

Le restaurant virtuel devrait devenir l'une des tendances les plus marquantes de la scène gastronomique en 2017, selon le rapport d'un cabinet de conseil et d'étude des tendances.

Après l'"uberisation" de la livraison à domicile, les experts du cabinet de conseil new-yorkais Baum + Whiteman prédisent que "les restaurants sans chaises et les chaises sans restaurant" vont devenir de plus en plus populaires et apporter une dimension supplémentaire à l'économie du partage en 2017.

Les consultants citent le nom de restaurateurs comme David Chang, qui a lancé les services de livraison Maple et Ando, dont l'objet est d'apporter chez les particuliers des repas gastronomiques.

Le concept est simple : des plats fins, préparés par de vrais chefs cuisiniers, livrés au domicile de gourmets au goût sûr mais souhaitant dîner en pyjama.

Ce modèle a été repris par des entreprises similaires, parmi lesquelles Munchery, qui travaille à San Francisco, Los Angeles, Seattle et New York, ou encore Green Summit, à New York.

Faire connaître son bourguignon ou ses lasagnes

En ce qui concerne plus précisément l'économie du partage, elle investit également la scène gastronomique : plusieurs start-ups permettent ainsi à des cuisiniers amateurs de partager le fruit de leur talent moyennant un peu d'argent. Après avoir préparé chez eux un de leurs plats emblématiques, par exemple leurs lasagnes ou leur boeuf bourguignon, ils sont ensuite en mesure de le vendre à des particuliers de leur ville désireux de goûter la cuisine d'un inconnu.

De tels services existent à Montréal (Yuma), à New York (Umi Kitchen), à Los Angeles (Foodieshares), ou encore à Londres (Londres).

Une autre tendance, décrite comme le Airbnb de la nourriture, est celle des soirées dîners de type "pension de famille", organisés par une série de start-ups permettant à des cuisiniers d'entrer en relation avec des touristes et habitants aventureux.

Des repas livrés par un drone

Ainsi, VizEat (qui opère en Italie, en France, en Espagne, au Royaume-Uni et au Portugal), Menu Next Door (à Paris) et Feastly (à Los Angeles et San Francisco) mettent en contact des particuliers adorant organiser des dîners avec des touristes recherchant une expérience gastronomique authentique dans la ville qu'ils visitent, ainsi qu'avec d'autres particuliers habitant la ville et cherchant à faire de nouvelles rencontres.



Enfin, une troisième option d'înatore est apparue, quelque part entre la livraison de repas et les soirées d'îners : la livraison de "repas en kit" : des sociétés comme Blue Apron, HelloFresh, Plated et Chef'd proposent en effet un service de vente de repas en "prêt-à-préparer", ne nécessitant qu'un peu d'assemblage avant d'être consommés.

Sans oublier les expériences de livraison par drone menées au cours des années précédentes, qui devraient prendre leur véritable envol en 2017 : Domino's Pizza utilise déjà des drones en Nouvelle-Zélande, tout comme la chaîne d'épicerie 7-Eleven à Reno (Nevada). Google, de son côté, a également lancé son service de drone en Virginie. La multinationale américaine l'a appelé Alphabet.



Uber Eats lance Maison Poké, un restaurant 100% virtuel

[Anissa Nassr](#) Mis à jour le 28/02/19 11:00

© Uber Eats - Maison Poke

Elle est loin l'époque des longues soirées au [restaurant](#). Aujourd'hui, on troque nos sacro-saints rendez-vous gastronomiques pour des repas au coin du feu (ou devant la télévision) à la maison en seulement quelques clics. Dans ce même état d'esprit, l'application **Uber Eats** lance la **première chaîne de restaurants virtuels française**. Son nom ? *Maison Poké*, en partenariat avec *Côté Sushi*, la consultante culinaire Marion Filipo et Studio Avenir.

Un restaurant virtuel, quèsaco ?

