

# Toutes les clés pour une réouverture sereine.

Un staff réduit, des mesures de distanciation sociale complexes et coûteuses, des habitudes de consommations et des modes de restauration qui ont évolué : comment se préparer à la réouverture ? Quelles sont les nouvelles tendances de restauration ?



Adaptons-nous ensemble à ces nouvelles habitudes de restauration. Nous vous fournissons des conseils pratiques pour modifier vos menus, pour maximiser votre rentabilité et augmenter vos sources de revenus. Tout ces conseils afin que vous puissiez renouer avec votre clientèle dans un «monde post-covid». Nous vous proposons ici un guide pas-à-pas pour effectuer une reprise avec succès. Pour vous aider à démarrer votre réflexion sur votre réouverture, nous vous invitons à démarrer par une analyse de vos données de vente et une analyse simple pour concevoir votre menu pour la grande réouverture.

#### Rentabilité et attractivité ?

Ce plat est-il rentable? Attractif? Les deux? Classez vos plats et déterminez ceux à garder et ceux à modifier/supprimer de votre nouvelle carte! **p3** 

#### La complexité des plats

En réduisant la complexité de vos plats, soyez plus efficace tout en gagnant du temps et de la marge. Misez sur vos incontournables.

p7

#### L'élasticité des prix

Comment jouer avec les prix pour avoir de grands impacts sur vos résultats. **p9** 



# Par où commencer : Extraire les données de vente de votre établissement.

Nous allons démarrer une analyse pas-à-pas afin de vous aider à réaliser un menu plus rentable par étapes.

L'analyse vous permet de classer les plats de votre menu pour savoir si ce sont des assiettes :

- à rentabilité élevée ou faible.
- à attractivité élevée ou faible.

En fonction des résultats de votre analyse vous pourrez déterminer quels sont vos incontournables, lesquels de vos plats performent le mieux etc.

#### Comment ça marche?

C'est très simple, pour débuter et avoir une vue d'ensemble de votre menu :

- Extrayez et analysez vos données de vente par plat.
- Les comparer en fonction de leur rentabilité et leur attractivité.
- Comparer les performances de vos plats en fonction de la fréquence de commande et aussi en fonction de chaque service.

CONSEIL

Analysez vos accompagnements et comparer aussi les résultats avec ceux de vos plats principaux de manière à inciter vos convives à commander plus.





# Alors par où commencer ? 4 étapes très simples pour y arriver

Si vous souhaitez utiliser le logiciel Excel, nous avons crée un modèle facile à utiliser que vous pouvez télécharger gratuitement. Sinon vous pouvez très bien réaliser cette analyse sans le tableau Excel et simplement en utilisant les supports que vous souhaitez en suivant les instructions à chaque étape.\*

- Listez chacun de vos plats, leurs prix de revient et leurs prix de vente (TTC et HT). À partir de là vous pourrez calculer votre marge, vos coûts de ventes et votre bénéfice brut.

  Dans le fichier Excel remplissez les 3 premières colonnes, les autres cases se rempliront automatiquement.
- Par plat renseignez la quantité de plats vendus sur une période donnée. Nous vous conseillons de prendre une période de 3 mois. Calculer la moyenne du nombre de commandes de chaque plat. Dans le fichier Excel, renseignez la quantité dans la colonne et cela vous calculera la moyenne et classera automatiquement vos plats.

Nom des plats	Coût	Prix de vente	Prix de vente ex TVA	Marge	Coût des ventes	Bénéfice brut
Plat 1	€ 1,50	€ 6,93	€ 6,58	€ 5,08	23%	136%
Plat 2	€ 1,10	€ 6,00	€ 5,70	€ 4,60	19%	130%
Plat 3	€ 1,80	€ 6,00	€ 5,70	€ 3,90	32%	154%
Plat 4	€ 1,73	€ 6,00	€ 5,70	€ 3,97	30%	151%
Plat 5	€ 1,00	€ 6,00	€ 5,70	€ 4,70	18%	128%
Plat 6	€ 1,24	€ 6,50	€ 6,18	€ 4,94	20%	132%
Plat 7	€ 1,38	€ 6,50	€ 6,18	€ 4,80	22%	136%
Plat 8	€ 1,00	€ 6,50	€ 6,18	€ 5,18	16%	126%
Plat 9	€ 1,78	€ 6,50	€ 6,18	€ 4,40	29%	148%
Plat 10	€ 1,70	€ 6,50	€ 6,18	€ 4,48	28%	145%
Plat 11	€ 1,40	€ 7,00	€ 6,65	€ 5,25	21%	133%
Plat 12	€ 1,89	€ 7,00	€ 6,65	€ 4,76	28%	147%
Plat 13	€ 2,20	€ 7,00	€ 6,65	€ 4,45	33%	157%
Plat 14	€ 2,40	€ 7,00	€ 6,65	€ 4,25	36%	165%
Plat 15	€ 1,87	€ 7,00	€ 6,65	€ 4,78	28%	146%
Plat 16	€ 2,50	€ 7,50	€ 7,13	€ 4,63	35%	162%
Plat 17	€ 1,64	€ 7,50	€ 7,13	€ 5,49	23%	137%
Plat 18	€ 1,48	€ 7,50	€ 7,13	€ 5,65	21%	133%
Plat 19	€ 2,70	€ 7,50	€ 7,13	€ 4,43	38%	169%
Plat 20	€ 1,99	€ 7,50	€ 7,13	€ 5,14	28%	146%

