


Richard Volodarski
Guilhem Bertholet • Alexandre Grevet



Monter son

F  **OOD**

TRUCK

Mode d'emploi

EYROLLES

2

Monter son **FOOD TRUCK**

Mode d'emploi

Monter son entreprise et être son propre patron sont de véritables motivations pour de nombreux Français.

Pourquoi pas un food truck ?

Le phénomène monte en puissance en France. Ainsi, le pays compte aujourd'hui de nombreux food trucks, et les demandes d'emplacements auprès des mairies explosent depuis quelques années. Pour les nouveaux entrepreneurs, c'est une première affaire qui est aussi bien un gage de sécurité (développer un commerce de taille abordable) que de liberté (pouvoir changer fréquemment de lieux). Côté clients, cette tendance répond à une véritable aspiration à manger vite et bien.

Pratique et documenté, enrichi de conseils et de cas pratiques, ce guide donne toutes les clés pour monter et réussir son business en proposant :

- une démarche structurée dans le temps (les questions à se poser avant de démarrer, tout savoir sur le financement de l'activité, comment utiliser le Web pour booster son activité, etc.) ;
- des conseils issus du terrain délivrés par les participants de l'émission *Mon food truck à la clé* ;
- des exemples réels et des retours d'expérience variés.

Richard Volodarski est responsable marketing opérationnel. Il a dirigé l'organisme de formation FIS-Formation.com. En 2014, il a décidé de se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat. Il enseigne en master II à l'ESM-A. **Guilhem Bertholet** est blogueur et fondateur de l'agence Invox.fr. **Alexandre Grevet** est spécialisé en ingénierie patrimoniale du chef d'entreprise.



SHINE 360®

© 2015 SHINE France


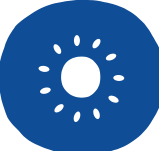
www.editions-eyrolles.com

Studio Eyrolles © Éditions Eyrolles
d'après Phipatbig / Ekler / R-studio © Shutterstock

Code éditeur : 666175

ISBN : 978-2-212-56175-3

Monter son

F  **O**  **D**

TRUCK

Mode d'emploi

Groupe Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05

www.editions-eyrolles.com

Richard Volodarski est responsable marketing opérationnel. Il a également dirigé l'organisme de formation FIS-Formation.com spécialisé dans les nouvelles technologies. En 2014, il a décidé de se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat. Il enseigne par ailleurs en master II à l'ESM-A : e-business plan, e-CRM, étude de cas.

Guilhem Bertholet est blogueur et fondateur de l'agence Invox.fr, agence de Content Marketing dont le métier est d'accompagner marques et entreprises à devenir des médias et à créer puis diffuser des contenus.

Alexandre Grevet est spécialisé en ingénierie patrimoniale du chef d'entreprise.

Remerciements :



Le Camion qui fume
(www.lecamionquifume.com)



Le Réfectoire
(www.le-refectoire.com)



Mon Camion Resto
(www.moncamionresto.com)




Track the Truck | Trouve ton food truck
(<http://ttruck.com/>)

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

Richard Volodarski

Guilhem Bertholet • Alexandre Grevet

Monter son

F  **OD**

TRUCK

Mode d'emploi

EYROLLES





LE MARCHÉ

50%
DES EMPLACEMENTS
SONT ISSUS DES
PARTENARIATS
PRIVES



→ Restaurants traditionnels :

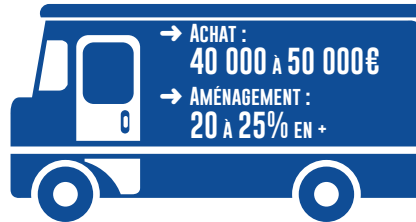
50 REPAS/JOUR

→ Food Trucks :

100 REPAS/JOUR

LE CAMION

66%
DES FOOD TRUCKS
EN SERVICE
SONT D'OCCASION



LOCATION

→ **700€** pour une semaine de location

→ Location d'un garage : **70 À 130€/MOIS**

→  **200 À 300€/MOIS**

→ Surface optimale : **8 M² - 6 M²**
d'espace de travail hors habitacle de conduite

→ **+ 2 M²** pour accueillir
une deuxième personne.