Contrairement aux tablées traditionnelles, *Maison Poké* existe uniquement **"en ligne"** et reste **disponible uniquement par livraison** via l'application Uber Eats. Ce restaurant permet de maximiser l'utilisation des cuisines d'un restaurant tout en s'inscrivant dans la lignée des habitudes de consommation des utilisateurs, à savoir le **"manger bien chez soi"**. D'origine américaine, ce nouveau concept avait été lancé par Uber en 2016 dans plusieurs villes des États-Unis puis étendu en Angleterre, au Canada, en Colombie ou encore en Australie.

À la carte





© Uber Eats - Maison Poke

Considéré comme la tendance forte de ces trois dernières années, les **poké bowl** (à ne pas confondre avec la pokéball des Pokémon) se répandent de manière inégale sur le territoire français, au grand dam des villes de Province, laissés-pour-compte. L'objectif d'Uber Eats ? Faire connaître le bol hawaïen partout en France. Au menu de *Maison Poké* : 5 recettes gourmandes de Poké, une **spécialité à base de poisson cru mariné tout droit venu d'Hawaï**. En version végétarienne avec du tofu, sportive avec du poulet, détox avec du saumon, lendemain de soirée avec du saumon et du thon ou énergique avec du thon... Il y en a pour tous les goûts et toutes les couleurs.

Quelles sont les zones de livraison en France ?

D'ores et déjà disponible sur 8 zones de livraison (tous les arrondissements de **Paris, Boulogne, Reims, Bordeaux, Marseille** et **Nogent-Sur-Marne**), le restaurant virtuel *Maison Poké* entend bien s'étendre sur bien d'autres agglomérations d'ici la fin mars comme **Grenoble, Nice, Nîmes, Anglet, Montpellier, Lyon** ou encore **Nantes**. Alors, restez connectés !



28 recettes de poke bowl, buddha bowl et smoothie bowl

[Voir la sélection](#)



Emmanuel Taïb, gérant fondateur Cote Sushi

[Vincent Pompougnac](#)

[Interview](#)

Côté Sushi se développe en propre à Paris intramuros et sur l'Ile-de-France, en franchise sur la province et à l'étranger.

Dupliquée en franchise depuis 2010, votre enseigne de restauration japonaise compte 10 points de vente dont 6 en franchise : quelles ont été les grandes étapes de son développement depuis sa création ?

En 2008, alors que j'étais encore étudiant en école de commerce, j'ai créé la première unité en propre, avec un associé. Puis j'ai continué à développer **Côté Sushi** en parallèle de mes études, jusqu'en 2010 : alors que l'enseigne comptait deux magasins en France, j'ai commencé à la développer en **franchise** avec un **master franchisé** en Belgique, qui a ouvert à Uccle, une des communes de Bruxelles.

De 2010 à 2013, j'ai poursuivi en parallèle le développement en propre, avec deux unités de plus à Paris, et en **franchise**, avec un franchisé parisien.

A partir de 2013, la mise en place du concept Nikkei a entraîné une progression du **chiffre d'affaires** à deux chiffres à périmètre constant, de +20 % environ entre 2013 et 2014, puis entre 2014 et 2015.

En parallèle, j'ai procédé en 2015 à une **levée de fonds** de 1,2 M€ auprès d'Audacia qui est entrée au du capital à hauteur de 32 %, afin de renforcer les **fonds propres** de la holding.

Six **franchises** sont en cours d'ouverture dont une en Belgique, à Nivelles (Bruxelles), et une succursale va ouvrir à Nogent sur Marne fin décembre, début janvier. **Côté Sushi** se développe en propre à Paris intramuros (à



part une franchise historique) et sur l'Ile-de-France, en **franchise** sur la province et à l'étranger.

Quel est votre positionnement sur le marché de la restauration japonaise ?

Côté Sushi est spécialisée dans la haute gastronomie japonaise, avec une cuisine fusion appelée Nikkei, créé par des immigrants japonais au Pérou, avec des ingrédients locaux.