Nom des plats	Marge brute	Ventes	
Plat 1	73%	122	
Plat 2	77%	343	
Plat 3	63%	385	
Plat 4	64%	370	
Plat 5	79%	222	
Plat 6	76%	330	
Plat 7	73%	350	
Plat 8	81%	133	
Plat 9	66%	120	
Plat 10	67%	287	
Plat 11	75%	321	
Plat 12	66%	265	
Plat 13	61%	404	
Plat 14	57%	300	
Plat 15	67%	198	
Plat 16	58%	244	
Plat 17	73%	277	



<sup>\*</sup> Cliquez ici et remplissez le formulaire de téléchargement avec vos coordonnées pour recevoir le guide par e-mail. Une fois que vous avez votre copie, suivez ces instructions pour compléter votre analyse.

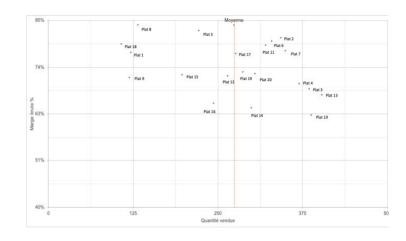
Une fois que vous avez rempli vos données vous pouvez classer vos plats en fonction de la moyenne de commandes et leur marge brute. Cela vous donne une vue d'ensemble des plats les plus commandés et qui vous rapportent le plus.

Pour le fichier Excel, le graphique se met automatiquement à jour, la ligne verticale représentant votre couverture moyenne (la quantité de commandes moyenne).

Convenez de la marge bénéficiaire brute que votre établissement doit atteindre (par exemple 70%). Servez-vous de cette moyenne comme repère. Dans le fichier Excel, cette marge bénéficaire est représentée par la ligne horizontale.

Maintenant, en fonction de la marge brute et de la quantité de commandes et de vos seuils moyens de taux de commandes et de marge bénéficiaire, vous pouvez classez vos plats en quatre catégories. Ces quatre catégories sont dans le fichier Excel les quatre quarts du graphique.





Alors, qu'est-ce que tout cela signifie pour votre menu ?

LISEZ LA SUITE POUR LE SAVOIR



#### Découvrez ci-dessous les quatre catégories de vos plats :

#### Rentabilité élevée Popularité faible

Les dilemmes :



Ces plats vous conviennent parfaitement car ils sont rentables mais ils ne se vendent pas assez Demandez à votre personnel de pousser davantage ces plats.

#### Les Stars :

Rentabilité élevée

Popularité élevée



Continuez à mettre en valeur et à vendre ces plats, en contrôlant régulièrement la satisfaction des clients.

#### Les poids morts :



Faible rentabilité Faible popularité

Passez en revue ces plats avez-vous besoin d'eux sur votre menu ?



Les vaches à lait : Faible rentabilité Grande popularité

Examinez ces plats et leurs ingrédients pour voir si vous pouvez améliorer vos marges.

#### À prendre en considération :

- Considérez votre analyse comme une vue d'ensemble. Avez-vous des plats à faible marge, peu populaires et complexes à produire ? Si oui, comment pouvez-vous améliorer les marges et/ou réduire la complexité ?
- Réduire la complexité peut passer par demander à votre boucher d'en faire plus, d'essayer de trouver des compromis sur ce qui est fait par vous ou non ou encore par simplifier votre offre à court terme.
- Examinez votre menu et voyez où vous pouvez recouper l'utilisation des ingrédients ou utilisez-les comme un outil pour vendre les plats plus cher et augmenter votre prix de vente. Par exemple, si vous proposez des frites avec une sauce béarnaise pourquoi ne pas proposer également la sauce béarnaise comme garniture supplémentaire à un hamburger en plat du jour.