→  Local annexe
Bail : **500€/MOIS**

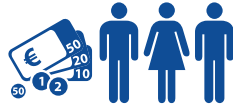
L'APPROVISIONNEMENT

30 À 35%
DU CHIFFRE
D'AFFAIRES



Les fournisseurs
locaux en priorité !

BUSINESS PLAN



Les frais de
personnel
doivent
s'élever à

AU MAXIMUM
42%
DU CHIFFRE
D'AFFAIRES



LES FONDS

-  Fonds personnels
-  Aides publiques
-  Prêts bancaires
-  Pôle emploi
-  Crowdfunding

LE CADRE JURIDIQUE

- Auto-entreprise
- Sociétés à responsabilité limitée
- Entreprises individuelles
- Inscription au registre du commerce : **60€**
- Frais de publication d'une SARL
dans un journal d'annonces légales : **190 €**

→ Carte de commerçant ambulant
15€ pour une validité de **4 ANS**

→ Normes sanitaires




UTILISER LE MARKETING

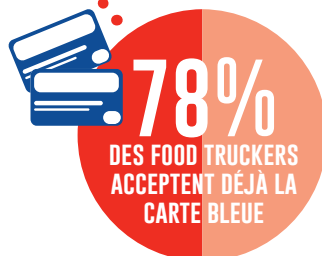
→  Sourire, bonne humeur

→  Entrain

→  Musique

→ Proposer des mets variés

→  Vaisselle et couverts originaux et de qualité



PROTÉGER SA MARQUE À L'INPI

→ **200€**
pour un dépôt électronique



LES OUTILS DU WEB POUR BOOSTER SON BUSINESS

→ Avoir un bon site web



→ Un site web complet et de qualité :

200€



UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX



→ Pour les actus et les fans



→ Pour le menu, les emplacements et les actus



→ Pour renforcer votre positionnement local



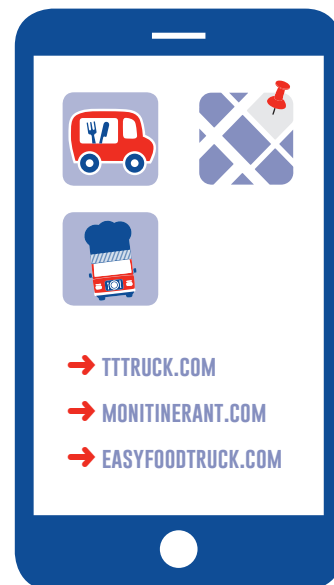
Instagram

→ Pour renforcer votre image



→ Pour votre référencement

→ Applis mobiles pour être suivi à la trace





SOMMAIRE

À PROPOS DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE	9
FOOD TRUCK : LE CONCEPT	15
PAROLE DE GÉRANT : TROIS TÉMOIGNAGES	17
FOOD TRUCK, FOOD BIKE, STREET FOOD : UN CONCEPT JEUNE DE 150 ANS	21
TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR POUR RÉUSSIR SON ACTIVITÉ	25
AVANT DE DÉMARRER	27
TROUVER L'ARGENT POUR SE LANCER	45
MONTER SON BUSINESS PLAN	51
CHOISIR SA FORME JURIDIQUE POUR EXERCER L'ACTIVITÉ	61
LES OBLIGATIONS LÉGALES ET LES DÉMARCHES ADMINISTRATIVES	67
DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ AVEC DES OUTILS ADAPTÉS	75
LE MARKETING	77
BOOSTER SON BUSINESS AVEC LE WEB	85
POUR ALLER PLUS LOIN	97
LES TRUCS DES « PROS » DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE	99
ADRESSES ET SITES UTILES	105
MODÈLES POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE	106
RECETTES... POUR LA ROUTE	121
TABLE DES MATIÈRES	130



À PROPOS DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE



*Vous vous apprêtez à vivre
une aventure géniale :
accrochez-vous !*

Si vous tenez ce livre entre les mains, c'est avant tout parce que vous souhaitez monter votre food truck, bien entendu, mais c'est surtout parce que vous êtes déjà, au fond de vous, entrepreneur. Mon simple but est de vous aider à prendre un peu de recul sur les différentes étapes que vous allez traverser au cours des prochains mois. J'espère de tout cœur, en partageant ma petite expérience, pouvoir contribuer au lancement de votre entreprise et à son développement !