Ce concept repose sur trois axes importants : l'histoire de ces immigrants japonais dans le Pacifique Sud, qui évoque le voyage, l'exotisme ; un positionnement premium dans la qualité des produits utilisés (gingembre, ail) et le choix des recettes (ceviche, crabe) ; et une offre de plats chauds, qui nous permet de toucher une clientèle plus large, y compris ceux qui n'aiment pas le poisson cru. Il se décline à la fois dans les menus et le packaging, mais aussi la décoration et l'aménagement des magasins, qui évoquent autant le Pérou que le Japon.

Nos prix légèrement supérieurs aux autres chaînes de **restauration japonaise**, mais restent dans les tarifs de la **restauration rapide**, avec une formule lunch à moins de 11 €, et un **panier moyen** de 12 à 14 € le midi, et 30 € le soir.

Dans quel type de villes prévoyez-vous d'installer votre enseigne en priorité ? Quels sont vos critères d'implantation ?

Côté Sushi s'implante dans des villes de plus de 100 000 habitants, ce qui ouvre déjà la perspective d'un beau maillage du territoire. Il reste par exemple à couvrir les villes de l'Est comme Metz, Strasbourg ou Reims, ou encore de l'Ouest, comme Bordeaux. Nous allons prochainement ouvrir à Lyon, Marseille (d'ici février-mars), Nantes, Levallois ou encore Marne la Vallée.

L'implantation idéale permet de toucher à la fois une clientèle d'actifs et une clientèle résidentielle. Nous privilégions la qualité de l'emplacement à la surface : on peut travailler à partir de 45 m², et jusqu'à 100 m² comme dans notre future succursale de Nogent sur Marne, qui comportera 45



places assises et un desk pour la **vente à emporter**, avec préparation devant le client.

Quels profils de franchisés recherchez-vous de préférence ? Quels sont les investissements à prévoir pour ouvrir un point de vente à l'enseigne ?

Nous visons un développement maîtrisé, avec une période de deux mois pour valider un candidat, comprenant une immersion dans un **restaurant pilote**. Nous ne recherchons pas des professionnels, plutôt des cadres en reconversion, âgés de 30 à 45 ans. Nous prévoyons d'adopter un management participatif, basé sur l'intelligence collective et le partage de compétences : si on n'entend pas résonner ces valeurs chez un candidat, on ne donnera pas suite.

Pour ouvrir une boutique, il faut prévoir d'investir 180 000 € hors pas de porte, dont 30 000 € de **droit d'entrée**. Ces **investissements** sont faibles par rapport à la moyenne du secteur, car notre concept privilégie la **livraison** et la **vente à emporter** qui représentent plus de 70 % du **chiffre d'affaires** d'un point de vente. Cela nous permet de réduire la surface de vente, qui comporte en général une trentaine de places assises.



Ouvrir un restaurant: trouver et aménager le local idéal

Un angle de rue, dans une zone passante, est un emplacement idéal pour un restaurant.

i-stock

Quel emplacement choisir, comment estimer la superficie nécessaire, vaut-il mieux racheter un droit au bail ou un fonds de commerce, comment évaluer le prix d'un restaurant à reprendre...

Entre le choix du local, les formalités juridiques, le suivi des travaux et le respect des normes d'hygiène et de sécurité, vous devrez faire preuve de beaucoup de disponibilité. Vous devrez aussi acquérir de nouvelles compétences afin de prendre les bonnes options et éviter les dérapages en termes de coûts ou de délais.

Choisissez un bon emplacement

La qualité de l'emplacement est un point clé pour réussir votre projet. La proximité et l'attrait de la devanture sont l'un des critères les plus importants pour le choix d'un restaurant par les consommateurs. Avant de vous décider pour un local, il est donc indispensable de vérifier qu'il y a suffisamment de passants et d'habitants dans la zone de chalandise, qu'il existe des commodités (parking, transports en commun, distributeur de billets...) et des équipements attractifs (commerces, bureau de poste...) ainsi qu'une présence bien dosée des concurrents. Un angle de rue est un emplacement idéal.