Popularité

Rentabilité

# Mesurer la complexité des plats

Un plat devient complexe lorsque la quantité d'efforts et de compétences pour le réaliser est élevée. Cela peut inclure le temps de préparation, le nombre d'étapes dans la recette, le nombre des stations nécessaires pour préparer le plat etc.

#### Comment mesurer la complexité d'un plat ?

Pour mesurer la complexité, référez-vous à vos recettes standardisées, consultez votre équipe et regardez les valeurs par plat à partir des données de vente. À l'aide de ces informations, évaluez simplement chaque plat sur une échelle de 1 à 5. Vous trouverez un guide à cet effet dans notre modèle Excel gratuit à l'onglet quatre («Complexité des plats »). Bien sûr vous pouvez remplir ce tableau à la main.

Reportez cette note en fonction du volume commandé et de la marge de chaque plat, comme indiqué dans le tableau ci-contre.

La comparaison de la complexité des plats avec les autres facteurs que vous avez mesurés (rentabilté et attractivité) permet de dresser un tableau plus clair des pièges potentiels de votre menu, en particulier si vous envisagez de passer à la livraison ou à la vente à emporter.

Nom des plats	Marge brute	Ventes	La complexité des plats			
Plat 1	73%	122	5	L	Problème de	
Plat 2	77%	343	4	ľ	potentiel, moin complexité	
Plat 3	63%	385	1			
Plat 4	64%	370	3			
Plat 5	79%	222	4			
Plat 6	76%	330	2	k		
Plat 7	73%	350	2	I۱		
Plat 8	81%	133	1	I۱		
Plat 9	66%	120	5		Des plats qui fonctionnent, poussez-les plu	
Plat 10	67%	287	3			
Plat 11	75%	321	4			
Plat 12	66%	265	2			
Plat 13	61%	404	2		Problème identifié,	
Plat 14	57%	300	1		supprimer ou modifier	
Plat 15	67%	198	5	1	mounter	
Plat 16	58%	244	3			
Plat 17	73%	277	4	1		
Plat 18	75%	108	3	1		
Plat 19	55%	388	5	ĺ		
Plat 20	67%	305	1			



# Quels leviers avez-vous pour réduire ou modifier la complexité de vos plats ?

Diminuer la complexité des plats vous aidera à rendre vos opérations plus efficaces, à offrir à vos clients un produit plus homogène et, souvent, à réduire vos coûts alimentaires - surtout si le staff représente un défi pour votre entreprise.

Par exemple, lorsque vous faites vos sauces vous-même de A à Z, vous pouvez envisager de réduire la complexité des plats en sauce en utilisant des produits prêts à l'emploi. L'utilisation d'un seul produit en substitut peut vous faire gagner du temps sans compromettre le goût et la texture et tout en conservant l'authenticité de vos plats.

Pesez le pour et le contre de chaque méthode et déterminez quel niveau de complexité des plats convient le mieux à votre restaurant.

Avec les bons produits, il est possible de réduire la complexité des plats ainsi que leur prix de revient tout en stimulant la popularité.







# Élasticité des prix et perception de la valeur

Tout ces termes peuvent vous paraître un peu barbares, mais simplifions tout cela !

L'élasticité-prix d'un plat désigne l'impact que la modification de son prix a sur la fréquence de commande de ce même plat.

Le type de restaurant a une grande influence sur le niveau d'élasticité-prix des plats. Par exemple, les concepts de service rapide qui délivrent des volumes élevés présentent souvent une élasticité-prix plus élevée que les concepts de restauration haut de gamme. Dans les services de restauration rapide le prix a tendance à être l'un des facteurs décisifs pour les clients qui choisissent d'y manger, de sorte que tout ajustement des prix pourrait avoir des répercussions importantes sur le volume.

À l'inverse, les clients des restaurants haut de gamme ont tendance à choisir d'y manger pour des raisons autres que le prix. De ce fait, les petites variations de prix ont tendance à ne pas affecter le volume des ventes de manière significative.

En fonction de l'élasticité du prix du plat, une petite modification du prix pourrait grandement contribuer à changer la fréquence des commandes mais aussi la façon dont les clients perçoivent les plats.