Que vous soyez déjà lancé, en train de travailler sur un projet, en plein questionnement métaphysique ou simplement curieux... vous trouverez dans ce livre trois choses :

- Des conseils très pratiques pour aller plus vite dans le montage de votre projet et ne pas perdre de temps là où c'est inutile.
- Une source de motivation et de prise de confiance pour vous aider à comprendre que les différentes phases par lesquelles vous passez sont normales et que vous n'êtes pas seul à vous arracher les cheveux.

- Un discours clairement décalé par rapport aux livres du type « comment monter son entreprise », « comment choisir son statut juridique », ou encore « comment rédiger son business plan », car même s'ils sont importants, ces sujets ne sont pas ceux qui feront la réussite ou l'échec de votre future entreprise. Votre posture d'entrepreneur, oui, en revanche, et c'est surtout de cela qu'il sera question ici.

L'idée pour moi est justement de vous faire partager tout ce que j'ai pu apprendre, sur le terrain en le vivant moi-même et en aidant quelques dizaines d'entrepreneurs à créer des entreprises, à mettre au point des offres, à trouver leurs premiers clients, à bâtir des équipes ou à sécuriser les moyens financiers leur permettant de réaliser leurs rêves entrepreneuriaux. C'est pourquoi j'ai cherché à bannir toute langue de bois des lignes qui vont suivre, pour me concentrer sur la réalité du terrain, ce à quoi vous serez ou êtes déjà confronté. Pas de belles théories, mais beaucoup de pratique et d'outils prêts à l'emploi. Rien de très compliqué, uniquement du bon sens et des retours d'expériences, seulement du vécu pour de vrai. Ce livre ne vous assure

en rien à 100 % contre l'échec. J'aimerais bien, il se vendrait mieux ! Même en appliquant toutes les tactiques ou outils que je donne, vous pouvez toujours échouer et vous « planter », mais c'est ça aussi, la création d'entreprise... En revanche, une chose est sûre : vous serez mieux armé, bénéficiant de l'expérience et des erreurs de dizaines d'autres entrepreneurs. Ce livre n'est ni un guide exhaustif de la création d'une entreprise, ni une loi gravée dans le marbre. Et bien entendu, il peut arriver que vous ne soyez pas d'accord : il n'y a pas qu'une seule vérité, bien heureusement. Si au fil du temps, certaines informations venaient à devenir erronées, j'espère que le succès commercial de cet ouvrage me permettra de les corriger dans une prochaine édition et de l'enrichir de vos commentaires et feedbacks !

Les questions à se poser avant de vous lancer

Il existe une différence énorme entre l'image que vous vous faites de la création d'entreprise et la réalité à laquelle vous allez être confronté dans votre métier d'entrepreneur... la faute à l'image un peu héroïque et glamour que les médias brossent depuis quelque temps de ces gens un peu bizarres qui montent des boîtes. Et puis, il faut bien l'avouer, cela semble de plus en plus aisé de créer, surtout avec la simplification des démarches, l'auto-entrepreneur, la SARL à 1 euro, etc. Et pourtant, pas facile, une fois qu'on doit sauter dans le grand bain, de prendre la décision de créer son entreprise... C'est pourquoi il me semble important, avant de parler des food trucks à proprement parler, de commencer notre voyage ensemble à travers les pages de cet ouvrage par un petit tour des questions qui doivent vous trotter dans la tête, ou qui y ont trotté si vous barbotez déjà depuis quelque temps dans les eaux tumultueuses de la création d'entreprise !

Pourquoi créer une entreprise ?

Si vous lisez ces quelques lignes, c'est que vous vous êtes déjà posé la question au moins une fois, à moins que l'envie ne se soit imposée à vous tellement fortement que vous vous soyez directement lancé... Créer une entreprise, c'est avant tout devenir entrepreneur et ainsi rechercher à la fois la liberté, le succès et le concret, vouloir assouvir son envie de changer le monde, sortir d'une période de chômage, fuir un patron ou un environnement de travail qui ne convient plus, changer de vie, relever un défi personnel, se prouver ou prouver aux autres qu'on est capable de le faire, répondre à un besoin qui nous a frustré ou encore faire suite à une grossesse... Et s'il existe autant de raisons que d'entrepreneurs, c'est tout simplement parce qu'au départ de toute création, se trouve une envie. C'est elle qui va être le moteur du porteur de projet ; et c'est bien cette envie qu'il va falloir continuer à entretenir pour affronter toutes les épreuves à venir.

