votre personnel, cela aura un impact sur l'ambiance au travail.
- La tenue du personnel de salle.

Vous l'aurez compris, la qualité peut se ressentir dans les moindres détails

Si ces ingrédients ne sont pas réunis, votre restaurant ne fonctionnera pas de façon optimale.

L'EXPERIENCE CLIENT

Ce point a déjà été abordé, mais il a aussi une place d'importance dans ce chapitre.

Que vient chercher le client dans votre restaurant, en plus de l'assiette ?

Que lui offrez-vous comme expérience globale en plus de son repas ?

Il est important de savoir à quelle clientèle vous vous adressez.

LE PERSONNEL

Après le client, c'est l'élément primordial de votre entreprise.

Vous ne pouvez pas être partout et le restaurant doit « tourner » lorsque vous êtes en repos.

Votre équipe est essentielle dans le bon fonctionnement de votre entreprise.

Ils sont en contact permanent avec le client, doivent vous faire part des remarques négatives mais aussi les positives. Vous pouvez et devez les impliquer dans la vie courante du restaurant.

Vous avez peut-être déjà une idée précise de la gestion des employés mais je vous conseille de déléguer, et de travailler en équipe.

Votre équipe représente votre établissement.

Expliquez-leur les choses, formez-les, faites-les participer, écoutez leurs idées, faites des points réguliers, voir même quotidiens.

Nous allons voir ensuite, différentes façons de faire connaître votre restaurant, de fidéliser, et de commercialiser en permanence.

Et tout cela passe, dans la majorité des cas, par votre équipe.



LA FIDELISATION

Fichier client

Vos collaborateurs doivent reconnaître les clients fidèles.

Les appeler par leur nom est important, ces derniers se sentent reconnus et la reconnaissance est très élitiste dans l'esprit d'un client.

Ne pas hésiter à prendre le mail ou le numéro de portable du client. Ceci afin de pouvoir lui envoyer un message lorsque vous changez de carte ou que vous faites un événement dans le restaurant.

Un fichier client est une base très importante pour votre entreprise.

L'ambiance

Comme nous l'avons déjà vu, le client ne cherche pas que l'assiette, il va venir chercher une prestation complète, un moment unique, une EXPERIENCE.

L'ambiance c'est une quantité de chose matérielle et immatérielle qui vont faire que le client va se sentir bien.

Cela passe par la décoration, le mobilier, l'ambiance lumineuse, la musique, la tenue des serveurs etc...

Un restaurant bien pensé et bien agencé est un bel outil de travail et un gain de temps pour votre équipe.

Si vous n'êtes pas déco, vous pouvez vous faire aider par un décorateur. Cela vous coûtera un peu mais vous aidera énormément.

N'oubliez pas que vous ne faites pas la déco pour vous, vous la faites pour vos clients !!

Votre décoration doit rester la même durant des années donc attention aux souhaits du décorateur, restez dans des choses qui n'ont pas d'effet de mode.

Mais il ne faut pas oublier de vous démarquer de la concurrence.

SOYEZ CREATIF

Faites des évènements, soirée à thème, saint Valentin, réveillon du 31, bon de réduction ou une boisson offerte etc...

Différenciez-vous des concurrents

Animez votre restaurant et fidélisez votre clientèle. Cela vous permettra de faire parler de vous régulièrement.

Si vous accueillez des familles, n'oubliez surtout pas les enfants (achetez un petit cadeau, kit coloriage, c'est le cadeau très utile et qui fait toujours plaisir).

Regardez ce que fait la concurrence. Peu importe le type de restauration que vous avez choisi

UN PLAN DE COMMUNICATION

Avant de vous lancez, avant de vouloir faire plein de choses en communication, il faut établir un plan.

Pourquoi ?

Cela vous permettra de savoir où, quand et comment lancer une ou des actions précises.

Faites un récapitulatif et notez tout ce qu'y vous vient à l'esprit.

Lorsque vous montez un restaurant, cela va dépendre si vous le créez de toute pièce ou si c'est une reprise.

Si c'est une création, il y a tout à faire

Si c'est une reprise, il y a déjà une notoriété, une habitude et une fidélisation avec la clientèle.

