

#création

TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR
POUR OUVRIR UN RESTAURANT

LIVRE BLANC



METRO

VOTRE SUCCÈS EST NOTRE MÉTIER

05

PARTIE I :

**L'IDÉE - DÉVELOPPER
UN PROJET EN BÉTON**

11

PARTIE II :

**FAIRE SES PRÉVISIONS
FINANCIÈRES**

15

PARTIE III :

**TROUVER
SON FINANCEMENT**

19

PARTIE IV :

CRÉER SON ENTREPRISE

23

PARTIE V :

LANCER SON ACTIVITÉ





1

PREMIÈRE PARTIE

L'IDÉE

DÉVELOPPER UN PROJET EN BÉTON



L'IDÉE - DÉVELOPPER UN PROJET EN BÉTON



TESTER SES MOTIVATIONS

Avant de vous lancer, interrogez-vous sur les raisons pour lesquelles vous souhaitez ouvrir votre restaurant. S'agit-il d'une reconversion professionnelle ? Est-ce une façon de concrétiser votre passion pour la cuisine ? Ou bien est-ce avant tout l'envie de diriger votre propre entreprise ? La réponse à cette question est fondamentale : elle vous aidera à vous remotiver les jours difficiles.

Réfléchissez également aux compétences nécessaires pour vos futures responsabilités. Hormis le fait de savoir cuisiner, il faudra aussi gérer une équipe, sourcer les fournisseurs, faire votre comptabilité, communiquer autour de votre établisse-

ment, faire vivre votre site internet... Si vous sentez que c'est nécessaire, n'hésitez pas à suivre une ou plusieurs formations gratuites auprès de votre chambre de commerce.

Gardez aussi en tête que le métier de restaurateur n'est pas de tout repos. Vous devrez inévitablement traiter divers problèmes au quotidien concernant votre établissement ou vos employés. Disposez-vous de la patience et de la diplomatie nécessaire ? Résistez-vous au stress ? Etes-vous suffisamment en forme pour supporter des horaires et une charge de travail importants ?



DÉFINIR SON CONCEPT

Maintenant que votre projet est mûrement réfléchi, il est temps d'entrer dans le vif du sujet.

CHOISISSEZ LE TYPE DE RESTAURANT QUE VOUS SOUHAITEZ OUVRIR :

Service à table ou rapide, entrée de gamme ou gastronomique... Réfléchissez aussi au type de cuisine que vous proposerez : traditionnelle ou inventive, française, exotique ou fusion food, mono produit, menu unique ou bien carte étoffée. Optez de préférence pour une cuisine que vous connaissez déjà, et pourquoi pas en lien avec votre histoire.

DÉFINISSEZ ENSUITE VOTRE TYPE DE CLIENTÈLE :

Employés, touristes, riverains, solo ou familles, femmes ou hommes, jeunes ou vieux, gastronomes... N'essayez pas forcément de vous adresser à tout le monde. Car le risque serait de ne satisfaire personne. Mieux vaut répondre aux attentes d'une clientèle plus restreinte, mais le faire bien et les fidéliser.

LA QUALITÉ DE L'EMPLACEMENT EST CRUCIALE DANS LE DOMAINE DE LA RESTAURATION.

Commencez par définir la ville où vous voulez ouvrir votre restaurant. Réfléchissez ensuite au type d'emplacement que vous visez : quartier d'affaires, touristique, résidentiel, populaire ou huppé... Cette réflexion doit prendre en compte la clientèle que vous avez décidé de cibler. Pas ques-

tion d'ouvrir un restaurant familial au milieu d'immeubles de bureaux ! Vous pourrez trouver des données très détaillées des caractéristiques socio-démographiques des rues et des quartiers de votre ville auprès de la CCI et de l'INSEE. Ne négligez rien !

Étudiez toutes les données de votre secteur grâce à l'ODIL (outil d'aide au diagnostic d'implantation locale), un outil en ligne dédié aux entrepreneurs. Vous pouvez également trouver de l'aide auprès de l'association nationale des restaurateurs.

Sur le terrain, observez le comportement des consommateurs à différents moments de la journée et de la semaine. Vérifiez que la zone est suffisamment passante, avec des lieux de vie à proximité : commerces, autres restaurants, cinémas... Évitez les rues sombres et les impasses et privilégiez les zones bien desservies par les transports en commun, facilement accessibles par la route et proches de parkings.. Si vous visez une rue avec peu de flux piétons, contrôlez que les rues avoisinantes sont bien passantes et que votre local est visible depuis ces rues.

Demandez à la mairie si des aménagements sont prévus dans votre quartier. Si c'est le cas, vérifiez qu'ils iront bien dans le sens du développement de votre activité.

VÉRIFIEZ LA POSSIBILITÉ D'INSTALLER UNE TERRASSE (LARGEUR DU TROTTOIR, NUISANCES ÉVENTUELLES...).

Cela vous apportera un gain de chiffre d'affaires conséquent et ravira les fumeurs.



ADRIEN CACHOT
Chef cuisinier du Détour à Paris

« Je veux que mes clients viennent simplement pour le seul plaisir de manger, sans se prendre la tête. Qu'ils soient contents, et moi aussi. Qu'ils soient surpris, surtout. »



COMPRENDRE LE MARCHÉ

Il est maintenant temps de réaliser une étude de marché, qui va vous permettre de vérifier que votre concept répond bien à une demande et aux tendances actuelles de la restauration.

