#GUIDECONSEIL N°01

TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR POUR OUVRIR UN RESTAURANT

Conseils, solutions et bonnes pratiques !

les halles METRO

Édito

Ouvrir un restaurant est souvent le rêve d'une vie. C'est aussi un projet d'entreprise très concret. On imagine la carte, l'ambiance, les premiers services en salle… Mais très vite, des questions se posent : Quel concept adopter ? Quel emplacement choisir ? Quelles équipes recruter ou encore comment mettre en place la trésorerie ? C'est là que tout se joue !

Ce guide a été conçu pour vous aider à avancer dans le bon ordre, sans vous disperser. Une feuille de route claire et pratique pour tout apprenti restaurateur où vous trouverez les grandes étapes de l'ouverture, les points de vigilance à ne pas rater et les documents indispensables à rassembler, entre autres.
L'objectif est simple : transformer votre bonne idée en un restaurant solide, capable de traverser les années.

Tout au long de ce guide, vous trouverez aussi des conseils actionnables et des solutions pour vous aider à gagner du temps sur la préparation du business plan, l'aménagement de la salle ou encore votre visibilité en ligne. À vous de jouer !

PREMIÈRE PARTIE

L'IDÉE
DÉVELOPPER UN
PROJET EN BÉTON 5

DEUXIÈME PARTIE

FAIRE SES
PRÉVISIONS
FINANCIÈRES 15

TROISIÈME PARTIE

TROUVER SON
FINANCEMENT 19

QUATRIÈME PARTIE

CRÉER
SON ENTREPRISE 23

CINQUIÈME PARTIE

LANCER
SON ACTIVITÉ 29

PREMIÈRE PARTIE

L'IDÉE
DÉVELOPPER UN PROJET EN BÉTON

Identifier les raisons qui vous motivent

AVANT TOUTE CHOSE, il est essentiel de nommer les raisons qui vous poussent à ouvrir un restaurant. S'agit-il d'une reconversion professionnelle, de l'envie de concrétiser une passion pour la cuisine ou du projet de diriger votre propre entreprise ?

Aucune motivation n'est mauvaise en soi. En revanche, certaines résistent mieux que d'autres à la réalité du quotidien.

Au-delà de la cuisine, être restaurateur mobilise de nombreuses compétences:

- **Gestion d'équipe ;**
- **Relation fournisseurs ;**
- **Suivi financier ;**
- **Communication, marketing...**

Si vous ressentez le besoin de renforcer certaines compétences, vous pouvez vous tourner vers des formations proposées par la chambre de commerce ou des organisations professionnelles du secteur, comme l'UMIH. Leur financement dépend de votre statut et des dispositifs auxquels vous êtes éligible.

Le quotidien d'un restaurateur est rarement de tout repos ! Problèmes de planning, tensions en salle ou en cuisine, imprévus techniques, pression financière...

Votre capacité à gérer le stress et à tenir le rythme est une part importante de votre succès à venir.

AVANT DE VOUS LANCER, INTERROGEZ-VOUS HONNÊTEMENT SUR VOTRE RÉSISTANCE À CES CONTRAINTES.

> **« Il faut savoir être très polyvalent puisqu'être cuisinier, c'est aussi être restaurateur [...] et, cerise sur le gâteau, il faut être très bien entouré, que ce soit [vos] équipes, fournisseurs, ou [vos] partenaires. »**
>
> **COLINE FAULQUIER - Cheffe du restaurant Auffo**

ASTUCE

FAITES LE TEST DES 3 «POURQUOI»

Pourquoi
CE RESTAURANT ?
Pourquoi
SE LANCER MAINTENANT ?
Pourquoi
CES ÉQUIPES ?

Répondez-y de façon courte et incisive. Cela vous aidera à garder le cap dans les moments difficiles !

Définir un concept cohérent

Choisir le type de restaurant

Il existe de nombreux types de restaurants. Êtes-vous plutôt :

- **Service à table ou rapide ?**
- **Entrée de gamme ou gastronomique ?**
- **Offre mono-produit ou gamme plus large ?**
- **Cuisine traditionnelle ou plutôt créative ?**

Chaque décision a des conséquences directes sur l'organisation, les coûts et le recrutement.

Trouver le bon emplacement

L'emplacement est l'un des facteurs clés de la réussite d'un restaurant. Il doit être cohérent avec la clientèle ciblée et le type d'établissement. Un restaurant familial aura peu de chances de fonctionner au cœur d'un quartier d'affaires, tout comme une offre bistronomique dans une zone à faible pouvoir d'achat.

Commencez par définir la ville, puis le quartier. Préférez-vous :

- **Un quartier d'affaires ?**
- **Un haut lieu touristique ?**
- **Un quartier résidentiel ?**
- **Un emplacement plus populaire ?**
- **Un quartier huppé ?**

Sur le terrain, observez les flux piétons à différents moments de la journée et de la semaine. Identifiez les commerces et lieux de vie à proximité, la visibilité du local, l'accessibilité en transports et les lieux de stationnement proches.

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.

Les chambres de commerce et d'industrie (CCI) proposent des dispositifs d'information et d'accompagnement pour les créateurs d'entreprises.

Certains sont accessibles gratuitement, notamment sur les thèmes suivants :

- Création d'entreprise et choix du statut ;
- Obligations réglementaires ;
- Gestion et préparation du business plan.

Les modalités varient selon les territoires. Renseignez-vous auprès de votre CCI locale.

Définir votre type de clientèle

Souhaitez-vous vous adresser à :

- **Des actifs pressés ?**
- **Des familles ?**
- **Des touristes ?**
- **Des habitués du quartier ?**
- **De fins gastronomes ?**

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

UN CONCEPT CLAIR PERMET AUSSI DE MIEUX MAÎTRISER LES COÛTS : carte plus courte, stocks réduits, organisation en cuisine plus fluide.