Suis-je la bonne personne pour me lancer ?

L'envie est là, certes. Mais très vite, le doute s'immisce en vous, notamment sur votre capacité à relever ce défi. Pas évident de se dire : « Je suis un entrepreneur, j'ai confiance en moi, je vais y arriver. » Déjà parce que ça ne marche pas comme cela, même ceux qui sur le papier semblent le mieux armés pour réussir échouent parfois... Alors, oui, vous êtes la bonne personne pour lancer votre projet. Tout simplement, car c'est vous qui allez façonner votre entreprise et décider de ce que vous allez faire. Si vous doutez aujourd'hui, ce n'est pas tellement de vous : c'est plutôt que vous ne savez pas comment vous y prendre, et que vous pensez ne pas SAVOIR faire. Sans oublier qu'il faut vous assurer d'être prêt à vraiment vous retrousser les manches et à aller au front trouver vos clients. Pour le reste, créer une entreprise est à la portée de chacun.

Créer : une énorme prise de risque ?

Qui dit risque dit évidemment possibilité de perdre quelque chose. Et c'est bien pour cela que « le risque » est l'une des raisons principales qui justifie de ne pas se lancer. Vous avez d'ailleurs sûrement autour de vous des gens qui pensent que vous êtes fou de tenter cette aventure. Et ils ont raison. On peut en effet beaucoup perdre : de l'argent, du temps (ce qui est déjà plus embêtant), des amis ou une partie de sa famille, de la lisibilité dans son parcours professionnel, de la crédibilité, un peu d'estime et de confiance en soi, etc. Ceci dit, si l'on perçoit bien les risques engendrés par une nouvelle situation, on a tendance à occulter ceux liés au *statu quo*. En effet, la situation que vous connaissez aujourd'hui n'est peut-être pas idéale et finalement, une fois pesés le pour et le contre, le risque n'est pas forcément énorme. Prendre racine et attendre est bien souvent la pire des choses. Et puis qui dit risque dit aussi possibilité de gains. En tout cas, possibilité de mieux, en fonction des critères qui sont les vôtres : argent, liberté, ambiance de travail, intérêt des tâches, responsabilités, etc. Même si cela va demander du temps et du travail, prendre quelques risques s'avère aussi la meilleure façon d'être récompensé.

Pour ceux qui sont salariés...

Admettons que vous ayez l'envie de créer, l'idée, et les ressources nécessaires... mais que vous occupiez un poste prenant... Vous êtes loin d'être seul dans cette situation : quinze millions de Français rêvent de créer leur boîte¹ (certains sondages montrent des chiffres encore plus élevés). Autour de vous, une personne sur trois se verrait bien entreprendre et être à la tête de sa propre société ! Si peu sautent le pas au final, c'est quand même une tendance de fond : à la fin de ses études, au cours d'une période de chômage, après une expérience salariée ou au moment de la grossesse ou de la retraite, on peut avoir envie de donner plus de

sens à son travail et réaliser des tâches plus variées et passionnantes. Cependant, il est très difficile de quitter un poste bien rémunéré pour finalement se lancer dans le grand bain, sans filet. Certains choisissent de conserver leur travail qui paie les factures, au prix de longues journées qui incluent parfois le week-end (mais... chut !). D'autres laissent tout tomber et se consacrent, dès le début, à temps plein à leur projet. Dès lors, tout n'est qu'une question de timing : combien de temps faut-il avancer masqué avant de faire son « coming-out entrepreneurial » ? Faut-il essayer de porter son projet le plus loin possible avant de s'y mettre à 100 % ? Il n'y a pas vraiment de réponse universelle, malheureusement. Le tout est de creuser un minimum son idée pour ne pas se lancer, sur un coup de tête, sur un projet qui ne sera qu'un feu de paille. Et bien évidemment, il faut essayer de garder quelques ressources financières : la période de « survie » qu'il vous faudra tenir (sans vrais revenus, hors chômage éventuel) va durer facilement dix-huit mois...

Quand se lancer ?