Cette étude doit proposer une analyse des points suivants :

L'ÉCONOMIE FRANÇAISE :

Le pouvoir d'achat et les dépenses des français sont-ils en croissance ? L'inflation est-elle importante ? Le taux de chômage est-il en baisse ? Et qu'en est-il de la confiance des ménages ?... Trouvez et listez tous les éléments positifs qui pourront vous aider par la suite à trouver des financements.

LE SECTEUR DE LA RESTAURATION :

Étudiez la santé du marché de la restauration en France. Comment le chiffre d'affaires et la marge commerciale du secteur ont-ils évolué ces dernières années ? Quels concepts et quels types de cuisines ont le vent en poupe ?

LA CLIENTÈLE ENVIRONNANTE :

Décrivez qui sont les personnes qui habitent, travaillent ou font leurs courses dans le quartier que vous visez. Quelle est leur catégorie professionnelle (employés, cadres, ouvriers, etc.) ? Quel âge ont-ils ? Sont-ils propriétaires ou locataires de leur logement ? L'Insee met à votre disposition de nombreuses études vous proposant ce genre d'analyses. Toutes ces questions vous permettront de mieux connaître votre future clientèle et de définir votre offre et votre gamme de prix.

LES CONCURRENTS :

Évaluez le nombre de concurrents implantés dans la ville ou le quartier que vous avez ciblé. Y-a-t-il un manque ou un excès de restaurants ? Analysez leur positionnement commercial : quels sont leurs concepts, leur offre, leur carte et les services qu'ils proposent ? Sont-ils tous identiques ou bien existe-t-il des concepts plus originaux ? Quels tarifs proposent-ils ? Quel type de clientèle fréquente ces établissements ? Quels avis ces clients laissent-ils en ligne ? Ces informations précieuses vous aideront à analyser votre offre et à affiner votre positionnement prix. Si vous envisagez de vous implanter dans une grande ville, pensez à analyser également les concurrents indirects, comme les cuisines virtuelles de Frichti, Food Chéri, Nestor, etc. Ces entreprises cuisinent en effet elles-mêmes les plats qu'elles livrent. Elles se positionnent donc comme de véritables concurrents potentiels.

Pour vous assurer que la demande est bien là, rien de mieux que de réaliser une enquête clients dans le quartier où vous pensez vous installer. Vous pourrez ainsi demander aux interviewés quel est leur budget, à quelle fréquence ils se rendent au restaurant, et si votre concept pourrait les intéresser.

Cette analyse du marché vous permettra d'affiner votre concept. Pensez à ce que vous apporterez de nouveau ou de différent par rapport à vos concurrents. En fonction de la clientèle environnante et du positionnement de vos concurrents, vous pouvez maintenant définir le niveau de qualité et de prix que vous allez proposer.





CHOISIR ENTRE CRÉATION OU REPRISE D'UN RESTAURANT

Réfléchissez bien à ces deux options pour trouver celle qui vous convient le mieux.

CRÉER SON RESTAURANT PERMET DE PARTIR DE ZÉRO

et de décider de tout : concept, image, stratégie... Mais il faut d'abord trouver un emplacement. Ce qui peut s'avérer un casse-tête dans certaines villes. L'une des solutions consiste alors à reprendre le bail d'un local occupé par une autre activité commerciale. C'est ce qu'on appelle acheter un « droit au bail ». Vous pouvez aussi louer un local vide et l'aménager pour en faire votre restaurant. A noter que vous aurez peut-être à payer « un pas-de-porte », c'est-à-dire une compensation financière à verser au propriétaire.

Enfin, la franchise est une troisième alternative. Il s'agit d'un contrat par lequel le propriétaire d'une enseigne (le franchi-seur) vous donne le droit d'exploiter sa marque. En contrepartie, vous devez verser un droit d'entrée puis une redevance proportionnelle au chiffre d'affaires.

L'OPTION LA PLUS FRÉQUENTE

consiste à racheter un fonds de commerce, c'est-à-dire à reprendre un restaurant existant, en incluant éventuellement le rachat des murs. Dans ce cas, vous achetez le droit au bail, mais aussi l'image du restaurant, sa clientèle, son nom... Si vous choisissez cette option, renseignez-vous au maximum sur l'activité et la réputation de l'ancien locataire en faisant des recherches sur internet. Cela vous aidera à ajuster le tir si des améliorations doivent être apportées.



CHOISIR LA FORME JURIDIQUE DE VOTRE ENTREPRISE / UN CHOIX DÉTERMINANT

Le choix de la forme d'entreprise que vous allez créer est déterminant. Votre choix aura en effet des conséquences fiscales et sociales sur votre activité et votre vie personnelle. Il aura également des impacts importants sur la gestion, vos responsabilités et le financement de votre entreprise.

Pour choisir le statut juridique de votre entreprise, vous allez devoir tenir compte de plusieurs critères, tels que :

LE NOMBRE DE PERSONNES DANS L'ENTREPRISE / PRÉSENCE D'ASSOCIÉS

Si vous créez votre entreprise seul(e), plusieurs choix de statuts s'offrent à vous : la SASU, l'EURL, l'entreprise individuelle, l'EURL...

Si vous souhaitez vous associer, vous pouvez opter pour la SARL, la SAS, ou la SA....

LE MONTANT DU CAPITAL SOCIAL

Pour certaines formes de sociétés, il n'y a pas de montant minimum requis pour le capital social (SARL, SAS ...). A contrario dans d'autres cas, un capital social minimum est requis (SA, SCA..).

LE RÉGIME DE RESPONSABILITÉ

Dans la plupart des cas, la responsabilité est limitée au montant des apports de l'associé/des associés (EURL, SASU, SARL, SAS). Dans certains cas, elle peut être illimitée, la dette sociale pourra ainsi engager la responsabilité des associés sur l'ensemble de leurs biens (SNC).