Chercher à plaire à tout le monde conduit souvent à un concept flou. À l'inverse, une cible bien identifiée permet de faire des choix cohérents sur la carte, les prix, les horaires, la décoration et la communication.

Vérifier la possibilité d'installer une terrasse

Avoir une terrasse peut être un énorme atout pour votre restaurant. Cela augmente votre capacité d'accueil et renforce votre visibilité auprès des passants.

Mais avoir le droit d'en installer une n'est pas systématique ! Vérifiez :

- **La largeur du trottoir et la circulation des piétons ;**
- **Les autorisations municipales nécessaires,** à solliciter auprès de la mairie lorsque la terrasse occupe le domaine public, ou auprès de la copropriété pour un espace privé ;
- **Les contraintes liées au voisinage et les nuisances sonores ;**
- **L'exposition et l'aménagement possible.**

Comprendre le marché

IL EST MAINTENANT TEMPS DE RÉALISER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ.

Ce n'est pas un exercice théorique, mais un document qui vous permet de valider la pertinence de votre projet et d'affiner votre positionnement.

Cette étude doit proposer une analyse des points suivants :

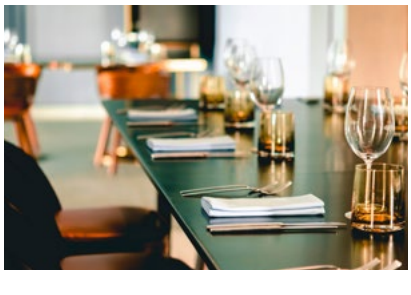
Le contexte économique

Le contexte économique actuel influence directement la capacité de fréquentation des restaurants et les dépenses des clients. Il joue aussi sur votre habileté à trouver des investissements auprès des institutions financières.

En rédigeant votre business plan, interrogez-vous sur :

- **L'évolution du pouvoir d'achat ;**
- **Le niveau d'inflation ;**
- **La dynamique de l'emploi, toujours très forte dans le secteur de la restauration ;**
- **La confiance des ménages.**

Cela vous aidera à déterminer si le moment est favorable pour lancer votre activité et à anticiper d'éventuelles tensions sur les coûts ou la fréquentation.



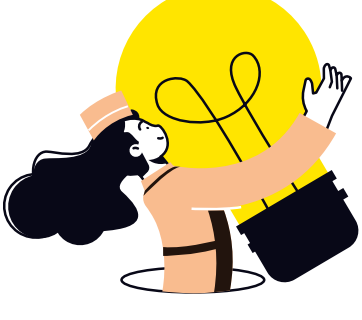
Le secteur de la restauration

Situez votre projet dans son environnement. C'est-à-dire analyser la santé globale du marché local tout autant qu'au niveau national. Si les tendances globales servent de repère, elles doivent toujours être confrontées à la réalité du territoire où vous souhaitez vous implanter.

Veillez ainsi à observer :

- **L'évolution du chiffre d'affaires du secteur dans votre zone géographique ;**
- **Les niveaux de marges pratiqués localement ;**
- **Les concepts et styles de cuisine déjà présents ;**
- **Les attentes des consommateurs de votre ville ou de votre région.**

Un concept pertinent dans une capitale ne l'est pas forcément dans une zone rurale ou une ville moyenne. L'enjeu n'est donc pas nécessairement de suivre les tendances, mais de vérifier leur adaptabilité à votre marché local.



LE SAVIEZ-*VOUS ?*

LA FRANCE RESTE LE PAYS LE PLUS VISITÉ AU MONDE, AVEC PLUS DE 100 MILLIONS DE TOURISTES ACCUEILLIS EN 2025.

Dans certaines zones, cette attractivité touristique peut vous aider à booster votre fréquentation, à condition d'adapter votre offre à cette clientèle internationale.

Les concurrents directs et indirects

Recensez les établissements déjà implantés dans la zone que vous ciblez. Trop de concurrence peut compliquer la mise en place de votre établissement. À l'inverse, l'absence totale de restaurant peut aussi signaler un manque de demande.

Pour chaque concurrent, faites une analyse rapide de :

- **Son concept et positionnement ;**
- **Son offre et sa carte ;**
- **Les prix pratiqués ;**
- **Le type de clientèle ;**
- **Les avis en ligne et sa réputation.**

Pensez à y intégrer les acteurs majeurs de la vente via plateforme de livraison, tels que Frichti, Food Chéri, Nestor, Deliveroo, Uber Eats, etc. Ce sont des concurrents indirects mais bien réels.

La demande

Les données ne remplacent jamais le contact direct avec votre future clientèle. Ainsi, rien de mieux que de mener une enquête auprès des clients du quartier où vous pensez vous installer. Vous pourrez 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.

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 ?

Ces informations vous aideront à ajuster votre offre, vos horaires et votre gamme de prix. Des données locales sont disponibles via l'Insee, mais l'observation terrain reste indispensable.

ASTUCE

PASSEZ DU TEMPS DANS LE QUARTIER À DIFFÉRENTS MOMENTS DE LA JOURNÉE

Une zone animée le midi peut être très calme le soir, et inversement.

Structurer son projet : création, statut et protection

AVANT DE VOUS LANCER, PLUSIEURS CHOIX S'IMPOSENT qui vont conditionner votre quotidien, votre niveau de risque, vos obligations et votre capacité à vous développer.

ASTUCE

IL N'Y A PAS QUE LE CHIFFRE D'AFFAIRE QUI COMPTE

Avant toute reprise, analysez les avis en ligne, l'historique de fréquentation et les véritables raisons de la cession. Un chiffre d'affaires existant ne garantit pas la rentabilité future !