Forte élasticité des prix

Faible élasticité des prix



# Qu'est-ce que cela signifie pour votre etablissement ?

Pour les plats ou concepts à faible élasticité-prix, essayez de modifier la description du menu ou la présentation des plats/accompagnements de manière à améliorer la perception de la valeur sans faire baisser le prix. La diminution du prix de ces plats risque d'avoir un effet plus important sur vos

# Petit-déjeuner & Déjeuner : une petite baisse de prix pour une demande accrue !

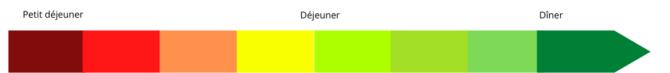
marges que l'amélioration de la perception de valeur de vos plats.

Le petit déjeuner et le déjeuner sont généralement les périodes de repas les plus sensibles au prix. Une légère baisse du prix de ces plats pourrait contribuer grandement à améliorer la perception de la valeur et à accroître la demande. À l'inverse, une légère augmentation du prix aura un impact important sur la fréquence des commandes, en particulier dans les zones où la concurrence est forte (par exemple, plateformes de livraison)



#### Pour les plats ou concepts avec une forte élasticité de prix,

essayez de trouver le bon équilibre entre le prix et le volume en expérimentant avec les prix du menu. Commencez par les plats à faible risque qui font également partie d'une catégorie de la matrice «poids morts» et suivez les changements régulièrement. Ces plats étant en effet peu attractifs et peu rentables.







Les boissons et les accompagnements sont considérés comme les catégories de menus les plus sensibles au prix. En effet, ils sont considérés comme des compléments au repas et non comme une partie essentielle de l'expérience. Ceci dit, la demande de salades et les repas pour enfants ont tendance à être moins affectée par le prix car ce sont des plats incontournables qui seront toujours commandés. Ces plats sont excellents pour vous aider à accroître votre rentabilité.





Forte élasticité des prix

Faible élasticité des prix



# Les grandes tendances de la restauration en 2021

Avec l'émergence d'une crise sanitaire, les tendances liées à la restauration ont profondément changé depuis un an :

#### - Le végétal au cœur de l'assiette!

Le saviez-vous ? 20 à 30% des français se disent flexitariens. La tendance du végétal prend de plus en plus de place dans les habitudes de restauration. Les clients tendent à privilégier les produits biologiques, issus des producteurs locaux et qui participent au bien-être.

Profitez-en pour développer votre offre de salades, en effet un restaurateur sur deux déclare que les salades sont sources de profits car le coût moyen d'une salade est bas\*. Revisitez la diversité des fruits et légumes, ils sont une source d'inspiration infinie pour vos recettes! Vous pouvez aussi envisager de mettre le végétal au cœur de vos assiettes et de présenter la viande ou le poisson comme accompagnement.

Profitez de la réouverture pour renouer avec votre clientèle et adapter votre menu en fonction de leurs attentes.

#### - La cuisine traditionnelle à l'honneur!

Retour aux sources avec les plats traditionnels français : plats mijotés, pâtés en croute, fricassées de champignons, vins du terroir...
Une cuisine simple et pleine d'authenticité qui répond à l'appel de la nostalgie. L'ambiance est classique, réconfortante et cela rappelle à tous un moment de partage. Les Français ont envie de retrouver leurs plats traditionnels, l'authenticité du goût de ces plats et de vous retrouver Chef!







#### - Le restaurant : un lieu de retrouvailles pour les épicuriens :

Les clients attendent avec impatience de se retrouver dans une ambiance conviviale, de partage, et surtout de prolonger l'apéritif! C'est l'occasion de proposer une offre de plats « sur le pouce » ou « à partager » à vos convives. Un concept à diversifier : vous pouvez leur proposer les classiques planches de charcuterie et fromage, mais aussi de savoureuses planches de tacos ou tapas. Inspirez-vous de toutes les tendances street-food qui ont le vent en poupe!

#### - Les cuisines du monde :

Faute de voyager dans les airs, les clients veulent voyager dans les assiettes! Une envie d'ailleurs qui pousse les clients à découvrir les cuisines du monde: inspiration libanaise, coréenne, thaï ou italienne... C'est aussi l'opportunité pour vous de revisiter vos plats avec des épices, ingrédients, assaisonnements ou encore des modes de cuisson inspirés et venant du monde entier.







# Les avantages de continuer la livraison et la vente à emporter dans un monde post-covid

La vente à emporter et la livraison sont en plein essor. En tant que restaurateurs, voici plusieurs manières d'en profiter.

#### - Augmenter votre chiffre d'affaire :

A la reprise, ce canal de vente en pleine essor vous permettra de recruter une nouvelle clientèle, d'honorer des commandes en plus et de capter de nouveaux besoins émergents en terme de restauration.