LE RÉGIME SOCIAL

Ce dernier varie selon la forme juridique choisie. En effet, le dirigeant peut être assimilé salarié ou non salarié. Cela déterminera s'il bénéficie ou non de la protection conférée par le régime de la sécurité sociale.

LE RÉGIME FISCAL

Selon la forme juridique que vous choisirez, votre entreprise ne sera pas soumise au même type d'impôts (impôt sur les sociétés ou impôt sur le revenu) et le dirigeant non plus. En fonction du régime fiscal correspondant à la forme de l'entreprise, la rémunération du dirigeant sera déductible ou non des bénéfices.

Pour plus d'informations concernant la forme juridique de votre entreprise, nous vous invitons à consulter le [portail entreprise](#) du gouvernement.



IMMATRICULER VOTRE ENTREPRISE

Pour que votre entreprise ait une existence juridique, vous devez déclarer votre activité et demander votre immatriculation auprès de différents répertoires ou registres :

LE RÉPERTOIRE SIRENE

« Système informatique pour le répertoire des entreprises et des établissements », dont la gestion est confiée à l'Insee. Ce répertoire enregistre l'état civil de toutes les entreprises et leurs établissements, quelle que soit leur forme juridique et quel que soit leur secteur d'activité.

LE REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIÉTÉS (RC)

Tenu par les greffes des tribunaux de commerce, vous devez y déclarer votre activité si celle-ci est commerciale ou si vous avez opté pour le statut de société.

Faites-vous également connaître des différentes administrations (ex. services fiscaux, les caisses maladie, etc).

Pour plus d'informations concernant les démarches à accomplir pour immatriculer votre entreprise, nous vous invitons à consulter le [portail des immatriculations](#) du gouvernement ou le [guide des formalités](#) d'infogreffe.

SOLLICITER VOS NUMÉROS



D'IDENTIFICATION

Après ces démarches effectuées, vous obtiendrez plusieurs identifiants, tous attribués par l'Insee :

- un numéro SIREN (numéro unique d'identification à neuf chiffres donné à chaque entreprise) ;
- un ou plusieurs SIRET (un numéro unique d'identification à 14 chiffres donné à chacun de vos établissements) ;
- un code APE (« activité principale exercée » par votre établissement ; constitué de quatre chiffres et une lettre, selon la nomenclature d'activités françaises).



IDENTIFIER LES BONNES ASSURANCES POUR PROTÉGER SON ENTREPRISE

Chute d'un client en raison d'un sol glissant, client blessé par un objet de décoration tombé accidentellement, accident du travail d'un employé, intoxication alimentaire due à un problème dans la chaîne du froid... Les risques liés à votre activité de restaurateur sont nombreux ! Dans tous les cas, vous devrez dédommager la ou les personnes ayant subi un préjudice. Pour vous couvrir, il est indispensable de souscrire une Responsabilité civile professionnelle.

Vous pouvez aussi souscrire une assurance Multirisque professionnelle, qui propose une protection plus complète. En plus des personnes, elle couvre les biens contenus dans vos locaux en cas de sinistre : incendie, vol, catastrophe naturelle, dégât des eaux, vandalisme... Les garanties sont différentes en fonction des assureurs. A vous de voir quelle protection correspond à vos besoins.

Sachez qu'il existe aussi une assurance pertes d'exploitation qui compense la baisse de votre chiffre d'affaires en cas de sinistre grave (inondation, tempête, vitrine brisée...). Cela vous permettra de couvrir les frais généraux : impôts, loyers, rémunération du personnel... mais aussi les frais liés au sinistre.

Même s'il est rare, le risque d'être attaqué en justice par un client, un employé ou un fournisseur existe bel et bien. D'où l'intérêt de souscrire une assurance juridique professionnelle pour être conseillé et pour être remboursé de vos frais d'avocats.

D'autres types d'assurances existent pour vous protéger. Contactez les différentes compagnies d'assurance qui sauront vous conseiller.



FAT

- Carlsberg Pilsener 0.3 / 0.5 55,- / 89,-
- Koningsdorp 1684 0.25 / 0.5 56,- / 112,-
- Brooklyn Lager 0.3 / 0.5 68,- / 112,-

FLASKE

- E. C. Dabls Pils 69,-
- E. C. Dabls Remp Pale Ale 110,-
- E. C. Dabls Luma Wit 110,-
- E. C. Dabls Bolt IPA 115,-
- Brooklyn Pilsener 115,-
- Brooklyn Brown Ale 120,-
- Brooklyn Scratch Ace 129,-
- Rigides Lite (glutenfrit) 140,-
- Corona 70,-

CIDER

- Somersby Double Press 95,-
- Somersby Sparkling Road 0.33 95,-
- Somersby Sparkling Road 0.75 215,-

ALKOHOLFRIIT

- Somersby 65,-
- Arbejdsmiljø 45,-
- Arbejdsmiljø 1664 55,-
- Arbejdsmiljø 69,-

BRUS/VANN

- Sovik Appelsin 29,-
- Sovik Oransje 29,-
- Pilsener 45,-
- Pilsener 45,-
- 7 up 45,-
- Solo 45,-
- Mozell Epikmost 45,-
- Farris Naturfrit 45,-
- Farris Lime 45,-

MUSSERENDE VIN

- Vignana Prosecco Extra Dry 395,-
- Charles Heidsieck Brut Reserve 395,-

HVITE VINER

- Maitte Chave 495,-
- La Saligne Sauvignon Blanc 82,- / 395,-
- Kloster Eberbeck Riesling Trocken 395,-
- Maison-Villages Orange Magnum 450,-
- L. Jäddö 495,-