Beaucoup de personnes encore en poste attendent le bon moment. Nombre d'entre elles sont d'ailleurs encore en train de l'attendre. En réalité, il n'y a JAMAIS de bon moment pour se lancer. Croyez-en mon expérience personnelle, nombre de mes idées de création sont encore à l'état d'embryon sous forme de notes, griffonnages, Post-it, ici ou là dans des carnets épars. Dans nos vies, il y a toujours des choses qui nous empêchent d'embrasser le changement, de « prendre un risque » comme on en a souvent l'impression. Que ce soit la famille, la saison peu propice, les finances, les amis, le travail, etc. Si on cherche bien, la liste peut rapidement devenir très longue. Cela étant dit, s'il n'y a pas de « meilleur moment », c'est tout le temps le bon moment. Le bon moment finalement, c'est lorsque vous êtes tellement obnubilé par votre projet qu'il commence à devenir votre principal sujet de réflexion... Continuer trop longtemps à l'ignorer ne

1. Source : enquête APCE, Salon des entrepreneurs 2014.

pourra qu'être frustrant et vous allez perdre l'envie et le dynamisme si nécessaires dans les premiers mois d'une entreprise. Et si vous n'êtes pas totalement absorbé par lui... vous êtes en droit de vous demander s'il s'agit bien du bon projet ou du bon moment !

Et si je me « plante » ?

Ah, l'échec ! Considérez le passage de quelques semaines ou mois ou années qui vous attendent comme une excellente formation. Votre expérience sera forcément bénéfique, même si vous faites fausse route (d'ailleurs, est-ce qu'on peut parler d'échec ?) : vous gagnerez en autonomie, en prise d'initiative, en responsabilité, en vision transversale, vous serez amené à avoir un rôle de communicant, à mener des négociations importantes, peut-être à manager des personnes, à devoir prendre des décisions... Même en cessant votre activité entrepreneuriale, vous aurez vécu sur le plan professionnel une expérience unique et très différenciante, que vous pourrez tourner en avantage auprès d'un futur employeur. D'ailleurs, parmi les créateurs d'entreprise qui mettent fin à une aventure entrepreneuriale, on trouve deux grandes catégories : ceux qui replongent (et souvent réus-



sissent bien cette seconde aventure) et ceux qui s'en servent comme d'un tremplin vers des postes plus importants ou en opérant un changement de carrière inespéré auparavant. Croyez-en donc ma propre expérience et celle de centaines d'entrepreneurs que j'ai croisés, qu'ils aient réussi ou pas (et même ceux qui ont rencontré un incroyable succès ont commencé par connaître des échecs) : vous apprendrez tellement au cours de l'aventure que vous vous rendrez compte que ce n'est pas vraiment l'arrivée qui compte, mais bien le voyage !

Guilhem Bertholet

Conseil de l'émission Mon food truck à la clé



Quelles qualités essentielles un food trucker doit-il posséder pour réussir non seulement le lancement mais aussi la pérennité de son business ?

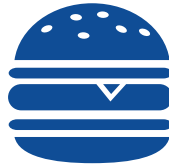
Un créateur de food truck doit être avant tout volontaire, tout en se remettant en permanence en question. La rue, son lieu d'exercice, est changeante et se montre difficile avec les nouveaux arrivants. Loin de les accueillir les bras grand ouverts, elle les teste dans des conditions météorologiques qui évoluent sans cesse. Les clients, parfois issus de la foule anonyme sont difficiles à fidéliser. À la recherche d'expériences nouvelles, ils tournent fréquemment le dos à leurs habitudes à peine installées. Pour réussir dans de telles conditions, il faut de la persévérance et de la constance dans l'effort.

Loin des idées reçues, le food truck ne rime pas uniquement avec la liberté et la simplicité. C'est avant tout un engagement professionnel qui se traduit par un volume de travail important à réaliser debout dans son camion.

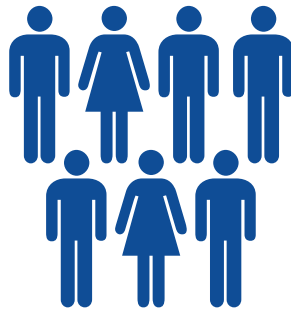
Au-delà de toute compétence de cuisiner, le food trucker devra mettre à l'épreuve ses qualités humaines pour espérer gagner sa place et, surtout, être encore là dans plusieurs années.



