

FAITES DE VOTRE CARTE UN ATOUT



Chaque mois, nous décortiquons et analysons les points forts et les ratés de cartes de restaurant. Un exercice pratique qui devrait vous intéresser, voire vous inspirer. Ce mois-ci, la carte de **Chez Vous à Segny (01)**.

Par Nadine Lemoine et Bernard Boutboul, auteur du sujet interactif *Idées simples pour doper les recettes de votre restaurant sur lhotellerie.fr*

Le support

Le restaurant Chez Vous nous a envoyé sa carte pour analyse, composée de 8 feuillets insérés dans des pochettes plastique contenues dans un livret aux couleurs du Champagne Duval-Leroy.

La particularité du support est double : sa police de caractère est anglaise, donc trop petite pour la lecture à partir d'un certain âge.

La 2° particularité de cette carte est qu'elle comporte 4 pages, ce qui est trop long à feuilleter pour le client. De plus, aucune mise en avant n'est réalisée au fil des pages, ce qui n'attire pas l'attention du lecteur sur une gamme, sur un plat ou sur les menus qui sont de la même taille que les plats les uns à la suite des autres.

Cette présentation de carte est tout à fait dans le style gastro-traditionnel que les clients d'aujourd'hui ont un peu de mal à comprendre. L'impression des feuillets est propre et visiblement 'made in maison', avec les moyens du bord.

Ils sont en une couleur sur fond blanc, ce qui est assez économique comparé aux cartes en quadrichromie.

Il n'y a que du texte, aucune photo ou dessin n'y est présente, ce qui ne constitue pas un handicap, bien au contraire, cela simplifie la lecture et attirera l'attention plutôt sur les appellations et les prix pratiqués.

Le système des feuillets peut être

désormais de très bonne qualité, très esthétique et très bon marché. Aucun logiciel particulier n'est nécessaire pour obtenir ce résultat, Word de Microsoft fera largement l'affaire à condition de passer un peu de temps à effectuer des essais pour obtenir le résultat souhaité.

Enfin, le nom du restaurant - dont nous parlons peu dans cette rubrique de **L'Hôtellerie Restauration** - doit être évocateur, court et séduisant. Chez Vous a la particularité de réunir les 3 paramètres, mais en plus de s'adresser directement au client par une promesse intéressante... qu'il faut évidemment tenir en termes de produits et de contacts avec le personnel.



Le support est composé de 8 feuillets insérés dans des pochettes plastique contenues dans un livret aux couleurs du Champagne Duval-Leroy.



Les produits

Chez Vous travaille sa carte de façon traditionnelle en alignant les produits en dessous de chaque gamme sans aucune mise en avant pour attirer l'œil du client.

Cette succession de propositions est très masculine à l'époque où la féminisation est d'actualité dans les appellations, dans les contenants et les contenus. Chez Vous propose pas moins de 59 références, ce qui est de nos jours très compliqué en mise en place, mais aussi très compliqué pour le client. En effet, Chez Vous propose 2 concepts en 1 : restaurant traditionnel et crêperie. La confusion et le doute peuvent exister dans l'esprit

du client sur la réelle spécialité du restaurant... L'établissement propose 14 entrées, 10 plats et 16 desserts sans compter les 9 crêpes. À cela, il faut ajouter les 5 menus, sans compter le menu enfant. Il est clair qu'en plus de la confusion et de la difficulté de choix, l'offre proposée par Chez Vous est beaucoup trop importante et mériterait d'être réduite via un repositionnement. 2 des 5 menus sont restrictifs au midi et c'est dommage : les clients supportent de moins en moins les restrictions. En revanche, une très bonne idée consistant à proposer un menu tout fromage accompagné d'une salade mixte.

Les prix

Les entrées sont astucieusement présentées en termes de tarifs avec 2 possibilités de contenants (on comprend la demi-portion et une portion normale). Elles vont de 2,50 € pour une Salade mixte verte et tomates à 9,30 € pour une Salade de canard façon landaise, pour les demi-portions. Elles évoluent entre 4,90 et 18,50 € pour les mêmes entrées en portion normale. Cette technique doit déplacer des consommations de plats vers ces offres d'entrées.

Les plats en 1 seule portion sont proposés de 11,60 € pour des Ravioles aux champignons et truffe blanche à 19,55 € pour un Médaillon de veau à la crème de noix. Les galettes de Sarrazin sont vendues

entre 5,40 et 13,95 €, et les crêpes entre 3,95 et 6,60 €. **Nous ne connaissons pas le ticket moyen réel de ce restaurant, mais il est fort probable qu'il ne soit pas stable du fait de la diversité des produits proposés et des écarts de tarifs pratiqués sur la carte.**

Ce qui signifierait qu'un remaniement de la carte est nécessaire en termes de produits et de prix afin que les clients aient une image nette et claire de l'établissement. En revanche, si l'objectif est la démultiplication des gammes pour satisfaire tout le monde aux différents moments de la journée et de la semaine, dans ce cas, il est nécessaire de modifier la stratégie carte.

L'ASTUCE DU MOIS



Dans le cas de cette carte, il serait nécessaire, entre autres, de procéder à une réflexion sur l'axe marketing souhaité face à la nature du marché qui environne le restaurant aussi bien en offre (la concurrence) qu'en demande (les clients potentiels).

En effet, il est aujourd'hui possible de démultiplier les gammes à condition qu'elles soient courtes en produits. Cette technique nécessite de bien choisir les gammes, qu'elles soient cohérentes entre elles et complémentaires, et surtout simples à

comprendre, simples à acheter et simples à vivre (explications de l'équipe de salle sur les compositions). Enfin, il est éventuellement possible de modifier les prix à la hausse si toutefois la qualité et le service le justifient.

Faites analyser votre carte

POUR PARTICIPER À CETTE RUBRIQUE ET SOUMETTRE VOTRE CARTE À BERNARD BOUTBOUL, DIRECTEUR DU CABINET GIRA SIC, SPÉCIALISÉ DANS LE MARKETING HÔTELIER, ENVOYEZ-LA À :

**L'HÔTELLERIE RESTAURATION
5 RUE ANTOINE BOURDELLE - 75737 PARIS CEDEX 15**



Retrouvez l'auteur de cet article et d'autres lecteurs sur le Forum des Sujets Interactifs.