RØDE VINER

- Vinje Barbera 87,- / 420,-
- Lucie Petit Cabernet 87,- / 420,-
- Côtes du Rhône B.O. M. Chacouffer 435,-
- Sylvain Mispouillon Classico 450,-
- Aux-Jacques Villages Coteau 450,-
- Bourgeois L. Jäddö 465,-
- Les Maysonniers Chantel 465,-
- B.O. M. Chacouffer 595,-
- Silvany Cote de Melite, L. Jäddö 695,-

PORTVIN

- Churchill LBV 6 cl 65,-
- Churchill 20 yo Tawny 6 cl 75,-





2

DEUXIÈME PARTIE

FAIRE SES

PRÉVISIONS

FINANCIÈRES



FAIRE SES PRÉVISIONS FINANCIÈRES

Vous êtes certain du potentiel de votre restaurant ? Vous avez choisi le statut de votre entreprise et vous vous êtes renseigné sur le coût des différentes assurances ? Il est temps de vérifier que votre idée est viable, grâce aux chiffres.

SOIGNER SES PRÉVISIONS

Calculez votre chiffre d'affaires en estimant votre ticket moyen et le nombre de couverts que vous comptez faire. Vérifiez que votre estimation du nombre de couverts est bien réaliste en fonction du nombre de jours d'ouverture de votre restaurant par semaine et du nombre de services que vous prévoyez de faire chaque jour.

Pour affiner l'estimation de votre ticket moyen, il conviendra de différencier le CA entre plats et boissons. Pour cela, vous fixez le prix de vente de chaque plat et boisson de votre carte en fonction du coût matière, auquel vous appliquez un multiple de 3 à 4 à tous les plats et 4 à 6 pour les boissons. Ceci vous permettra d'obtenir votre marge brute.

Lorsque vous aurez identifié vos produits les plus rentables, leur mise en avant boostera la marge brute globale de votre établissement..

Pour être compétitif, prenez connaissance des prix de la concurrence.

Listez les dépenses à réaliser pour démarrer votre entreprise : achat de matériel, frais d'immatriculation, travaux... Estimez aussi vos charges de gestion courante : pensez à vos frais fixes (loyers, assurances, abonnements...), mais aussi à vos frais variables (achat des produits, charges de personnel, électricité,...).

Pour estimer votre masse salariale, commencez par lister les postes dont vous aurez besoin. Il existe de nombreux métiers dans la restauration, à la fois en salle (manager, serveur, sommelier...) et en cuisine (chef, sous-chef, cuisinier, plongeur...). Évitez d'engager trop de personnel au début, quitte à retrousser vos manches jusqu'à ce que votre affaire soit rentable. Définissez les postes indispensables pour les débuts. Et n'oubliez pas de vous rémunérer également.

Vérifiez que la somme de toutes ces dépenses (fixes et variables) ne dépasse pas le chiffre d'affaires que vous avez prévu. Si c'est le cas, vous devez revoir votre projet.

D'autres documents doivent être établis en parallèle, notamment :

- **le compte de résultat prévisionnel**, qui permet d'estimer les pertes et les bénéfices durant les trois premières années de votre activité. Dressez deux colonnes : l'une où figurent l'ensemble des charges de votre restaurant (salaires, loyers, assurances, achat de matières premières...) et l'autre avec le chiffre d'affaires prévisionnel. Faites une soustraction entre les deux colonnes pour obtenir un aperçu de vos finances.

- **le plan de trésorerie** qui liste vos rentrées d'argent et vos dépenses estimées sous forme d'un tableau en deux parties : encaissement (apport personnel, financement de votre banque, levée de fonds, ...) et décaissement (travaux, téléphone, électricité, fournitures...). Il s'étend sur douze mois, pour pouvoir anticiper les périodes d'excédent et de déficit de trésorerie. Des exemples de plan de trésorerie spécifiques à l'ouverture d'un restaurant se trouvent facilement sur internet.

- **Le plan de financement à 3 ans** qui se compose de deux parties. La première concerne les besoins de financement de l'entreprise pour chaque exercice (trésorerie de démarrage, nouveaux investissements, remboursement des emprunts...). La seconde liste les ressources permettant de couvrir les besoins (apport personnel, bénéfice après impôts, primes...). Objectif : s'assurer à nouveau de l'équilibre financier de votre projet.



DAVID ZUDDAS
cuisinier du DZ'Envies
et du Peppuccio à Dijon

« Être cuisinier, c'est cultiver la proximité, trouver les meilleurs produits près de chez soi. Être cuisinier, c'est être honnête et respectueux. »







3

TROISIÈME PARTIE

TROUVER

SON FINANCEMENT



TROUVER SON FINANCEMENT

Vos prévisions financières sont maintenant bien ficelées. C'est le moment de convaincre les autres de vous suivre dans l'aventure. La poursuite de votre projet dépendra de la présentation d'un business plan, dans lequel il ne faudra rien laisser au hasard.

PRÉPARER UN BUSINESS PLAN

L'explication de votre projet passe par un document écrit d'une trentaine de pages : le business plan. Celui-ci doit expliquer à vos investisseurs, de la façon la plus claire et la plus complète possible, ce que vous avez en tête : le concept de votre restaurant, mais aussi les axes de développement, l'environnement économique, la stratégie commerciale et marketing, les besoins en ressources humaines...

Ce document regroupe donc :

- la description de votre concept
- votre étude de marché
- une présentation de votre entreprise : quelle forme juridique avez-vous choisie, quel sera son capital, ses actionnaires, quand va-t-elle être créée, quand l'activité démarrera-t-elle effectivement ?
- une présentation de votre équipe : quels sont les rôles et les compétences de chacun ?