La livraison à domicile ou la vente à emporter peuvent en effet vous générer du chiffre d'affaire incrémental. Cependant en fonction des investissements liés à l'activité (emballages, commission des plateformes, flotte de livraison, staff, etc.), c'est à vous d'arbitrer si cela représente une réelle opportunité.

#### - Augmenter votre visibilité :

La crise a accéléré le déploiement d'outils de visibilité pour les restaureurs. Il y a évidemment un véritable essor des plateformes classiques de commande en ligne, mais de nombreuses vitrines et autres plateformes de visibilité gratuites se sont développées en soutien aux restaurateurs.

C'est le cas par exemple de la plateforme «J'aime Mon Resto» qui vous permet de faire savoir à vos riverains que votre cuisine est ouverte et de mettre en ligne votre menu, horaires etc. Ainsi en fonction de vos besoins vous pouvez déterminer quelle plateforme vous convient le mieux.







# - Répondez à une nouvelle tendance et captez les nouveaux besoins d'un monde post-covid.

Avec la crise sanitaire de nouvelles habitudes de consommation et d'organisation sociale sont apparues et tendent à s'inscrire sur le long-terme. Par exemple saisissez l'opportunité de l'essor du télétravail pour développer votre offre à emporter pour le midi.

Rapprochez-vous de vos clients fidèles pour connaître leurs nouvelles (ou non) habitudes de restauration pour savoir si une offre à emporter le midi pourrait les intéresser, et regardez si des espaces de co-working se sont ouverts dans votre quartier. Soyez à l'écoute de l'émergence de ces nouveaux besoins.



#### La livraison à domicile en quelques chiffres \* :

- Trois commandes sont passées chaque seconde, pour une dépense moyenne de 16 € le midi et 17 € le soir.
- 4 % des consommateurs commandent en ligne uniquement au bureau, 37 % exclusivement à domicile et 59 % font les deux.
- 70 % des millenials se font livrer régulièrement un repas.
- Près d'un Français sur deux (47 %) a déjà eu recours à la livraison de repas.



# Cinq astuces pour faire des économies

Vous travaillez avec passion mais vous savez gérer vos coûts d'une main de maître. Vous suivez les saisons, vous analysez la rentabilité de votre carte et étudiez la complexité de vos plats. Bien que vous soyez les experts de votre passion, vous retrouverez ci-dessous 5 bons conseils pour que votre carte soit encore plus rentable :

Limitez vos flux de déchets avec des portions malignes. Avec un plat principal, ne servez pas d'emblée une trop grosse portion de frites. Quand les clients auront envie de se resservir de frites, celles-ci risquent d'être déjà froides. Proposez à vos clients de commander gratuitement un supplément de frites. Ainsi, vous aurez moins de déchets et vos clients se régaleront toujours de frites bien chaudes.

Analysez votre carte. Une rentabilité satisfaisante commence par l'analyse de votre carte. Vérifiez si le coût des matières premières représente un pourcentage correct des plats les plus populaires de votre carte (et refaites le calcul en cas de modification des prix). Proposez suffisamment de suggestions pour que vos clients puissent commander plus – comme du boeuf bourguignon – et augmentez ainsi votre marge. Vérifiez aussi les plats qui demandent plus d'attention en raison par exemple d'une rotation limitée, de la charge de travail , du coût du personnel, des déchets. Quels plats allez-vous supprimer de la carte, lesquels allez-vous modifier ?

Privilégiez un flux de travail rationnel . Vérifiez régulièrement si l'organisation de votre cuisine est en ligne avec les plats que vous servez. Montrez-vous critique et déterminez quelles opérations peuvent être simplifiées notamment au niveau du travail qu'elles demandent. Avec ces modifications, vous vous offrez plus d'espace et de liberté, ainsi que du temps que vous pouvez consacrer à la finition de vos plats.

Suivez les saisons. Respectez le calendrier pour chaque catégorie de produits. Proposez des suggestions de saison selon les promos de la criée de poisson, du grossiste, etc.



Ne jetez jamais des restes de légumes. Utilisez par exemple le vert des poireaux pour parfumer une huile qui rehaussera vos créations. Informez également vos clients sur votre approche zéro déchets.





## Merci à tous, pour plus d'informations n'hésitez pas à nous contacter.

## SUR NOS RÉSEAUX







**Unilever food solutions France** 



### VIA NOTRE FORCE DE VENTE