Evaluez la superficie qu'il vous faut



[inRead invented by Teads](#)

En restauration traditionnelle, pour calculer la bonne surface, il faut compter de 2 à 3 m² par place. Soit :

- 1 à 1,5 m² par place pour le restaurant ;
- 0,5 à 0,75 m² par place pour la cuisine ;
- 0,25 m² par place pour les annexes (vestiaire, toilettes) ;
- 0,25 m² à 0,50 m² par place pour les réserves.

Devez-vous racheter un fonds de commerce ou un droit au bail ?

Racheter un fonds de commerce ou reprendre un bail ne signifie pas du tout la même chose. Pour résumer, trois possibilités s'offrent à vous.

1. Reprendre un restaurant existant. Vous achèterez alors le fonds de commerce au précédent exploitant (c'est-à-dire l'activité) et, le cas échéant, les murs (c'est-à-dire l'immobilier), s'il en était propriétaire et s'il souhaite les céder avec le fonds.
2. Reprendre, en cours de bail, un local qui était occupé précédemment pour une activité différente et que vous aménagerez pour en faire un restaurant. Vous achèterez alors un " droit au bail " au locataire sortant. C'est-à-dire que vous lui verserez une indemnité, dont le montant varie en fonction notamment du loyer appliqué et de l'emplacement du local. Attention, un changement d'objet du bail peut entraîner une augmentation du loyer.
3. Louer un local vide, aménagé ou non. Si ce local est particulièrement bien placé ou si le loyer n'est pas très élevé, vous devrez verser au propriétaire, lors de la conclusion du bail, une indemnité appelée " pas-de-porte ".

Signez le bail commercial



Si vous n'êtes pas le propriétaire des murs, vous serez lié à celui-ci par un bail commercial. Le statut des baux commerciaux présente de nombreux avantages, dont une relative stabilité : vous bénéficiez d'un droit au renouvellement du bail, appelé couramment " propriété commerciale ". C'est d'ailleurs pour cette raison que, si vous reprenez un bail en cours, vous traiterez avec l'occupant et non le propriétaire, qui ne peut s'opposer à sa continuité.

La durée d'un bail commercial est, dans la grande majorité des cas, de neuf ans. Vous pourrez, sauf clause contraire du bail, le résilier à l'expiration d'une période triennale. D'où l'expression employée couramment de " bail 3-6-9 ". Le propriétaire ne peut, quant à lui, résilier le bail que s'il désire reconstruire l'immeuble existant, le surélever ou exécuter des travaux de restauration immobilière. Sachez également que de nombreuses clauses du bail sont négociables. C'est le cas pour les activités autorisées ou interdites dans les lieux, le loyer, le pas-de-porte, la répartition des charges et des travaux, le dépôt de garantie, les modalités de résiliation et de cession du bail? Avant de signer le bail, soumettez-le pour avis à un avocat d'affaires. C'est une sage précaution qui pourra vous éviter bien des ennuis pour la suite.

Attention, une réforme du bail commercial est en cours. Elle s'insère dans le projet de loi relatif à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises, actuellement en lecture au Parlement.

Estimez avec justesse le prix d'un restaurant à reprendre

La reprise d'un restaurant est souvent préférable à la création. Le local est déjà adapté, l'emplacement souvent stratégique, la clientèle existante et la licence pour les boissons déjà obtenue. Et malgré les inévitables travaux, le coût de l'acquisition reste souvent inférieur à celui d'une création. Prudence toutefois, un restaurant qui change de main risque de perdre des clients, surtout s'il change aussi de chef cuisinier. Paradoxalement, plus un restaurant est réputé, plus il est difficile à vendre.

