

QUESTIONS À...

Vincent HERVOCHON

Directeur développement et franchise de La Côte et l'Arête



Vincent HERVOCHON, vous êtes directeur développement et franchise de l'enseigne La Côte et l'Arête depuis juin 2019, pouvez-vous nous rappeler les grandes étapes de votre parcours professionnel ?

J'ai débuté chez McDonald's France où j'ai successivement occupé les postes de gestionnaire immobilier et chargé d'expansion en Ile-de-France. J'ai ensuite travaillé dans l'aménagement chez Nexity Foncier Conseil, dans la promotion chez Bouygues Immobilier puis chez la foncière, Grosvenor Continental Europe.

Je suis devenu franchisé Del Arte en Gironde et après avoir cédé mon restaurant exploité avec mon épouse, je suis revenu vers le métier que j'ai le plus aimé exercer à savoir, le développement.

Pouvez-vous nous rappeler les principales caractéristiques de votre enseigne, son positionnement, son histoire, le format de vos exploitations ?

L'enseigne a été fondée en 2009 par Benoît et Ivan CHAMBON. En 2017, nous exploitons 8 restaurants et serons nommés « Révélation de la franchise » lors de notre première participation au salon de la Franchise à Paris.

Nos établissements présentent une restauration traditionnelle proposant notamment viandes et poissons, tous nos produits sont frais et « fait maison ».

Quel est le maillage actuel de l'enseigne, le nombre de points de vente, leur mode d'exploitation, le maillage régional ?

A ce jour, nous disposons de 22 restaurants exploités à parts égales entre franchise et succursale. L'entreprise étant toulousaine, nos premières implantations se situent en Haute-Garonne et plus généralement dans le sud-ouest mais à ce jour nous sommes également présents à Tours, au Mans, à Brest, à Englos (Lille), La Valette, Chambéry etc. et **avons des projets d'ouvertures réparties sur tout le territoire national.**

Quelles sont les ambitions de développement, dans quels types de sites (centres villes, centres commerciaux...), à quel rythme avec quelles priorités géographiques ?

L'implantation type se situe en périphérie d'agglomérations de plus de 120.000 habitants, dans des zones présentant idéalement de l'emploi, du commerce et du loisir.

Le rythme d'ouverture de nouveaux établissements souhaité serait de parvenir à 8-10 nouveaux restaurants par an en franchise et/ou en succursale.

L'essentiel n'est pas le nombre mais la qualité des ouvertures....

Quels sont vos enjeux prioritaires et éventuellement les difficultés principales rencontrées ?

Les enjeux prioritaires sont liés au choix des emplacements et à celui de nos franchisés, les excellentes évolutions de nos chiffres d'affaires depuis les périodes rencontrées ; COVID et guerre en Ukraine nous conduisent à poursuivre dans cette voie.

Quels profils de franchisés recherchez-vous ?

Les qualités premières de nos partenaires sont :

- Être commerçant,
- Être un bon manager,

- Et de bonnes aptitudes à la gestion d'un centre de profit.

Une constante rencontrée dans le discours de nos franchisés : « je souhaite être fier de mon restaurant ».

Le développement s'appuie sur la capacité à travailler avec des propriétaires de locaux. Avez-vous des messages à adresser aux bailleurs dans ce cadre : niveau de loyers et de charges locales, processus de discussions contractuelles ?

Ne travaillant qu'avec des produits frais et de qualité, le coût des matières premières est supérieur à celui de nos concurrents ; ce qui a un impact sur nos comptes d'exploitations. Cela nous conduit à être sélectifs et prudents sur les engagements financiers que nous prenons et faisons prendre à nos franchisés. Les résultats obtenus jusque-là nous conduisent à poursuivre dans cette voie.

La contrepartie pour un bailleur est celle de proposer à la clientèle une offre variée, différenciante et appréciée.