Appuyez-vous sur les CV de vos employés pour montrer le potentiel de l'équipe. Si vous n'avez pas encore d'idées de recrutement, réalisez les profils types de vos futurs employés.



DÉCROCHER SON FINANCEMENT

L'idéal, pour financer son projet, est bien sûr de le faire par ses propres moyens. Vous avez pu épargner suffisamment pour disposer de la somme nécessaire au lancement de votre activité ? Optez pour l'auto-financement, qui vous permettra d'être totalement libre de vos actions. L'avantage ? Aucune pression extérieure sur les aspects financiers de votre entreprise. L'inconvénient ? Il vous faut sortir plusieurs dizaines de milliers d'euros...

Si vous n'avez pas les fonds propres suffisants, des investisseurs peuvent vous prêter de l'argent s'ils croient en votre concept.

Les banques vous accorderont un emprunt sous certaines conditions. Pour les convaincre, il faudra présenter un dossier complet (incluant le business plan) prouvant

vos apports personnels et votre faible taux d'endettement. Vous devrez aussi prouver vos compétences ou votre expérience en restauration.

Les Business Angels sont des investisseurs particuliers qui deviennent coactionnaires. Ils vous apportent un soutien financier, mais également un accompagnement et des conseils tout au long de votre projet. Ils investissent principalement dans des entreprises au fort potentiel de croissance et au concept innovant.

Le crowdfunding passe par la présentation de votre projet sur des plateformes de financement participatif. Les internautes intéressés vous prêtent ou vous donnent de l'argent. Principal avantage : vous n'avez aucune obligation en retour. Inconvénient : la concurrence est importante. Pensez à soigner votre présentation pour vous démarquer. Vos proches (famille, amis ou réseau pro-

VOUS SOUHAITEZ CRÉER UNE ACTIVITÉ DE RESTAURATION ECO-RESPONSABLE ?

Faites appel au financement participatif et collectez les fonds nécessaires au développement de votre projet. METRO et Tudigo s'associent pour soutenir et valoriser les projets qui ont un impact positif sur l'environnement et qui favorise des comportements plus responsables.

POUR EN SAVOIR PLUS ET SOLLICITER UN FINANCEMENT, RENDEZ-VOUS SUR :
[HTTPS://METRO.TUDIGO.CO/](https://metro.tudigo.co/)

fessionnel) peuvent aussi vous aider. Pour garder de bonnes relations, veillez à bien définir avec eux le taux et les échéances de remboursement. Pensez aussi à déclarer ces prêts au centre des impôts s'ils sont supérieurs à 760 euros.

Vos fournisseurs aussi peuvent mettre la main à la poche. Le prêt brasseur, proposé par certains fournisseurs brasseurs, propose soit un prêt financier, soit un prêt de matériel (machines à café ou tireuses à bières). En échange vous devrez vous engager à vous approvisionner exclusivement chez ce fournisseur pour un produit précis. Ce type de prêt est très répandu dans le milieu de la restauration. C'est un atout pour votre trésorerie car vous pouvez payer votre fournisseur en différé. Mais attention, en échange, il exigera une garantie d'exclusivité qui vous fera perdre une partie de votre indépendance et vous imposera ses tarifs, ainsi qu'un montant minimum de commande.

Identifiez également les aides auxquelles vous pouvez avoir droit de la part de l'État : prêt à taux 0, subventions, bourses... Si vous êtes demandeur d'emploi, vous pouvez bénéficier de l'Accre (aide aux chômeurs créateurs d'entreprise) qui vous permettra d'être exonéré totalement, ou en partie, de charges sociales durant votre première année d'activité.

La façon dont vous allez présenter oralement votre business plan aux investisseurs potentiels est aussi importante que le contenu du document. Préparez soigneusement votre prestation en vous entraînant face à d'autres personnes qui pourront vous donner leur ressenti. Anticipez les questions qu'on pourrait vous poser en veillant à maîtriser tous les aspects de votre business plan, notamment les questions techniques.

Durant la présentation, votre interlocuteur

doit sentir toute votre envie et votre détermination. Sa première impression sera décisive. Expliquez pourquoi votre projet de restaurant vous tient tant à cœur, pourquoi il est parfaitement cohérent et rentable et comment vous allez le mener à bien. Insistez sur les bénéfices que vos investisseurs peuvent potentiellement réaliser en vous faisant confiance. N'hésitez pas à montrer votre vraie personnalité en faisant preuve d'originalité et d'inventivité.



ADRIEN CACHOT
Chef cuisinier du Détour à Paris

« Ouvrir son restaurant permet de trouver sa propre identité culinaire. »







4

QUATRIÈME PARTIE

CRÉÉER

SON ENTREPRISE



CRÉER SON ENTREPRISE

L'avenir financier de votre projet est désormais assuré. Il ne vous reste plus qu'à créer concrètement votre entreprise, puis à trouver votre local et à réaliser les dernières démarches administratives avant l'ouverture.

CHOISIR UNE RAISON SOCIALE QUI VOUS CORRESPOND

Ne prenez pas cette étape à la légère ! Le nom de votre restaurant doit être facilement mémorisable par les clients qui vont l'entendre. Il va leur évoquer des images, peut-être des saveurs... C'est également un outil de communication majeur.

Essayez de choisir un nom attrayant, original ou communicatif. Il doit attirer l'attention, être accrocheur, éventuellement drôle ou comportant un jeu de mots.