Créer ou reprendre un restaurant

Créer son restaurant permet de partir de zéro et de décider de tout : concept, image, stratégie… Mais cette liberté implique de trouver un emplacement adapté, ce qui peut s'avérer complexe dans certaines villes ou quartiers très demandés.

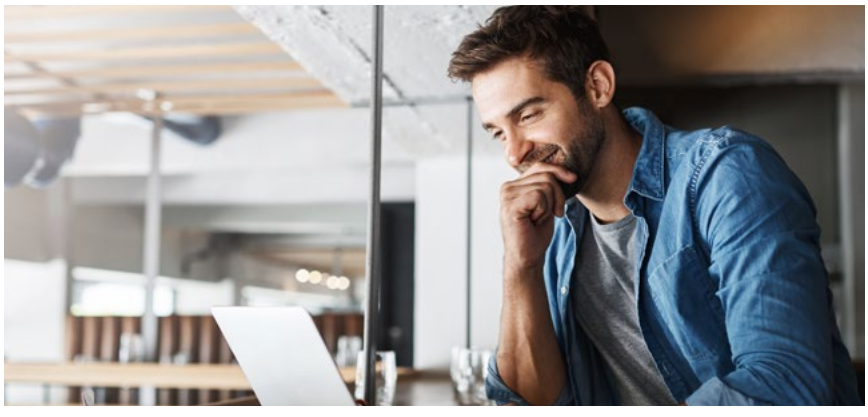
La solution ? Reprendre le bail d'un local occupé par une autre activité commerciale. C'est ce qu'on appelle acheter un « droit au bail ». Vous pouvez aussi louer un local vide et l'aménager pour en faire votre restaurant, ce qui implique le versement d'un pas-de-porte au propriétaire.

Vous pouvez également faire le choix de la franchise. Il s'agit d'un contrat par lequel le propriétaire d'une enseigne (le franchiseur) 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 reste la reprise d'un fonds de commerce, c'est-à-dire la reprise d'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… C'est aussi l'option la plus simple pour obtenir un prêt bancaire ! Les établissements financiers peuvent s'appuyer sur l'historique d'activité et les bilans du fonds de commerce existant pour évaluer les risques et donc la viabilité du projet.

> **« Quand on récupère un restaurant […] le plus important est […] de respecter la clientèle qu'il y avait et celle qu'on veut viser ; mais aussi de rester sur une ligne de conduite qui correspond à notre ADN et à l'ADN du lieu […] pour ne pas dénaturer ni notre cuisine et ce qu'on est, ni le lieu qu'on reprend. »**
>
> **COLINE FAULQUIER - Cheffe du restaurant Auffo**

Choisir la forme juridique adaptée



Le choix de la forme d'entreprise que vous allez créer est déterminant. Il aura en effet des conséquences directes sur votre fiscalité, votre régime social, votre responsabilité personnelle et vos possibilités de financement.

Ce choix dépend notamment:

- **Du nombre de personnes impliquées dans l'entreprise ;**
- **De la présence ou non d'associés ;**
- **Du montant du capital à investir ;**
- **Du niveau de responsabilité que vous êtes prêt à assumer ;**
- **De vos projets d'évolution.**

Il n'existe pas de statut idéal pour votre projet. Le bon choix dépend surtout de votre situation personnelle et de la manière dont vous envisagez votre activité.

OPTION N°1

VOUS OUVREZ SEUL VOTRE RESTAURANT

Vous avez dans ce cas deux formes possibles :

- **L'EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) :** ce statut est souvent choisi lorsqu'on souhaite maîtriser les charges sociales. Le dirigeant relève du régime des travailleurs non salariés, avec des cotisations assez faibles. En contrepartie, la protection sociale est plus limitée.
- **La SASU :** ce statut offre une grande souplesse de fonctionnement, notamment si vous souhaitez faire évoluer le capital de la société ou y faire rentrer de futurs associés. Le dirigeant relève alors du régime d'assimilé salarié, ce qui implique des cotisations sociales plus élevées.

OPTION N°2

VOUS OUVREZ VOTRE RESTAURANT À PLUSIEURS ASSOCIÉS

Vous pouvez alors le créer dans l'un des statuts suivants :

- **La SARL** : Ce statut offre un cadre juridique sécurisant. Lorsque le gérant est majoritaire, il relève du régime des travailleurs non salariés, ce qui permet généralement de mieux maîtriser le coût de la rémunération. C'est un statut idéal si votre projet est stable, avec un nombre limité d'associés.
- **La SAS** : Très souple dans son organisation, elle facilite l'entrée de nouveaux associés et la répartition du capital. Le dirigeant relève du régime assimilé salarié, avec des cotisations sociales plus élevées que dans une SARL. C'est le statut choisi pour les restaurants souhaitant à terme faire entrer de nouveaux investisseurs.

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

CHANGER DE FORME JURIDIQUE EN COURS D'ACTIVITÉ EST POSSIBLE, MAIS SOUVENT COMPLEXE ET COÛTEUX.

Il est donc préférable de choisir dès le départ un statut compatible avec l'évolution future de votre restaurant.

Le capital social

Sur le plan juridique, le capital social peut être fixé à 1€ minimum. Néanmoins, un capital trop faible peut nuire à la crédibilité de votre projet, surtout auprès des banques et des fournisseurs.

L'idéal ? Prévoir un capital d'au moins 5 000 € pour renforcer la solidité perçue de votre entreprise. Selon le statut juridique choisi, vous pourrez ensuite libérer ce capital progressivement.

En pratique, le choix du statut de votre restaurant revient à arbitrer entre :

- **Le niveau de charges sociales**
- **La protection du dirigeant**
- **La capacité du projet à évoluer**

Se protéger contre les risques liés à l'activité

L'activité de restauration peut comporter des risques : 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…

EN CAS DE PRÉJUDICE, LA RESPONSABILITÉ DE L'EXPLOITANT PEUT ÊTRE ENGAGÉE.

