



## Constat

Lorsqu'un français élimine un restaurant, c'est à 51% en raison de la qualité des produits, de leur goût, de leur fraîcheur. C'est la première raison d'élimination devant la qualité de service, 28% (\*)

58% des français sont sensibles aux restaurants qui sont transparents sur leur cuisine et l'origine de leurs produits (\*)

2 Français sur 5 aiment aller dans des restaurants qui ont une vraie signature culinaire ou un univers qui leur est propre (\*)

38% des français souhaitent avoir des informations sur les producteurs travaillant avec les restaurants (\*\*)

(\*) Enquête Qualimetri - (\*\*) Etude Savencia

## Objectifs pédagogiques

Donner les éléments **d'information et de méthode** pour aider à définir une offre :

- **claire, singulière, locale, de saison et saine**
- **courte, équilibrée**
- **vertueuse pour la marge**

Apporter un regard sur l'évolution des attentes et comportements des clients ainsi que sur les tendances culinaires, contributives à l'élaboration d'une carte mieux marketée.

Sensibiliser à l'impact de la forme sur la perception de qualité.

Donner des éléments de méthode pour associer l'équipe de salle à la vente de la carte.

## Plan de formation

1. Deux exemples de carte. Exercice pratique sur plusieurs critères d'appréciation
2. Qu'est-ce qu'une signature culinaire ? Différence entre marque et signature culinaire. Quelles sont les tendances d'attentes et de besoins consommateurs ? Principes d'élaboration d'une signature culinaire
3. Méthode de construction d'une carte : législation, largeur et équilibre de gammes, Calcul des prix de revient et optimisation de la marge, positionnement tarifaire, approvisionnements
4. Comment rédiger et mettre en forme une carte ?
5. Exemple de 3 cartes sur 3 positionnements différents – *Exercice pratique*
6. Comment communiquer la carte. Photos culinaires, photos de salle, du chef. Quels canaux de communication ?
7. Formation des équipes à la vente de la carte

## Méthodes pédagogiques

- Evaluer la perception initiale de 2 cartes par les participants
- Equilibrer la présentation entre formulations didactiques, interrogatives ou participatives en faisant travailler les participants en groupe sur des cas concrets.
- Evaluer la perception finale des deux cartes initialement examinées.

## Durée de formation

1 jour, soit 7 heures

## Intervenants



Antoine-Jacques Mery est conseiller culinaire / F&B et intervient dans les secteurs de l'hôtellerie, et de la restauration. Il a acquis son expérience dans les meilleurs restaurants étoilés et a été propriétaire d'un hôtel restaurant à Arras.

Il a apporté son expertise dans la création de concepts innovants ayant collaboré avec Philippe Starck, Christophe Pillet, Jacques Grange, Philippe Diméo, et les frères Costes.



Didier Arnoult est fondateur de Coach Hôtels et expert en stratégie marketing et webmarketing

Il a travaillé pendant 25 ans dans le secteur de la Décoration pour les grands groupes de la distribution (Printemps, LVMH) avant de se spécialiser dans l'hôtellerie.

Sa culture Retail & Hospitality, son approche créative et quantitative, lui donnent du recul pour enrichir et renforcer la spécificité des établissements et la mettre en scène avec narrativité, rassurance et séduction.

Contact : [d.arnoult@coach-hotels.com](mailto:d.arnoult@coach-hotels.com) tél. 01 42 08 65 79