+



+



=



FOOD TRUCK : LE CONCEPT

DICKSHAW



NIC
DUMPLI
NIC
DUMPLI



WATERMELON - Citron + ADE
ADE

TRUCKS
力車

TOTALLY
RAD



PAROLE DE GÉRANT : TROIS TÉMOIGNAGES



Il existe un moyen élémentaire pour savoir si le métier de l'autre pourrait nous plaire, c'est de l'essayer. Pas si simple me direz-vous... Nous n'avons pas tous quelqu'un dans notre entourage qui pourrait nous dire : « Tiens, prends ma casquette, demain tu me remplaces ! »

Je pensais qu'il était indispensable d'ouvrir ce livre en donnant la parole à ces entrepreneurs affairés dans leur camion qu'on trouve dans la périphérie de Paris, à Lille, sur le marché de province et partout ailleurs. Qui sont ces hommes et ces femmes qui, un jour, ont dit : « Je veux créer mon business de food truck ! » ?

À vous de les écouter, de savoir si leurs histoires vous donneront envie de tenter l'aventure ou de fuir.

Alexis, à la recherche d'un métier authentique et humain

Alexis a 35 ans. Il est cadre moyen à Paris. Une vie moyenne avec un salaire moyen chez un assureur de taille moyenne. Son boss lui répète souvent que l'humain est très important dans son travail. Alexis finit par l'écouter... il quitte les assurances pour créer un concept de street food.

« Depuis des années, je voulais changer de vie. Je voulais me réaliser dans quelque chose. Un jour, je regardais tranquillement la télé. C'est à ce moment que j'ai découvert le concept de food truck. Dès cet instant, j'ai réalisé que c'était ce que je voulais faire. »

Alexis est déterminé, il commence par faire un stage culinaire. Il essaie de convaincre pendant des mois ses amis et sa banque de lui prêter de quoi se lancer. Il regarde toutes les émissions télé et décortique tous les livres consacrés à la cuisine de la rue. Il a en tête quelque chose de simple,

de rapide et d'un peu original pour se faire remarquer. Il veut vendre des hamburgers avec des ingrédients

« Son boss lui répète souvent que l'humain est très important dans son travail. Alexis finit par l'écouter... il quitte les assurances pour créer un concept de street food. »

directement choisis par les clients. Il veut également s'acheter un camion avec un look américain pour appuyer le concept. Le projet avance mais

Alexis n'est toujours pas fixé quant à son emplacement. En allant chez un fournisseur, il repère un grand campus composé d'une école de commerce et d'une fac dans la banlieue parisienne. Après une rapide étude de marché, Alexis s'aperçoit qu'en s'implantant directement dans le campus, il aura peu de concurrence.

Installé depuis six mois, il lance, sourire aux lèvres : « Mon boss avait raison, l'humain c'est important. D'ailleurs, je l'ai invité à goûter mes hamburgers... »

Emma, à la conquête des espaces de la Tarentaise !

À 30 ans, Emma travaille déjà depuis onze ans – animation de villages de vacances, travail à la cuisine, jobs saisonniers – et une certitude : le coup de foudre pour la région de Savoie chez cette jeune femme originaire du Nord.

Une dernière expérience auprès d'un fromager sur les marchés provoque un déclic : Emma va lancer son food truck.

Elle fait son étude de marché et peu à peu l'idée de travailler les produits de la région se précise. Emma ne néglige pas les conseils de la chambre de commerce d'Albertville où elle réside. On lui propose un accompagnement, un stage et un logiciel pour monter son prévisionnel. Le projet prend forme et Emma consacre six mois à le peaufiner.

Peu habituée aux négociations, Emma demande conseil à un ami de la famille, ambulancier lui aussi. Elle revend sa Twingo et s'achète un camion. La saison peut commencer et la jeune femme ne compte pas ses heures.

Tous les dimanches, elle fait sa comptabilité et très rapidement elle constate que son chiffre d'affaires est supérieur à son prévisionnel. Toutefois, Emma reste prudente et se verse une rémunération minimale. Son objectif est d'acheter le deuxième camion pour faire rentrer dans l'affaire son meilleur ami.

« Une dernière expérience auprès d'un fromager sur les marchés provoque un déclic : Emma va lancer son food truck. »

« J'ai eu la trouille de ma vie en me lançant. »

Sylvie, le rêve de cuisiner pour les autres

À 26 ans, Sylvie fait tourner son camion et vend le poulet bio dans les villages de la Sarthe. Avant, elle a cumulé beaucoup de petits boulots dans la restauration. Un jour, c'est le déclic : elle veut être son propre patron pour mieux choisir et maîtriser ses produits. Les villageois sont des gens plutôt accueillants, mais ils connaissent le goût des bonnes choses. Ils savent aussi dire un mot gentil à ceux qui travaillent dur.