Autre point important, le nom de votre restaurant doit être cohérent avec votre concept et en phase avec votre cible. Il doit donner à vos clients potentiels l'envie de venir. Si votre restaurant possède une spécialité, son nom peut permettre de le faire savoir au client.

Vous avez trouvé le nom idéal ? Pensez à vérifier qu'il n'est pas déjà utilisé par un concurrent ! Rendez-vous sur le site de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) pour consulter le registre du commerce et des sociétés.

RÉALISER LES DÉMARCHES ADMINISTRATIVES

Parmi toutes les démarches qu'il vous incombe d'accomplir, nous attirons votre attention sur les démarches suivantes :

1. L'OBTENTION D'UNE LICENCE DE RESTAURANT, OU DE DÉBIT DE BOISSONS

L'exploitation d'un restaurant est une activité commerciale conditionnée à l'**obtention d'une licence** si vous servez des boissons alcoolisées à vos clients.

Si vous vendez des boissons alcoolisées uniquement à l'occasion des repas (et comme accessoires à la nourriture), vous devrez être titulaire d'une **licence de restaurant**.

Si vous vendez des boissons alcoolisées aussi en dehors des repas (bar-restaurant), vous devrez être titulaire d'une **licence de débit de boissons à consommer sur place**.

Les établissements possédant une licence de restaurant ou de débit de boissons à consommer sur place peuvent vendre à emporter les boissons autorisées par leur licence.

Vous trouverez toutes les démarches à suivre pour vous procurer la licence qui vous convient sur le site [portail des licences](#) du gouvernement ou sur la [fiche pratique](#) du service public.

2. LE RESPECT DES NORMES D'HYGIÈNE ET DÉCLARATION À LA DIRECTION DÉPARTEMENTALE POUR LA PROTECTION DE LA POPULATION

En tant qu'exploitant d'un débit de boissons ou d'un restaurant vous devrez respecter plusieurs règles/ normes en matière d'affichage, d'étalage, de protection des mineurs, d'interdiction de fumer, d'hygiène et de sécurité dans le but de protéger les consommateurs.

Voici quelques sources pour vous renseigner sur :

- les [normes d'hygiène](#)
- les [normes de sécurité](#) et d'[accessibilité](#)
- le respect des horaires d'ouverture fixés par arrêté préfectoral et respect de la tranquillité du voisinage (se renseigner en préfecture).

Pour en savoir plus sur la vente d'alcool la nuit, découvrez la [fiche pratique du service public](#).

Par ailleurs et pour rappel, tout établissement qui produit ou commercialise des denrées alimentaires contenant des produits d'origine animale est tenu d'effectuer une déclaration auprès de la Direction Départementale en charge de la Protection des Populations (DDPP) avant ouverture et à chaque changement d'exploitant, d'adresse ou d'activité.

Si vous souhaitez faire directement cette déclaration en ligne nous vous invitons à remplir le [formulaire en ligne](#) proposé par le site officiel de l'administration française.

3. INFORMATION DES CONSOMMATEURS

En tant qu'exploitant d'un restaurant, vous êtes tenu de respecter certaines obligations en matière d'affichage. A ce titre, nous vous invitons à consulter la [fiche pratique](#) de la [DGCCRF](#) ou la page [Ouvrir un restaurant](#) du site service public.



JULIEN MARTINEAU
Chef cuisinier
de La Deuvalière
à Tours

« Ce que je préfère, c'est passer des heures à rechercher un nouveau plat et de nouveaux goûts, pour prendre du plaisir et en donner aux clients. »

PARCE QUE LES PREMIERS MOIS
SONT LES PLUS IMPORTANTS, METRO A CRÉÉ LA CARTE

Créateur d'entreprises

Sans frais et sans engagement, vous pouvez l'obtenir dans n'importe quel entrepôt METRO.



ELLE VOUS PERMET DE :

● **RENCONTRER DES EXPERTS**

Faites-vous conseiller et découvrez l'ensemble des produits et services proposés par METRO

● **ÉVALUER VOTRE INVESTISSEMENT**

Accédez à tous les tarifs afin d'évaluer concrètement votre investissement

● **AGENCER ET AMÉNAGER VOS LOCAUX**

Le Bureau d'Etude METRO vous conseille dans la réalisation de votre projet sur-mesure.

Des experts vous accompagnent de A à Z pour vous aider à penser l'établissement de vos rêves selon votre budget.

● **RENCONTRER UN RÉSEAU DE PARTENAIRES**

METRO vous donne les moyens de concrétiser votre projet (business plan, définition des statuts, aide juridique et administrative,...)

Pour obtenir votre carte Créateur d'entreprise vous devez justifier d'un projet de création d'entreprise en lien avec une activité de transformateur. Cette carte donne accès aux entrepôts sans possibilité d'achat.



S'INSTALLER DANS UN LOCAL ADAPTÉ

Commencez par évaluer soigneusement la superficie nécessaire pour votre local.

L'espace idéal se situe entre :

- 1,2 et 1,5 m² par couvert pour la salle de restaurant
- 0,5 à 0,75 m² par couvert pour la cuisine
- 0,25 m² par couvert pour les annexes (vestiaire, toilettes)
- 0,25 m² à 0,50 m² par couvert pour les réserves.

Vous avez une idée de la surface dont vous avez besoin ? Vous pouvez maintenant vous lancer dans la recherche du local de vos rêves. Contactez un agent immobilier, mettez en place des alertes mails sur les sites spécialisés, ou activez votre réseau.

Vous avez trouvé votre local ? C'est le moment de réaliser les travaux d'aménagement. Attention à ce que votre local respecte les normes d'hygiène et de sécurité. Sachez qu'il existe un « Guide de bonnes pratiques d'hygiène » (GBPH) destiné aux restaurateurs qui pourra vous aider. Il est disponible à l'achat sur la plupart des librairies en ligne.

