

La réouverture des restaurants ne rassure qu'à moitié les startups du secteur

Tous les bars et restaurants sont autorisés à rouvrir, y compris leurs salles en intérieur, depuis ce lundi 15 juin. Un "bon signal" qui est pourtant loin de lever tous les doutes des startups du secteur.

Temps de lecture : minute

16 juin 2020

La décision était très attendue, elle a finalement été annoncée dimanche soir par Emmanuel Macron lui-même : avec le passage en zone verte de toute la France, à l'exception de Mayotte et de la Guyane, les restaurants et bars seraient autorisés à accueillir du public, y compris en intérieur. C'était déjà le cas dans bon nombre de régions mais à Paris, notamment, seules les terrasses étaient jusqu'alors autorisées. Un casse-tête pour de nombreux restaurateurs qui avaient préféré garder porte close. "C'était très difficile pour les restaurateurs, très dépendants de la météo, de prévoir l'affluence dans leur établissement et donc d'anticiper le nombre de serveurs, par exemple, ou la quantité de denrées alimentaires à commander" , précise Rémi Boisson, COO d'Extracadabra, startup qui se charge de trouver des personnels de la restauration (serveur, cuisinier ou barman...) aux hôtels, restaurants ou traiteurs.

La réouverture des salles en intérieur sonne donc comme une libération. "C'est un bon signal et ce n'est pas surprenant, vu l'évolution de la situation et la pression des syndicats de la restauration, couplées à la météo pas terrible en ce moment" , souffle l'entrepreneur. Rien de mieux pour relancer les affaires, donc ! Sauf que la reprise, ce n'est pas encore

pour tout de suite. *"Le grand public a l'impression d'un retour à la normale avec ces réouvertures mais ce n'est pas le cas. Ce sera compliqué pour les établissements car les règles sanitaires limitent les capacités d'accueil et le secteur présente de très faibles marges."*

"Le problème... c'est la reprise, justement" , tranche Dimitri Farber, cofondateur des caisses tactiles Tiller Systems. Il explique que *"pendant le confinement, les restaurateurs ont mis leurs équipes en chômage partiel, n'avaient rien à déboursier pour leurs fournitures et beaucoup ont réussi à négocier avec leur propriétaire pour suspendre leur loyer. Ils n'avaient donc pas de recettes mais ils ne déboursaient pas grand chose non plus."* Alors qu'une réouverture implique de faire revenir au moins une partie des équipes, d'engager des dépenses de fournitures... tout en sachant que *"le volume d'affaires ne va, lui, pas du tout revenir tout de suite à la normale"* . En moyenne, les clients de Tiller réalisent 40% de leur chiffre d'affaires d'avant-crise, la faute à un tourisme en panne et au télétravail qui plombe la restauration à l'heure du déjeuner.

Se diversifier pour continuer d'exister

Dur dur donc pour les restaurateurs... et cela s'est répercuté sur les startups du secteur. Extracadabra n'a pu maintenir que *"5 à 10%"* de son activité pendant le confinement, tandis que seulement 17% des clients de Tiller sont restés actifs pendant la période, grâce à de la vente à emporter ou des livraisons. *"Le confinement a eu un impact important sur notre activité : les établissements ont réalisé peu d'investissements, ils avaient d'autres préoccupations que de s'équiper"* , explique Dimitri Farber.

Les jeunes pousses en ont profité pour peaufiner leur produit mais surtout pour diversifier leurs activités. *"On a couvert la logistique e-commerce, avec la préparation de commandes notamment, et nous avons travaillé avec les dark kitchens"* , liste le COO d'Extracadabra. *"Nous avons prévu de le faire car de nombreux talents qui s'inscrivaient chez nous avaient*

déjà de l'expérience dans l'un de ces deux domaines." La startup a donc bousculé un peu ses projets de développement pour intégrer plus tôt que prévu ces nouvelles verticales.



À lire aussi

L'art du pivot en temps de crise, servir pour survivre ?

Tout comme Tiller, qui a fait le choix de lancer des fonctionnalités dédiées au click&collect, à la livraison et à la vente à emporter là aussi de manière anticipée. *"C'était prévu pour la fin d'année mais nous avons accéléré le calendrier en rendant ces fonctionnalités gratuites pendant la crise du Covid"* , précise le cofondateur de Tiller. Qui mise cependant sur un impact durable de la crise qui devrait rendre ces nouveautés cruciales pour la startup. *"La vente à emporter va prendre plus de poids dans la restauration"* , anticipe l'entrepreneur. En effet, *"en ajoutant la vente à emporter à son business, le restaurateur en fait un bon revenu d'appoint. Et aujourd'hui, les gens ont envie proximité"* . Suffisamment pour braver les mesures sanitaires afin de retrouver leurs bistrot de quartier ? La saison estivale le dira.

Article écrit par Geraldine Russell