Sylvie prépare son projet pendant un an ; stage à la chambre de commerce et d'industrie pour acquérir les bases indispensables, notamment en comptabilité. Elle est reçue par l'association pour le droit à l'initiative économique qui l'aide à monter son projet, à établir un compte prévisionnel et à choisir un statut juridique.

Pour se faire connaître, elle mise sur Le bouche-à-oreille. Elle compte beaucoup de personnes d'un âge avancé parmi les clients les plus fidèles.

Elle fait deux tournées par jour. Huit heures par jour, du lundi soir au vendredi soir, plus les week-ends si des fêtes sont organisées et que l'on fait appel à elle.

Le reste du temps est pris par la comptabilité : le livre de caisse, celui des achats.

Son chiffre d'affaires moyen est de 75 à 80 € par tournée et tous les emplacements ne sont pas rentables. Elle les teste pendant deux mois et en change éventuellement.

Au bout d'un an d'activité, Sylvie est contente de son affaire : elle a pourtant eu « la trouille de sa vie en se lançant ».

Petit conseil de Sylvie : « Il ne faut pas spécialement aller dans les grandes villes où la concurrence est forte. Le mieux est de choisir de bons sites pour y faire de la qualité. Les gens reviendront. »



Un défi personnel

La vente ambulante attire un public très large ; les bonnes intentions ne manquent pas. Voici ce qu'on entend le plus souvent en interrogeant les entrepreneurs du food truck :

« Je me reconvertis dans une activité conviviale avec un risque maîtrisé. »

« Je veux être libre, je ne veux ni patron ni murs pour me retenir. »

« Je me lance pour tester et ensuite je verrai comment exploiter le concept à plus grande échelle. »

« Je veux surtout créer mon propre emploi plutôt que de compter sur les autres. »

Le défi personnel et la volonté de se réaliser sont, en effet, les moteurs de motivation les plus fréquents. Ceci mérite d'être souligné dans le contexte économique actuel morose.

Les food truckers viennent parfois de familles de commerçants où prévaut la tradition familiale. Ils sont également issus du milieu de la création d'entreprise.

Enfin, sans compter les restaurateurs « multirécidivistes » reconvertis au nomadisme, beaucoup sont des jeunes entre 25 et 45 ans avec un point commun : changer de vie. Fermer la porte de leur bureau pour ouvrir celle de leur camion cuisine, et en route !

Conseil

Pour ceux qui connaissent de réelles difficultés pour construire leur projet, vous pourrez vous renseigner auprès de l'association pour le droit à l'initiative économique (Adie). Le site www.adie.org vous permettra de trouver les contacts dans votre région.



TEMPORARY PERMIT
NOT TRANSFERABLE
T 7794
2013
VALID APRIL 1, 2013 TO OCTOBER 31, 2013
www.wisconsin.gov/dmv

Dells

Dells

ROCK
SCAFFOLDING
318-282-0100

Yield



FOOD TRUCK, FOOD BIKE, STREET FOOD : UN CONCEPT JEUNE DE 150 ANS



Ambulants, conviviaux et bien décidés à miser sur des produits de qualité, les food trucks se taillent déjà un joli succès. Absence de loyer et faibles charges, les propriétaires de ces camions peuvent proposer de la nourriture rapide et de qualité à des prix hyper concurrentiels. Régalez-vous !

Le concept du food truck

Il existe sans doute autant de définitions du food truck que de personnes interrogées. Toutes ont quelque chose à nous dire.

Ce qu'en dit la presse...

Transformer un camion en cuisine mobile, voilà le principe du food truck. Au volant de leur véhicule, professionnels et particuliers (car oui, tout le monde peut ouvrir son propre food truck) sillonnent les villes et proposent aux passants sandwiches, hamburgers, salades, piadinas, pastas et boissons pour un repas de qualité, rapide et accessible au plus grand monde.

Les nouveaux food trucks allient qualité, saveurs et déjeuner sur le pouce. La plupart propose des produits frais directement travaillés dans le camion. Ils répondent à un besoin essentiellement urbain de manger vite mais bien. Vont-ils planter les fast-foods ?

