

Néorestauration - Le 02/01/08 – Chronique N°32 - Janvier 2008 (parution 3 janv.)

---

## TRÈS BONNE ANNÉE !

Cette trente deuxième chronique sur neorestauration.com m'a semblée être une occasion de m'adresser à ses lecteurs. A la première personne. Et de prodiguer, période oblige, quelques vœux pour cette nouvelle année.

Depuis bientôt deux ans, d'abord une fois puis deux fois par mois, je me suis efforcé de rédiger des textes basés sur des faits ou des observations, qui ne soient pas personnalisés afin de cadrer au mieux avec leur objectif dont l'intitulé est : « des diagnostics, des conseils, des suggestions, pour aider à vendre plus et mieux, destinés aussi bien aux restaurateurs indépendants qu'aux chaînes des restauration commerciale ». Je me suis toujours adressé à l'ensemble de la profession, donc à personne en particulier, afin d'intéresser le plus grand nombre. Et cela semble fonctionner puisque, les statistiques de fréquentation du site neorestauration.com relatent que mon papier récent sur « le chiffre d'affaires additionnel » est arrivé en 6<sup>e</sup> position des articles les plus cliqués. Ce qui, bien naturellement, procure une certaine satisfaction.

Je reçois de temps à autres des e-mails de certains d'entre vous ; des félicitations et des approbations quelques fois, des compléments d'information de temps à autre, ce qui est intéressant car très productif, des critiques négatives très rarement. Fort heureusement, parce que j'ai du mal à me souvenir d'avoir soutenu des contrevérités ou tenu des propos ulcérants. En fait, les mails les plus fréquents me parviennent d'étudiants et de jeunes qui sont en quête d'informations ou qui me demandent des conseils sur un sujet, ou encore qui me sollicitent pour relire, corriger et compléter leur mémoire. Malgré le temps et l'énergie que cela réclame, je n'hésite jamais à aider ceux qui cherchent à progresser. C'est même un devoir.

Les sujets des chroniques me viennent à l'esprit de manière totalement aléatoire : tantôt je puise dans mon expérience passée, tantôt je pars d'un fait vécu ou d'une observation récente, une autre fois c'est l'actualité qui me fait réagir. Certains papiers sont écrits en quelques heures, mais d'autres peinent à sortir et il m'est déjà arrivé de ne remplir la feuille blanche qu'à la veille de sa parution. Un peu stressant ! Bien que libre de toute contrainte vis-à-vis de la rédaction de Néorestauration, je me suis astreint à ne jamais rater un rendez-vous avec mes lecteurs et, par conséquent, à respecter l'engagement de transmettre le manuscrit pour qu'il soit mis en ligne avec le NéoFlash du jeudi, une semaine sur deux. Délai toujours tenu. J'en profite pour exprimer mon respect pour le professionnalisme, la déontologie et le sérieux de l'équipe des journalistes de Néo.

Ces chroniques, au même titre que les notes d'analyses, les formations et autres recommandations que je réalise pour des clients constituent autant de matière première dont le commun dénominateur est de se situer invariablement dans le périmètre du marketing, des ventes et du service. Loin de prétendre être un expert en tout, je suis un multi spécialiste dans des domaines bien précis qui cherche à tirer le meilleur des ressources à disposition et à améliorer l'existant dans l'unique objectif d'obtenir un effet positif sur le Chiffre d'Affaires et sur le profit. Parce que le marketing-ventes-service a pour fonction d'optimiser le fonctionnement de tout établissement. La fatalité n'existe pas dans le business et il regrettable que beaucoup de restaurateurs ne se rendent pas compte du potentiel qu'ils ont encore à disposition.

Quels vœux peut-on faire en cette nouvelle année pour, justement, améliorer l'existant ? Que la loi anti tabac s'applique dans la sérénité ? Il n'y a pas vraiment de raison pour ça se passe moins bien en France qu'en Irlande ou en Italie ou ailleurs. On saura s'adapter (et c'est un fumeur qui vous parle...) Et les chiffres sur la fréquentation des pubs d'outre Manche, des restaurants new-yorkais ou des bars italiens parlent : +5% ici, ou +10% là depuis l'interdiction totale. Soyons confiants. Que

[tp@thierrypoupardservices.com](mailto:tp@thierrypoupardservices.com)

64, rue Rennequin 75017 Paris +33 (0)6 08 75 77 62

Membre du réseau ITG - Conseils

le taux de TVA dans la restauration diminue ? Oui, assurément, mais ne confondons pas vœux avec rêve et ne restons pas les bras croisés en attendant ; ce sera juste une bonne surprise, un plus. Que les touristes soient mieux accueillis ? C'est le vœu commun de Christine Lagarde et de Luc Chatel, « nos » ministres de tutelle. Des mesures sont annoncées, mais, soyons objectifs, ce sujet ne dépend que de la bonne volonté de chacun d'entre nous. Et il serait bon, pour notre ego collectif comme pour notre économie, que la France mérite sa position de première destination touristique mondiale par la qualité de son accueil et de son service plutôt que grâce à sa situation géographique exceptionnelle. Qu'il n'y ait pas de crise alimentaire ? Ça va de soi. Alors mieux vaut ne jamais prendre de risque même si la sécurité a un prix. Ce que le consommateur est apte à comprendre pour peu que cela lui soit clairement expliqué. Que la profession résolve sa problématique de recrutement ? C'est possible à une double condition : d'abord engager le personnel au moins autant sur des critères de personnalité, d'attitude et de comportement que sur l'expérience. Il est facile d'apprendre un métier, alors que l'on ne peut changer la nature d'un individu. Ensuite la rémunération doit être suffisamment motivante pour compenser la dureté de ce métier. Parts variables, primes et incentives doivent faire partie du package. Que la profession soit plus solidaire et unie ? Il serait sans doute efficace de réduire la dispersion de la représentation syndicale patronale. Trop de rivalités, d'egos et de jalousies font que certains tirent leur épingle du jeu et que d'autres tirent la sonnette d'alarme. Que diminuent les disparitions (non souhaitées) d'établissements indépendants ? Bien sûr, mais il faudrait pour cela que leurs gérants et propriétaires ne restent pas figés dans le siècle dernier. Le consommateur a changé et la tendance est pour plus de propreté, plus de convivialité, plus de légèreté, plus de rapidité. Pas besoin de tout casser ni d'investir lourdement pour améliorer l'offre. Que la France demeure une référence en matière culinaire ? Ah oui ! Bien que la mondialisation attire nos chefs, nos créateurs et nos étoilés dans les pays à forte croissance, faisons en sorte que la source hexagonale ne tarisse jamais.

Cette première chronique de 2008 m'a donné le plaisir de m'adresser directement à chacun d'entre vous et, comme les précédentes et celles à venir, elle vous encourage à réagir et à communiquer avec moi (je réponds à mes e-mails en 48 heures). Maintenant que les fêtes sont passées, que nous avons repris une activité « normale » et que nous avons pris de bonnes résolutions (hum ?), il me reste à vous souhaiter une très bonne année.