Les étapes importantes du plan sont :

- Analyse de la situation actuelle
- Quel est l'objectif ?
- Quelle clientèle est ciblée
- Le positionnement (quel est le but du message que je veux donner au client)
- Quel moyen de communication
- Le budget
- Faire le bilan et évaluer les résultats.

QUELS MOYENS POUR COMMERCIALISER ?

- Internet (un site, un blog)
- Un site si vous faites partie d'une chaîne. Les chaînes de restauration ont toutes un site internet, voir en plus Facebook, twitter, Instagram, etc...
- Les réseaux sociaux
- Les journaux
- La publicité papier
- La radio
- La commercialisation sur le terrain
- Les sites de réservation en ligne
- Les guides

Les moyens évoluent rapidement et de nouveaux arrivent régulièrement sur le marché.

Comme nous l'avons vu, il est important de bien cibler son client.

Si votre clientèle est plus une clientèle avec un âge certain, il vaut mieux recourir à une méthode traditionnelle tel que les journaux, la radio, les flyers etc...

Si vous touchez une clientèle jeune, alors optez pour les réseaux sociaux.



CONCLUSION

Bravo !

Nous avons parcouru du chemin ensemble.

Au début, vous étiez en recherche d'informations et vous ne saviez pas comment faire et par quoi commencer.

Maintenant, vous avez les cartes en main pour y arriver.

Il vous suffit de suivre le guide que vous venez de lire.

Dans cet ebook, vous avez vu :

- **Etape 1 :** Votre pourquoi, vos envies, vos compétences et celles qu'ils vous manquent pour le moment
- **Etape 2 :** Les différents types de restauration, les besoins du client et les tendances du marché
- **Etape 3 :** Les 3 clés essentielles pour devenir restaurateur qui sont le commerce, le management et la gestion. Mais également les formations et les choses à mettre en place pour lancer votre business (les normes, les déclarations, la création de société, le compte bancaire et l'assurance)
- **Etape 4 :** Tous les aspects indispensables pour construire votre projet. Le concept, la concurrence, l'emplacement, le local, le business plan, le financement ...
- **Etape 5 :** La gestion du personnel, avec le recrutement, les contrats, la gestion au quotidien et les salaires
- **Etape 6 :** Ce chapitre essentiel consacré à la gestion de votre future entreprise (la gestion commerciale, les fournisseurs, les charges de personnel, les achats et les stocks, le tableau de bord, les investissements, le contrôle de gestion, le seuil de rentabilité et la trésorerie)
- **Etape 7 :** La commercialisation et la fidélisation de votre clientèle.

Comme nous l'avons déjà évoqué, vous aurez des interrogations et des doutes durant votre parcours vers l'entrepreneuriat.

Il y a du travail et ce ne sera pas facile.

Mais vous avez désormais le savoir-faire pour atteindre votre objectif grâce à cet ebook.

Ne commencez pas par tout faire, sinon ce sera trop fastidieux.

Commencez juste par une seule chose, par exemple :

Faites un récapitulatif, comme dans le chapitre 1, avec

- Vos envies
- Vos compétences actuelles et celles que vous devez acquérir
- Vos craintes

En face de chaque crainte, trouvez une solution afin de les résoudre.

Puis regardez les types de restauration et voyez dans lequel vous vous sentiriez le mieux.

Je vous demande un petit service.

Après la lecture de cet ebook, je souhaite savoir quel est votre principal problème, qu'est-ce qui vous bloque ou quelles sont vos craintes pour lancer votre projet de restaurant ?

Envoyez-moi simplement un mail à bruno@projetrestaurant.com, ce sera un bon moyen de faire connaissance.

Afin de vous donner encore un coup de pouce pour votre projet, vous trouverez ci-dessous quelques sites professionnels sur lesquels vous découvrirez des conseils et des informations sur la restauration

Alors n'oubliez pas, c'est à vous de jouer !

Je vous dis à très bientôt

<https://www.metiers-hotel-resto.fr/>

<https://www.pole-emploi.fr/actualites/le-dossier/hotellerie---restauration/goutez-aux-metiers-de-la-restaur.html>

<https://www.lhotellerie-restauration.fr/>

<https://www.franchise-restauration.fr/>

<https://www.restauration21.fr/>