Pour l'aménagement de votre cuisine, faites-vous aider par des spécialistes. METRO propose par exemple un service pratique d'aménagement complet des cuisines, avec en plus un plan de financement (service bureau d'études).

Pour vos équipements, renseignez-vous, lisez des guides d'achats et comparez les prix auprès de plusieurs fournisseurs, avant de vous engager. N'oubliez pas de vérifier les services

proposés (livraison, installation, raccordement, SAV, garanties complémentaires...).

Pour l'aménagement de votre salle, commencez par feuilleter des magazines de déco. Récup, univers coloré ou design, esprit vintage ou décalé : trouvez l'ambiance en adéquation en phase avec votre concept. Chaque détail compte pour que vos clients se sentent bien.



DÉGUSTATION & ÉMOTION



BIÈRES
PRESSION

HAPPY
HOUR

HAPPY HOUR
L'AMUSE
GUEULE
LE PETIT DÉJEUNER
BREAKFAST



5

CINQUIÈME PARTIE

LANCER

SON ACTIVITÉ



LANCER SON ACTIVITÉ



Choix des fournisseurs, recrutement du personnel, campagne de communication... Vous voici dans la dernière ligne droite avant l'ouverture ! Une étape à ne pas négliger, car une fois votre restaurant lancé, vous serez beaucoup moins disponible.

CHOISIR DES FOURNISSEURS DE QUALITÉ

Le choix des fournisseurs alimentaires est décisif pour votre réussite. Comparez leur offre, leur prix, la disponibilité produits, la qualité, la constance et les services qu'ils proposent, ainsi que la proximité géographiques de leurs points de vente ou de leurs plateformes. Demandez des devis à chaque fournisseur.

Optez pour un nombre de fournisseurs réduit pour maintenir des relations de confiance. Cela vous permettra aussi de gagner du temps en faisant tous vos achats au même endroit et en limitant le nombre de factures.

Développez enfin des liens sur le long terme avec vos fournisseurs. La relation commerciale est étroitement liée aux rapports humains que vous allez entretenir avec vos interlocuteurs. Vous pourrez alors bénéficier de conseils personnalisés, d'offres exclusives, ou d'une qualité de service préférentielle.

CRÉER LA CARTE DE SON RESTAURANT

Consultez votre chef cuisinier pour définir votre carte en détail. Séparez vos plats en grandes rubriques : salades, poissons, viandes, plats végétariens, desserts... Rédigez une courte description pour chaque plat, afin de donner envie au client. Précisez l'assaisonnement, l'origine des produits, les accompagnements... N'hésitez pas à suggérer un vin avec chaque plat. Les cavistes METRO peuvent vous conseiller les meilleurs accords.

Pour déterminer le coût de revient de chaque plat, rédigez une fiche recette pour chacun. Cette fiche doit détailler la recette au gramme près, ingrédient par ingrédient, avec le tarif de votre fournisseur associé. Attention, si vous modifiez par la suite votre recette, il vous faudra penser à modifier votre fiche.

Maintenant que vous connaissez vos coûts portion, vous pouvez fixer les prix de vos plats. En moyenne, les achats alimentaires de la restauration représentent environ 27%

du chiffre d'affaires généré (source Gira Food service). Si votre coût matière est donc de 3 euros, vous pouvez fixer un prix d'environ 11 euros. N'oubliez pas que votre activité doit être rentable. Vérifiez bien que les prix fixés et le nombre de couverts estimé vous permettra d'atteindre le chiffre d'affaires que vous avez prévu. Vérifiez enfin que vos prix sont en phase avec ceux de vos concurrents.

Si vous le pouvez, n'hésitez pas à adapter la taille du plat (et son prix) à l'envie de votre client : petite, moyenne ou grosse salade par exemple.

RECRUTER LA BONNE ÉQUIPE

Pour trouver les bons candidats, vous pouvez vous adresser à Pôle emploi, poster une annonce sur des sites spécialisés (Atabula.com, lhotellerie-restauration.fr, indeed.fr, hotel-et-toque-job.fr, monster.fr...), vous rapprocher des écoles d'hôtellerie-restauration, ou encore utiliser le bouche à oreille. Dans tous les cas, pensez à vérifier toutes les références des candidats : qualification, expérience professionnelle, diplômes... et n'hésitez pas à contacter d'anciens employeurs.

Plusieurs types de contrats s'offrent à vous :

- le CDI classique,
- le contrat « d'extra », un CDD essentiellement utilisé dans les métiers de la restauration et de l'hôtellerie pour répondre à des besoins ponctuels et limités dans le temps,
- le contrat d'interim, pour l'exécution d'une tâche précise et temporaire,
- le contrat d'apprentissage qui donne droit à des aides à l'embauche.

Les salaires sont fixés par la convention du secteur des hôtels, cafés et restaurants. Ils s'échelonnent sur 5 niveaux en fonction des différents postes. Les pourboires représentent un complément de salaire non négligeable pour vos serveurs. A noter que seuls les personnels en contact direct avec la clientèle peuvent être rémunérés en salaire variable, avec un montant minimum garanti.

FAIRE LE PLEIN DE PRODUITS AVANT L'OUVERTURE

Le premier approvisionnement en produits alimentaires va vous permettre de constituer votre stock. Même si celui-ci doit être minimum pour ne pas immobiliser trop de trésorerie, la première facture sera certainement la plus importante. Prévoyez suffisamment de trésorerie pour pouvoir y faire face.