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. À vous de voir quelle protection correspond à vos besoins.

ASTUCE

PENSEZ AUX ASSURANCES

Une assurance pertes d'exploitation peut compenser la baisse de chiffre d'affaires consécutive à un sinistre grave, comme une inondation, un incendie ou une fermeture administrative. Elle permet notamment de continuer à faire face aux charges fixes, telles que le loyer, les salaires ou les impôts, pendant la période d'interruption d'activité.

Il existe également des assurances de protection juridique, utiles en cas de litige avec un client, un salarié ou un fournisseur. Elles permettent d'être accompagnées juridiquement et de prendre en charge tout ou partie des frais de procédure.

WOOD
FAT
Carlsberg Pilsner 0.3 / 0.5 55,- / 69,-
Kronenbourg 1664 0.25 / 0.5 56,- / 112,-
Brooklyn Lagur 0.3 / 0.5 68,- / 112,-
FLASKE
E. C. Dahls Pils 69,-
E. C. Dahls Ramp Pale Ale 110,-
E. C. Dahls Lanso Vit 110,-
E. C. Dahls Bolt IPA 115,-
E. C. Dakis Pepra Saison 115,-
Brooklyn Brown Ale 120,-
Brooklyn Sorachi Ace 129,-
Brooklyn Black Chocolate Stout 140,-
Ringnes Lite (glutenfritt) 75,-
Corona 90,-
CIDER
Somersby Double Press
Somersby Sparkling Rosé 0,33 95,-
Somersby Sparkling Rosé 0,75 215,-
ALKOHOLFRITT
mersby
nkhelm
enbourg 1664 55,-
berg 45,-
arkter Lammsbräu (glutenfri) 55,-
55,-
69,-
BRUS/VANN
Solrik Appelsin
Solrik Jordbær
Pepsi 29,-
Pepsi Max 29,-
7 up 45,-
Solo 45,-
Mozell Eplemost 45,-
Farris Naturell 45,-
Farris Lime 45,-
45,-
45,-
MUSSERENDE VIN
Vignara Prosecco Extra Dry 395,-
Charles Heidsieck Blut Réserve 995,-
HVITE VINER
Mastia Soave
La Sablette Sauvignon Blanc 82,- / 395,-
Klosler Eberback Riesling Trocken 395,-
Nacon-Villages Granga Magnien, 450,-
L. Jadot
465,-
RØDE VINER
Varej Barbera
Luis Pato Colheta 87,- / 420,-
Côtes-du-Rhône BIO, M. Chapoutier 435,-
Salvatai Valpdicelli Classico 450,-
Beaujolais Villages Corab 450,-
Aux Jacques, L. Jadot
Buantaenti Chianti 465,-
Les Meysonniers Crozes-Hermitage 465,-
BIO, M. Chapoutier
Santenay Clos de Malte, L. Jadot 595,-
695,-
PORTVIN
Churchills LBV 6 cl 65,-
Churchills 20 yo Tawny 6 cl 75,-
WOW
Yummy

DEUXIÈME PARTIE

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 SA VIABILITÉ ÉCONOMIQUE. CETTE ÉTAPE PERMET DE TRANSFORMER UNE IDÉE EN PROJET RÉALISTE, CAPABLE DE TENIR DANS LA DURÉE.

Prévisions financières

Estimer son chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires prévisionnel repose sur deux éléments clés : le ticket moyen et le nombre de couverts réalisés.

Commencez par estimer le nombre de services par jour et le nombre de jours d'ouverture par semaine. Cela doit rester cohérent avec votre concept, votre capacité d'accueil et votre organisation.

Pour affiner l'estimation de votre ticket moyen, il conviendra de différencier le CA entre plats et boissons. Les prix de vente sont généralement fixés à partir du coût matière, auquel s'applique :

- **Un coefficient de 3 à 4 pour les plats ;**
- **Un coefficient de 4 à 6 pour les boissons.**

Cette méthode permet de calculer la marge brute et d'identifier les produits les plus rentables, qui pourront être mis en avant sur la carte.

Identifier les charges et les investissements

Listez vos charges avec précision. Elles se répartissent entre :

- **Les investissements initiaux : matériel, aménagements, travaux, frais d'immatriculation ;**
- **Les charges fixes : loyers, assurances, abonnements ;**
- **Les charges variables : achats alimentaires, énergie, personnel.**

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. N'oubliez pas d'intégrer votre propre rémunération dans les charges. Elle fait partie intégrante de l'équilibre économique du projet.

ASTUCE

TRÉSORERIE & CHARGES FIXES

Pour sécuriser votre démarrage, prévoyez une trésorerie couvrant plusieurs mois de charges fixes, même si votre chiffre d'affaires prévisionnel est équilibré. Cette marge de sécurité permet d'absorber une montée en charge plus lente que prévue.

> **Être cuisinier, c'est cultiver la proximité, trouver les meilleurs produits près de chez soi. Être cuisinier, c'est être honnête et respectueux.**
>
> **DAVID ZUDDAS - Cuisinier du DZ'Envies et du Peppuccio à Dijon**

Vérifier l'équilibre économique du projet

Une fois le chiffre d'affaires et l'ensemble des charges identifiés, vérifiez que le modèle est viable. Si les dépenses fixes et variables dépassent le chiffre d'affaires prévisionnel, le projet doit être ajusté : carte, prix, organisation ou dimensionnement de l'équipe.

Un indicateur particulièrement suivi en restauration est le prime cost, qui correspond à l'addition du coût-matière et de la masse salariale. Pour un modèle équilibré, ce ratio doit généralement se situer en dessous de 60 % du chiffre d'affaires.

