

Meuh !, une franchise vachement rentable



Laetitia Bonnet-Mundschau

En 2012, deux professionnels de la restauration ont lancé en Aquitaine le concept du 'fast grill', basé sur des méthodes issues de la restauration rapide, un produit phare (l'entrecôte), des ingrédients frais et des prix attractifs. L'enseigne se développe désormais en franchise.

En 2011, six ans après la reprise de deux restaurants Del'Arte en Dordogne, gérés sous leur propre enseigne, La Villa toscane, Mathieu Boudot et Jérôme Le Néa font un constat : *"Nos cartes étaient longues, mais nous voulions uniquement travailler avec des produits frais et du fait maison. La masse salariale était très élevée, la marge pas bonne : ce n'était pas rentable. Nous avons donc réfléchi à un autre modèle de restauration qui nous permettrait de continuer à fournir une offre de qualité tout en gagnant de l'argent"*, explique Mathieu Boudot, diplômé de l'ESC Rennes. Ils se spécialisent alors dans l'entrecôte, *"très consommée hors foyer"*, et s'inspirent des méthodes de la restauration rapide - que Jérôme Le Néa maîtrise, après quinze ans passés chez McDonald's - pour imaginer le 'fast grill'. La commande se fait au comptoir et le service à table, de façon traditionnelle. Ce dispositif permet de gagner du temps et est adapté aux clients pressés ou aux familles - dont les enfants peuvent profiter d'un espace de jeu.

Baisser les prix sans perdre sur la marge

La carte est courte, sans entrées, centrée sur l'entrecôte cuite à la plancha, servie avec frites et beurre. On y trouve également du steak haché et des desserts faits maison (3,90 €). Apéritifs et boissons sont à 1,90 €, le menu enfant à 4,90 €, une formule midi à 10,90 €... *"C'est possible, sans rogner sur la marge, la qualité ni la quantité. Par exemple, le coût de revient des desserts est bas car nous achetons des ingrédients bruts que nous transformons. Nous vendons les boissons au verre. Sur le vin, nous faisons peu de marge, mais nous en vendons beaucoup car les prix oscillent entre 9,90 € et 19,90 € pour une bouteille de qualité"*, souligne Mathieu Boudot. *"Nous achetons la viande en gros volume : nous écoulons une tonne d'entrecôtes par mois et par restaurant. Pour Meuh !, des bouchers traditionnels achètent et font mûrir la viande, qui doit respecter un cahier des charges précis en termes de maturité et d'engraissement. Elle provient d'exploitations françaises ou européennes"*, ajoute-t-il.

L'enseigne compte trois restaurants en propre à Périgueux (Dordogne), Biganos et Mérignac (Gironde) et s'ouvre à la franchise suite à plusieurs demandes. En 2015, le premier franchisé s'est installé à Saint-Médard-en-Jalles (Gironde). Un second a ouvert en septembre dernier à Limoges (Haute-Vienne) et un troisième ouvre ce mois-ci à La Roche-sur-Yon (Vendée). *"Nous consacrerons l'année 2017 au développement de la franchise. Nous recrutons des commerçants ayant le souci du service et du client"*, précise Mathieu Boudot. Il insiste sur la facilité de gestion des établissements et leur rentabilité - notamment grâce à *"une masse salariale réduite [26 % du chiffre d'affaires HT]. Après deux ans d'activité, le chiffre d'affaires d'un restaurant peut atteindre un million d'euros"*. Les associés visent sept ouvertures en 2017, puis un rythme soutenu pour atteindre, en 2021, une centaine de restaurants dans toute la France. ■