DAVID ZUDDAS
cuisinier du DZ'Envies
et du Peppuccio à Dijon

« Travailler
de la matière avec
notre savoir-faire,
notre sensibilité
et essayer de faire
plaisir aux gens.
Il y a peu
de métiers comme
celui-ci. La cuisine
qui touche
les gens, c'est
juste génial ! »



PRÉPARER L'INAUGURATION

Estimez un budget maximum à ne pas dépasser. Prenez en compte le coût de la nourriture, des boissons, des salaires, mais aussi de la communication que vous allez mettre en œuvre pour faire connaître l'évènement.

Identifiez les personnes que vous souhaitez inviter à cette fête, en vous assurant qu'elles correspondent bien à votre concept. Ciblez des journalistes, des personnalités locales et des influenceurs, qui pourront parler de votre établissement à leur communauté.

Le jour J, profitez de l'évènement pour récolter des avis sur la décoration, le menu, les prix. Cela vous permettra de faire des ajustements avant l'ouverture de votre établissement au public.

Après l'évènement, parlez-en sur les réseaux sociaux, dans la presse locale, distribuez des flyers dans le quartier, pour attirer les clients...

FAIRE FRUCTIFIER SON ENTREPRISE AU QUOTIDIEN

MAÎTRISER SES DÉPENSES

La perte de matière en raison d'une date limite de consommation dépassée ou d'une sortie de stocks de produits non utilisés peut fortement impacter votre activité. L'une des solutions consiste à stocker moins et à vous réapprovisionner plus régulièrement. Plusieurs fois par semaine si nécessaire.

Attention à bien maîtriser les invendus. Pour cela, faites régulièrement une estimation des ventes pour adapter vos achats. Travaillez main dans la main avec le chef de cuisine pour gérer les stocks en fonction de la fréquentation de votre restaurant.

MAÎTRISER SES DÉPENSES

La vente à emporter répond à une attente forte des consommateurs, qui sont de plus en plus pressés. Si vous gérez un restaurant rapide, vous proposez certainement déjà ce service. Mais si vous avez un restaurant avec service à table, pensez-y également. Vous êtes prêt à essayer ? Prévoyez de réaménager votre salle pour permettre aux clients pressés d'attendre leur commande au comptoir, sans perturber l'accueil des clients désireux de s'installer sur place.



Et la livraison : y avez-vous déjà pensé ? Ce service peut représenter un apport de chiffre d'affaires important. Vous pouvez l'internaliser, en achetant ou en louant des bicyclettes ou des scooters. L'avantage est que vous restez maître de tout. L'inconvénient est que vous allez devoir réorganiser vos équipes et peut-être embaucher d'autres salariés. Vous pouvez aussi l'externaliser, en passant par des sociétés de livraison comme Just Eat, Deliverro, Uber Eats... L'avantage est que vous n'avez pas à vous occuper de toute l'organisation. Mais l'inconvénient est que vous devrez verser une commission assez importante à ces intermédiaires. Attention à ne pas trop dépendre d'eux, car vous n'aurez alors plus de contact direct avec vos clients.

Ne négligez pas les ventes additionnelles. Proposez par exemple deux ou trois pâtisseries maison pour accompagner les cafés, une eau minérale en bouteille adaptée aux plats de vos clients, un vin plus qualitatif ou un accompagnement complémentaire.

Boostez vos réservations. Pour cela, des sites dédiés existent :

- DISH : www.dish.co
- L'addition : www.laddition.com fonctionnalite/gestion-reservation
- La fourchette : www.theforkmanager
- Reservit : www.reservit.com/restaurants

Des outils d'aide au paiement existent également pour gérer les réservations et permettre à vos clients de payer en ligne : [Pay my table](#) et [Billee](#)

DÉVELOPPER SA VISIBILITÉ

Animez votre communauté de clients sur les réseaux sociaux en postant régulièrement les actualités de votre restaurant : nouveautés de la carte, soirées spéciales, promotions... Cela vous permettra de faire parler de vous et d'attirer de nouveaux clients.

Avis Google, Tripadvisor... : vos clients peuvent être prescripteurs ou bien détracteurs ! Veillez à acquérir une bonne e-réputation. Pour cela, ne laissez jamais un mauvais commentaire sans réponse. Montrez-vous réactif mais sans précipitation, en restant toujours professionnel et courtois. Remerciez l'auteur du commentaire, et si besoin présentez des excuses pour un dysfonctionnement. Montrez que des solutions ont été apportées pour y remédier, et invitez votre client à revenir pour le constater. Répondez aussi aux avis positifs pour prouver votre implication. Pour en savoir plus sur la manière d'améliorer la visibilité de son établissement en ligne, www.metro.fr

Créez un site internet pour votre établissement et gérez les réservations en ligne. Des outils simples à utiliser sont proposés par la marque [DISH](#) pour mettre en place ces solutions gratuitement en quelques minutes :

80%

DES CONSOMMATEURS

recherchent un restaurant sur Internet avant de réserver une table.

ENVIE DE BOOSTER LA VISIBILITE DE VOTRE ETABLISSEMENT ?

Pour vous faire gagner un temps précieux, METRO vous propose des solutions digitales prêtes à l'emploi. Créer un site internet, installer un module de réservation : la plateforme DISH* a été conçue pour vous aider à digitaliser votre restaurant simplement et rapidement.

C'est simple, rapide et offert !

[HTTPS://WWW.DISH.CO/FR](https://www.dish.co/fr)

**DISH est une société du groupe METRO*

KO HA NEUL, GINMI
utilisateur de Dish

« Parfait :
Je peux mettre
à jour et modifier
le contenu
à ma guise »



METRO