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

UN RESTAURANT PEUT AFFICHER UN COMPTE DE RÉSULTAT POSITIF TOUT EN SE RETROUVANT EN DIFFICULTÉ DE TRÉSORERIE.

Les décalages entre encaissements clients et décaissements (salaires, fournisseurs, loyers) sont l'une des premières causes de tension financière les premiers mois.

Construire ses outils prévisionnels

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

LE COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL

Il 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

Il 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

Il 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.

POUR ALLER PLUS LOIN

Notre guide Comment maîtriser les coûts en restauration vous donne les leviers actionnables pour réduire vos charges, optimiser votre gestion et gagner en sérénité au quotidien.

TÉLÉCHARGER

Notre guide dédié au financement d'un restaurant vous aide à mieux comprendre les solutions de financement existantes, à structurer votre plan de financement et à optimiser votre trésorerie.

TÉLÉCHARGER

TROISIÈME PARTIE

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.

Financer votre entreprise

Construire votre business plan

C'est le document de référence à présenter à vos investisseurs financiers. Un véritable outil de démonstration qui doit expliquer de façon claire :

- **Concept et positionnement ;**
- **Étude de marché ;**
- **Cadre juridique et organisationnel de l'entreprise ;**
- **Équipe et compétences ;**
- **Stratégie de développement ;**
- **Prévisions financières.**

Les investisseurs attendent un discours lisible et clair, des hypothèses réalistes et une bonne maîtrise des chiffres. Si vous n'avez pas finalisé vos recrutements, vous pouvez y inclure des profils types afin de montrer que vous en avez anticipé les coûts et l'organisation.

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

Les investisseurs apprécient que vous incluiez plusieurs scénarios dans votre business plan : un optimiste, un réaliste et un pessimiste. L'idée est de leur montrer que vous avez anticipé le projet sous différents angles, sans surpromettre, et que votre restaurant reste viable même dans un scénario compliqué.

Décrocher son financement

Il existe plusieurs leviers de financement possibles pour votre projet :

L'APPORT : il constitue souvent la base du financement, et conditionne l'accès aux financements externes. Plus il est élevé, plus il rassure les partenaires.

LES EMPRUNTS BANCAIRES : pour les obtenir, vous devrez présenter un dossier complet et justifier d'un apport personnel suffisant. Celui-ci est d'environ 30% pour la reprise d'un fonds de commerce existant, et peut atteindre 35 à 40 % dans le cadre d'une création, bien que ces taux soient variables en fonction de la nature du projet. Vous devez aussi pouvoir démontrer votre capacité à gérer un établissement de restauration, par votre expérience ou vos compétences.

LES INVESTISSEURS PRIVÉS OU BUSINESS ANGELS : en échange d'une participation au capital, ils apportent des fonds, mais aussi un accompagnement et un regard stratégique.

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF : vous pouvez mobiliser votre communauté grâce à des plateformes spécialisées et demander des dons. Cela peut être une aide financière précieuse, mais aussi contribuer à votre visibilité.

L'ENTOURAGE : vos proches peuvent aussi contribuer à votre financement. Notre conseil : formalisez toujours sur papier les conditions de remboursement, et n'oubliez pas de déclarer aux impôts tout contrat de prêt supérieur à 5000€.

LE PRÊT BRASSEUR : proposé par certains fournisseurs brasseurs, celui-ci peut être 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.

Mobiliser les aides publiques

Selon votre profil et la nature de votre projet, vous pouvez aussi bénéficier d'aides publiques pour compléter votre plan de financement. Cela peut se présenter sous différentes formes : exonération des charges, prêts à taux préférentiels, accompagnement à la création… Parmi les dispositifs existants, on retrouve :

L'ACRE (Aide aux créateurs et repreneurs d'entreprise) qui permet une exonération partielle des charges sociales lors du lancement de l'activité, sous conditions

L'ARE (Aide au retour à l'emploi) qui peut être maintenue pendant la phase de création pour les demandeurs d'emploi éligibles

L'ARCE (aide à la reprise ou à la création d'entreprise) qui permet de recevoir une partie des droits à l'assurance chômage sous forme de capital

Ces aides doivent généralement être sollicitées avant l'immatriculation de l'entreprise. D'autres aides locales ou régionales peuvent également exister. N'oubliez pas de vous renseigner !

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

Certaines aides publiques doivent être demandées avant la création de l'entreprise pour être accordées. Une fois l'activité immatriculée, il est souvent trop tard pour en bénéficier.

Pour identifier les dispositifs adaptés à votre situation, vous pouvez vous appuyer sur :

- **Votre CCI locale ;**
- **France Travail si vous êtes demandeur d'emploi ;**
- **Les plateformes officielles d'information à la création d'entreprise.**

ASTUCE

SOIGNEZ VOTRE PRÉSENTATION ORALE

La présentation orale de votre projet est tout aussi importante que votre document écrit. C'est ce qui va rassurer et intéresser les investisseurs.

Préparez votre discours, entraînez-vous et anticipez les questions, notamment sur les aspects financiers et opérationnels. Votre interlocuteur doit percevoir à la fois votre motivation, votre sérieux et votre maîtrise du projet.

La restauration éco-responsable

VOUS SOUHAITEZ CRÉER UNE ACTIVITÉ DE RESTAURATION ÉCO-RESPONSABLE ?

Appuyez-vous sur le financement participatif pour accélérer le développement de votre activité. Les plateformes dédiées offrent l'opportunité de valoriser des projets engagés et de rassembler des contributeurs prêts à soutenir des initiatives plus durables.