Ce qu'en dit Wikipédia...

Un food truck (en français camion-cantine, restaurant ambulant ou camion restaurant) est un concept importé des États-Unis proposant un service de restauration mobile dans un lieu déterminé. (...) Le food truck est une restauration qui se prend dans les baraques à frites et les camions à pizzas, sauf qu'il s'agit de denrées plus haut de gamme.

Ce qu'en dit l'administration...

Largement inspiré de la street food en provenance des États-Unis, le food truck est un nouveau concept de restauration nomade, qui propose un service de restauration de qualité à emporter à bord d'un camion dit « truck ». L'exploitant peut cuisiner ou assembler les plats sur place.

Ce qu'en dit l'association Street Food en mouvement parlant du phénomène en général...

La street food est l'exact opposé d'une nourriture mondialisée, uniformisée et importée.

Véritable lien social, elle représente aussi la possibilité d'une valorisation des produits de terroirs et des patrimoines culinaires.

Ce qu'en dit une passionnée anonyme adepte du food truck...

Un food truck... c'est surtout un moment de partage et de simplicité. C'est aussi la dégustation de plats créatifs à prix abordable.

Mises bout à bout, ces définitions ou plutôt descriptions forment une vision vraie et cohérente de ce phénomène.

Un peu d'histoire

Selon l'expression d'une journaliste américaine, le food truck c'est la gastronomie tombée du camion. Le concept est avant tout très ancien. C'est Charles Goodnight, un éleveur de bétail et propriétaire de ranch de l'Ouest américain, qui l'a mis au point durant la guerre de Sécession. Il a tout simplement utilisé un camion à bétail pour restaurer les migrants du nord des États-Unis.

Ensuite, sous l'appellation de *lunch wagon*, le concept rencontre un vrai succès auprès des travailleurs de nuit des grandes cités aux États-Unis.

Bien plus tard, en France, les premiers burgers ont été servis en 2011. Visibles essentiellement en région parisienne, les food trucks battent le pavé des villes telles que Lyon ou encore Lille. Pas encore un phénomène de masse, le food truck devient un secteur économique à part entière.



Ce succès fulgurant et inattendu lié à la nouvelle façon de percevoir la street food sans l'amalgamer avec les pizzas bon marché témoigne d'une vraie évolution des mœurs des Français et soulève bien des interrogations.

Zoom sur un concept original : le Bustronome

Vous connaissez déjà le principe de la boîte de nuit dans un bus qui vous balade dans les rues de la capitale, le tout dans une ambiance de folie ? Découvrez le dernier concept, le Bustronome. Lancé en 2014, il vous propose un tour dans Paris dans un bus superbement aménagé et disposant d'une impressionnante verrière. La vue à 360° est garantie ! Au menu : cuisine créative à la



française accompagnée de champagne et de vin rouge et blanc. Rassurez-vous, le chauffeur n'a pas droit à la carte !

Mais comment mangeons-nous ?

Selon une récente étude, le temps moyen d'un repas pris hors domicile a été divisé par trois ces quarante dernières années. Ce sont les lycéens et les étudiants qui passent le moins de temps à table, environ deux heures par jour.

La déstructuration des repas s'amplifie en réponse aux contraintes horaires des différents membres des ménages. Ceci s'accroît notamment par la prise de repas dans des lieux initialement non prévus à cet effet.

Parallèlement, les menus changent eux aussi : 80 % des personnes ne mangent pas d'entrée au cours des repas principaux.

L'alimentation reste une préoccupation importante chez les Français. La question de la santé et celle de la sécurité alimentaire n'ont jamais été aussi présentes. Les Français sont de plus en plus demandeurs de produits naturels, bio, créatifs... à partager avec des amis et des proches.

En résumé : ils veulent manger quand ils veulent où ils veulent, sans rien perdre en qualité. Il n'est donc pas étonnant de constater que le concept de food truck explose dans notre pays. Et si les grands chefs s'en mêlent... Alors que Thierry Marx défend avec passion cette nouvelle façon de consommer, le chef étoilé Marc Veyrat s'est investi dans le secteur avec ses camionnettes noir et orange pour dire non à la malbouffe.

D'autres pontes de la cuisine française ont eux aussi lancé leur concept de nourriture simple et généreuse. La voie est donc largement ouverte, créateurs-food truckers à vos camions !