En reprenant un restaurant, vous faites l'acquisition :



- d'éléments dits " corporels " : agencements, installations et aménagements, mobilier, matériel, stock...

- d'éléments dits " incorporels ", plus difficiles à évaluer : clientèle, achalandage, droit au bail, nom commercial, enseigne, licences, marques...

Le prix d'acquisition englobe la valeur de tous ces éléments, à l'exception des stocks qui sont évalués séparément. Les méthodes d'évaluation de ce prix sont multiples. Il est d'usage de se référer au chiffre d'affaires annuel moyen ou au résultat brut d'exploitation (RBE). Sachez qu'un restaurant s'achète généralement deux fois et demie à trois fois le RBE. Cette règle donne une bonne idée de la valeur du fonds, mais ne saurait être le seul critère. L'emplacement occupe une place prépondérante dans l'évaluation, ainsi que l'état du local, l'équipement, les mises aux normes à réaliser, la réputation de l'établissement, le nombre de jours d'ouverture par semaine, etc. Il est prudent de se faire assister par un spécialiste, expert-comptable ou avocat. A titre indicatif, le prix moyen des restaurants vendus en 2012 était de 139 000 euros (source : Bodacc)

Aménagez le local et équipez-vous en matériel

En dehors du pas-de-porte et des frais de premier établissement, le montant moyen de l'investissement par place (aménagement, équipements professionnels, mobilier et matériel) varie de 2 300 à 4 600 euros selon les locaux, les matériaux et les décors. Les technologies étant de plus en plus sophistiquées, le prix d'achat des équipements professionnels a tendance à grimper sensiblement. Prenez garde à ne pas tomber dans le suréquipement. De même, soyez attentif à la localisation des fournisseurs, renseignez-vous sur leur service après-vente. Etudiez vos besoins en énergie, le gaz étant plus économique que l'électricité. Visitez les salons professionnels : Equip Hôtel, Sirest, etc. Vous y rencontrerez des fournisseurs et y découvrirez l'équipement qu'il vous faut. Sachez toutefois que tous ces salons ne sont pas annuels.

Respectez les normes d'hygiène et de sécurité



Dans la restauration plus qu'ailleurs, les règles d'hygiène sont très contraignantes. Vous devrez notamment vous conformer à l'arrêté du 9 mai 1995 sur l'hygiène des aliments remis directement au consommateur. Ce respect est d'autant plus impératif que l'inspection des services d'hygiène effectue des contrôles. La présence d'au moins une personne formée à l'hygiène alimentaire dans l'établissement est impérative. En cas d'infraction, les sanctions vont de l'amende à l'emprisonnement, en passant par la fermeture pure et simple de l'établissement ! Bref, pour ouvrir votre restaurant en toute connaissance de cause, rapprochez-vous des organismes professionnels, qui ont réalisé un " Guide de bonnes pratiques d'hygiène restaurateur " .

Classé ERP (établissement recevant du public), votre restaurant devra également respecter des normes de sécurité contre les risques d'incendie et de panique en cas d'évacuation (matériaux, issues de secours...). Si vous faites exécuter des travaux de construction, de transformation ou d'aménagement, soumis ou non à permis de construire, vous devrez adresser au maire un dossier de demande d'autorisation de travaux ou de permis de construire selon le cas. Autant dire que ces règles de sécurité vont conditionner votre projet. Vérifiez avant de le choisir que votre local est bien compatible avec les contraintes sécuritaires imposées par votre activité de restaurateur. Si ce n'est pas le cas, prenez en compte, dans votre plan de financement, les travaux d'adaptation qui seront nécessaires.

En fait, mieux vaut prendre les devants en faisant vérifier, avant de signer un bail commercial, la compatibilité du local avec votre activité par un bureau d'études.

Sachez enfin que depuis 2012, vous avez l'obligation d'avoir dans vos effectifs une personne formée aux règles d'hygiène alimentaire et de sécurité. Il peut s'agir de vous-même ou d'un membre de votre équipe.