QUATRIÈME PARTIE

CRÉER SON ENTREPRISE

L'AVENIR FINANCIER DE VOTRE PROJET EST DÉSORMAIS ASSURÉ. IL NE VOUS RESTE PLUS QU'À CRÉER VOTRE ENTREPRISE, PUIS À TROUVER VOTRE LOCAL ET À RÉALISER LES DERNIÈRES DÉMARCHES ADMINISTRATIVES AVANT L'OUVERTURE.

Les étapes clés

Choisir le nom de votre restaurant

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.

Un bon nom doit être :

- **Facile à mémoriser ;**
- **Cohérent avec votre concept ;**
- **Compréhensible par votre clientèle ;**
- **Suffisamment distinctif pour éviter toute confusion.**

Il doit attirer l'attention, être accrocheur, éventuellement drôle ou comporter un jeu de mots.

ASTUCE

POUR VOS DÉMARCHES

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.

DÉCOUVRIR

ASTUCE

VÉRIFIER SA DISPONIBILITÉ

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.

DÉCOUVRIR

Immatriculer votre entreprise

Pour que votre entreprise ait une existence juridique, vous devez déclarer votre activité et demander votre immatriculation.

Depuis le 1er janvier 2023, l'ensemble des formalités de création, de modification ou de cessation d'activité doivent être réalisées en ligne via le guichet unique des formalités d'entreprise. Ce dispositif centralisé remplace les centres de formalités des entreprises (CFE), désormais supprimés.

Cette étape permet également de vous faire connaître auprès des administrations compétentes, telles que les services fiscaux ou les organismes de protection sociale.

Une fois l'immatriculation effectuée, plusieurs identifiants vous sont attribués :

- **Un numéro SIREN, qui identifie l'entreprise ;**
- **Un ou plusieurs numéros SIRET, propres à chacun de vos établissements ;**
- **Un code APE, correspondant à votre activité principale.**

Ces éléments sont indispensables pour vos démarches administratives, contractuelles et bancaires.

focus sur

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

Cette étape permet également de vous faire connaître auprès des administrations compétentes, telles que les services fiscaux ou les organismes de protection sociale.

Une fois l'immatriculation effectuée, plusieurs identifiants vous sont attribués :

- **un numéro SIREN,** qui identifie l'entreprise,
- **un ou plusieurs numéros SIRET**, propres à chacun de vos établissements,
- **un code APE**, correspondant à votre activité principale.

Ces éléments sont indispensables pour vos démarches administratives, contractuelles et bancaires.

2 Déclaration du respect des normes d'hygiène et de sécurité alimentaire

En tant que restaurateur, vous êtes responsable de la sécurité et de la santé de vos clients et de vos équipes. Cela implique le respect de nombreuses règles en matière :

- **d'hygiène alimentaire,**
- **de sécurité et d'accessibilité,**
- **d'affichage obligatoire,**
- **de protection des mineurs et de tranquillité du voisinage.**

3 Information des consommateurs

Certaines informations doivent obligatoirement être affichées dans votre établissement :

- **prix**
- **allergènes**
- **interdiction de fumer**
- **origine de certaines viandes, etc.**

Les règles varient selon votre activité et votre offre. À ce titre, nous vous invitons à consulter la fiche pratique de la DGCCRF ou la page Ouvrir un restaurant du site du service public.

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

Tout établissement manipulant des denrées alimentaires d'origine animale doit effectuer une déclaration auprès de la DDPP avant l'ouverture. Cette déclaration est également obligatoire en cas de changement d'exploitant, d'adresse ou d'activité.

Par ailleurs, au moins une personne au sein de l'établissement doit avoir suivi une formation spécifique en hygiène alimentaire (HACCP), sauf si l'exploitant peut justifier d'une expérience professionnelle suffisante dans le secteur.

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

LA CARTE CRÉATEUR D'ENTREPRISE

Sans frais et sans engagement, vous pouvez l'obtenir sur simple demande sur metro.fr.

RENCONTREZ DES EXPERTS

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

ÉVALUEZ VOTRE INVESTISSEMENT

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

AGENCEZ ET AMÉNAGEZ VOS LOCAUX

Le service Conception et aménagement professionnel 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.

RENCONTREZ 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 halles METRO sans possibilité d'achat.

S'installer dans un local adapté

Avant de vous lancer, évaluez précisément vos besoins en termes de surface. À titre indicatif, vous pouvez compter par exemple sur :

- **Salle :** 1,2 à 1,5 m² par couvert ;
- **Cuisine :** 0,5 à 0,75 m² par couvert ;
- **Annexes (vestiaire, toilettes) :** 0,25 m² par couvert ;
- **Réserves :** 0,25 m² à 0,50 m² par couvert.

Veillez également à trouver un local compatible avec votre activité, tant sur le plan réglementaire que sur le plan technique.

Vérifiez notamment :

- **La destination du local et son autorisation d'exploitation en restaurant ;**
- **La possibilité d'installer un conduit d'extraction, ce qui est indispensable pour l'activité de restauration ;**
- **L'accès aux réseaux (eau, électricité, gaz) ;**
- **Les contraintes liées au voisinage et à la copropriété.**

Une fois le local identifié, l'aménagement doit être pensé en fonction des flux, des usages et des contraintes réglementaires. En cuisine comme en salle, l'objectif est de faciliter le travail des équipes et d'assurer une expérience fluide pour les clients.

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

METRO VOUS ACCOMPAGNE DANS L'AMÉNAGEMENT DE VOTRE CUISINE.

Nos spécialistes vous proposent un service pratique d'aménagement complet des cuisines, avec en plus un plan de financement (service Conception et aménagement professionnel).

DÉCOUVRIR

BAR ALMUDIN

CINQUIÈME PARTIE

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 a un impact direct sur la qualité de votre offre, votre rentabilité et votre organisation au quotidien. Au-delà du prix, n'hésitez pas à comparer plusieurs critères, comme :

- **La régularité des livraisons ;**
- **La qualité et disponibilité des produits ;**
- **La constance ;**
- **Les services annexes proposés ;**
- **La proximité géographique de leurs points de ventes ou plateformes.**

Demandez des devis à chaque fournisseur, et n'hésitez pas à en limiter le nombre ! Cela permet de simplifier votre gestion au quotidien en réalisant tous vos achats en un même point et en réduisant le nombre de factures.

Développez des liens sur le long terme avec vos fournisseurs pour bénéficier de conseils personnalisés, d'offres exclusives, ou d'une qualité de service préférentielle.

ASTUCE

AVANT DE VOUS ENGAGER

Demandez plusieurs devis et comparez les prix. Vous pouvez aussi faire des tests sur une courte période afin de vous assurer de vous lancer avec les bons partenaires.

Construire la carte de son restaurant

La carte est l'expression directe de votre concept. Elle doit être lisible, efficace et cohérente avec votre marque et votre positionnement.

Côté client, séparez vos plats en grandes rubriques : salades, poissons, viandes, plats végétariens, desserts… Rédigez une courte description et précisez l'assaisonnement, l'origine des produits et les accompagnements… Pensez à suggérer un vin avec chaque plat. Les cavistes METRO peuvent vous conseiller les meilleurs accords.

Côté cuisines, chaque plat doit faire l'objet d'une fiche recette détaillée, indiquant précisément les quantités et les coûts matières. Cette méthode permet de calculer le coût portion et d'ajuster les prix de vente en conséquence. Cela vous aidera aussi en cas de roulement des équipes de cuisine à garder la cohérence et le même niveau de qualité.

Privilégiez aussi une carte courte, quitte à la renouveler plusieurs fois dans l'année. Cela facilite à la fois l'organisation en cuisine, et la maîtrise des coûts. En effet, moins de références signifie moins de préparation, moins de stock et donc moins de pertes, tout en permettant de faire évoluer l'offre au fil des saisons.

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

En restauration, les achats alimentaires représentent environ 27 % du chiffre d'affaires généré*. Ce ratio constitue un repère, mais peut varier selon votre concept, votre gamme de prix et le type de cuisine. Pour ajuster vos tarifs, appuyez-vous sur vos fiches recettes et comparez-les régulièrement avec les prix de vos concurrents.

*source Gira Food service

Recruter la bonne équipe

> **« Être restaurateur, c'est aussi un rôle de transmission auprès de ses équipes. C'est important de créer du lien, […] voir s'ils ont besoin d'aide et échanger avec eux. C'est notre devoir. […] Cela permet de constituer une équipe solide et durable. »**
>
> **JULIEN SERRI - Chef du restaurant Le Cirque Beaubourg**

Pour trouver les bons candidats, vous pouvez vous adresser à France Travail, poster une annonce sur des sites spécialisés, 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.

Les pourboires représentent un complément de salaire non négligeable pour vos serveurs. À noter que seuls les personnels en contact direct avec la clientèle peuvent être rémunérés en salaire variable, avec un montant minimum garanti.

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 CDD**, adapté aux périodes de forte activité ou de besoin ponctuel ;
- **Le contrat d'intérim**, pour l'exécution d'une tâche précise et temporaire ;
- **Le contrat d'apprentissage** qui donne droit à des aides à l'embauche.

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

En restauration, les salaires ne sont pas fixés au hasard : ils sont encadrés par des conventions collectives. La restauration rapide a sa propre convention et ses propres minima horaires, distincts de ceux de la convention HCR.

Anticiper le premier approvisionnement

Le premier approvisionnement en produits alimentaires va vous permettre de constituer votre stock.

Prévoyez le minimum et ajustez en fonction de la fréquentation réelle. Cela évitera des problèmes de surstock et des pertes de trésorerie.

> **« J'adore manger, j'adore cuisiner et j'adore accueillir, recevoir et partager. Et c'est pour ça que j'adore ce métier. [...] Un repas, aujourd'hui, c'est probablement ce qui nous reste de plus convivial. »**
>
> **DENISE HENQUET - Cheffe du restaurant le 3V Paris**

METRO, 1ER FOURNISSEUR DE LA RESTAURATION COMMERCIALE EN FRANCE

50 000 références

10 000 produits locaux présents dans 99 Halles

400 000 références sur la marketplace METRO.FR

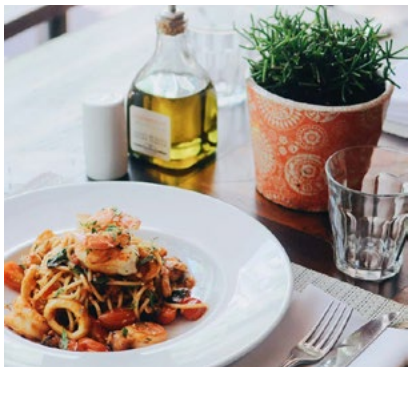
HALLES - LIVRAISON - METRO.FR
le seul grossiste multicanal du marché

DÉCOUVRIR

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



les halles METRO

Piloter son activité au quotidien

LE SAVIEZ-*VOUS ?*

La plupart des plateformes de livraison exigent en contrepartie une commission sur chaque commande. La moyenne se situe autour des 30%. Un coût non négligeable à intégrer dans votre business plan !

Limiter les pertes et améliorer la rentabilité

La gestion des stocks a un impact direct sur la rentabilité de votre restaurant. Les pertes liées aux produits ayant dépassé leur DLC (date limite de consommation), aux surstocks ou aux invendus peuvent rapidement peser sur les marges.

La solution ? Limiter les stocks et adapter la fréquence des réapprovisionnements pour correspondre au rythme de votre activité.

Développer des relais de chiffre d'affaires

En fonction de votre concept et de votre positionnement, la vente à emporter ou la livraison peut être un vrai complément de chiffre d'affaires, à condition d'être intégrée de façon réfléchie. Si ces services répondent à une demande en forte croissance, ils nécessitent tout de même une bonne organisation.

VENTE À EMPORTER: elle peut être mise en place autant en restauration rapide qu'en établissement plus traditionnel. Elle nécessite toutefois un espace dédié et une offre adaptée. L'objectif est de capter une clientèle pressée sans perturber l'expérience des clients installés. Pour en savoir plus, consultez notre guide dédié sur la vente à emporter.

VENTE EN LIVRAISON : vous pouvez décider de la gérer en interne, ce qui permet de garder la maîtrise de l'expérience client et des marges, mais suppose une organisation logistique et des ressources supplémentaires. Vous pouvez aussi l'externaliser, via des plateformes comme UberEats, Deliveroo, etc, qui possèdent déjà une forte clientèle mais qui exigent une commission.

Quel que soit le modèle choisi, ces services doivent rester cohérents avec votre concept et votre capacité opérationnelle. Les ventes additionnelles (boissons, desserts, accompagnements) permettent également d'augmenter le panier moyen sans modifier l'offre principale.

ASTUCE

COMMENT LIMITER VOS PERTES AU QUOTIDIEN

SUIVEZ LES VENTES JOUR À JOUR : cela aide à identifier les plats les plus demandés et, au contraire, les invendus.

ADAPTEZ LES QUANTITÉS PRODUITES : en fonction des jours de la semaine et des heures creuses ou de fortes affluences.

PRIVILÉGIEZ UNE CARTE COURTE ET ÉVOLUTIVE : cela est plus facile à ajuster en fonction des volumes réels.

ORGANISEZ VOTRE STOCK : une bonne gestion de votre garde-manger évite les pertes et oublis, et favorise la bonne hygiène et sécurité alimentaire.

VALORISEZ LES INVENDUS : plats du jour, suggestions temporaires ou ajustement de portion… toutes les techniques sont bonnes pour ne pas jeter !

SOIGNEZ LE LIEN ENTRE L'ÉQUIPE GESTION ET LA CUISINE : notre guide sur la maîtrise des coûts en restauration vous aide dans votre gestion du quotidien : anticipation des menus et des commandes, etc.

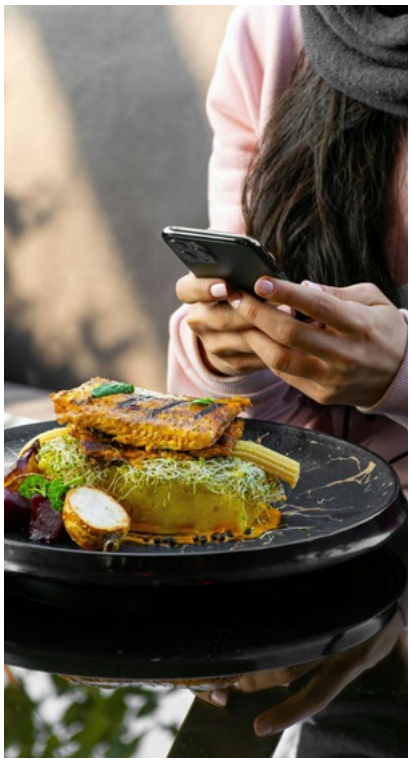
TÉLÉCHARGER

Booster ses réservations

Pour cela, des sites dédiés existent :

- **DISH** ;
- **La fourchette** ;
- **Reservit**.

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.



LE SAVIEZ-*VOUS ?*

80% DES CONSOMMATEURS
recherchent un restaurant sur Internet avant de réserver une table.

DISH by METRO

ENVIE DE BOOSTER LA VISIBILITÉ DE VOTRE ÉTABLISSEMENT POUR DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ ?

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 ET RAPIDE !

Découvrez toutes les solutions DISH pour digitaliser votre restaurant sur le site METRO.fr.

DÉCOUVRIR

*DISH est une société du groupe METRO

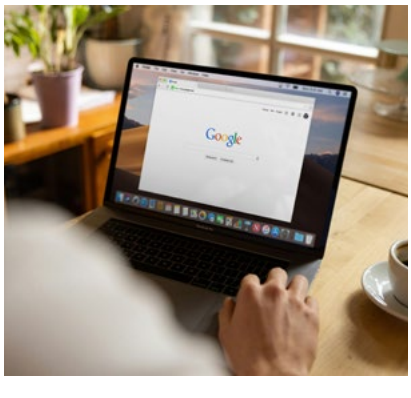
Développer sa visibilité

Aujourd'hui, la visibilité d'un restaurant ne repose plus seulement sur une belle devanture. Cela se joue aussi en ligne.

Pour beaucoup de consommateurs, les réseaux sociaux sont devenus le premier point de contact avec un restaurant. Créez-vous un compte et partagez régulièrement la vie de votre établissement : évolutions de la carte, événements, coulisses ou temps forts. L'objectif n'est pas de publier à tout prix, mais de créer un lien cohérent avec votre univers.

Les avis en ligne sont aussi à soigner : Google, Tripadvisor ou d'autres plateformes influencent fortement la décision des clients. Une gestion active de votre e-réputation est donc indispensable. Répondre aux avis, positifs comme négatifs, montre votre implication et votre professionnalisme. En cas de critique, adoptez une réponse mesurée, reconnaissez les dysfonctionnements éventuels et expliquez les actions mises en place.

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 :



Pour en savoir plus sur la manière d'améliorer la visibilité de son établissement en ligne, consultez le guide visibilité et le guide réseaux sociaux.

DÉCOUVRIR

Février 2026 Conception graphique : Youlovewords Iconographie : Adobe Stock, Unsplash

les halles METRO