



DOSSIER DE PRÉSENTATION
À DESTINATION DES RESPONSABLES DE

*collectivités
locales*

WWW.BISTROTDEPAYS.COM

La convivialité retrouvée

25 ans de convivialité

AU CŒUR DES TERRITOIRES RURAUX

Installer un bistrot

6 PHASES DE L'IDÉE AU LANCEMENT



Ce dossier a été rédigé à destination des élus locaux et des agents des collectivités locales. L'objectif est d'apporter des réponses aux principales questions pouvant se poser dans le cadre d'un projet d'installation d'un commerce de proximité dans une commune rurale.

LA RÉGION SUD, TERRE D'ORIGINE DU LABEL BISTROT DE PAYS

Les bistrots ruraux constituent en France des lieux uniques de rencontre et de lien social, de découverte et d'animation locale. Ils sont bien souvent les seuls points de services de proximité encore présents au sein des villages. Malheureusement, nous assistons depuis de trop nombreuses années à la disparition de ces établissements, pourtant partie intégrante du patrimoine vivant de nos terroirs. Véritable innovation, le label Bistrot de Pays a été créé en 1993 dans les Alpes-de-Haute-Provence pour soutenir les bistrotiers indépendants s'engageant collectivement à respecter la charte qualité du label.

UN BISTROT, UN VILLAGE !

Selon un sondage IFOP de 2014, 85 % des Français pensent que les municipalités devraient accompagner davantage l'installation ou le maintien de cafés dans les communes rurales. Les élus ruraux l'ont compris depuis longtemps. En effet, près des 2/3 des Bistrots de Pays de la Région Sud disposent de murs appartenant à la commune ! Pour une commune rurale, maintenir ou recréer ce type de commerce de proximité représente une décision de long terme à la fois pour le service aux habitants et pour l'attractivité touristique. Les problématiques rencontrées par les élus sont souvent complexes et demandent un important travail en amont du projet.

Ce document ne visant pas l'exhaustivité, l'équipe de la Fédération des Bistrots de Pays se tient à votre disposition pour toute question complémentaire. Vous trouverez nos coordonnées en dernière page.

Il existe de nombreuses façons d'encourager l'économie de proximité pour une collectivité locale. Parfois lorsque l'initiative privée ne se manifeste pas, certaines collectivités vont jusqu'à « recréer » un commerce de proximité. Le plus souvent, dans les communes rurales, le choix du café-restaurant-multiservice se fait naturellement.

En effet, il permet tout à la fois d'apporter un service de proximité aux habitants et de capter une clientèle de l'extérieur. En zone à faible densité de population, cette mixité de clientèle est un gage de réussite pour le commerçant qui souhaite ouvrir à l'année.

1 EFFECTUER UN ÉTAT DES LIEUX

Besoins de la population locale (habitants, professionnels...)?
Potentiel touristique (lieux de visite, sites touristiques, itinérants, maisons secondaires, chambres d'hôte...)?
Inventaire des activités marchandes et non marchandes existantes sur le secteur (commerces, comité des fêtes, associations...)
Disponibilité d'une licence IV sur la commune.
Disponibilité de logements pour les futurs commerçants.

2 MENER DES ÉTUDES PRÉALABLES

Vérification des compétences de la commune.
Emplacement : repérage du foncier du domaine public et/ou privé disponible.
Estimation des coûts selon les différents scénarios envisageables (positionnement commercial, horaires d'ouverture, loyers, mode de gestion...)
Aides publiques mobilisables pour réaliser le projet.

3 DÉLIBÉRER EN CONSEIL MUNICIPAL

Choix du programme, calendrier, création d'une ligne budgétaire.

4 MENER DES ÉTUDES DE CONCEPTION/RÉALISATION

Définition du programme
Ingénierie financière (dossiers de demande de subvention)
Marché de maîtrise d'œuvre (consultation, rapport d'analyse des offres, attribution, notification, ordre de service)
Esquisses, avant-projet, projet, travaux, réception

5 RECRUTER UN BISTROTIER

Rédaction du cahier des charges pour l'exploitant
Rédaction du dossier de candidature
Constitution d'un jury, publication de l'appel à candidature, analyse des candidatures
Conduite des entretiens et sélection du candidat
Rédaction du contrat en fonction du mode de gestion choisi

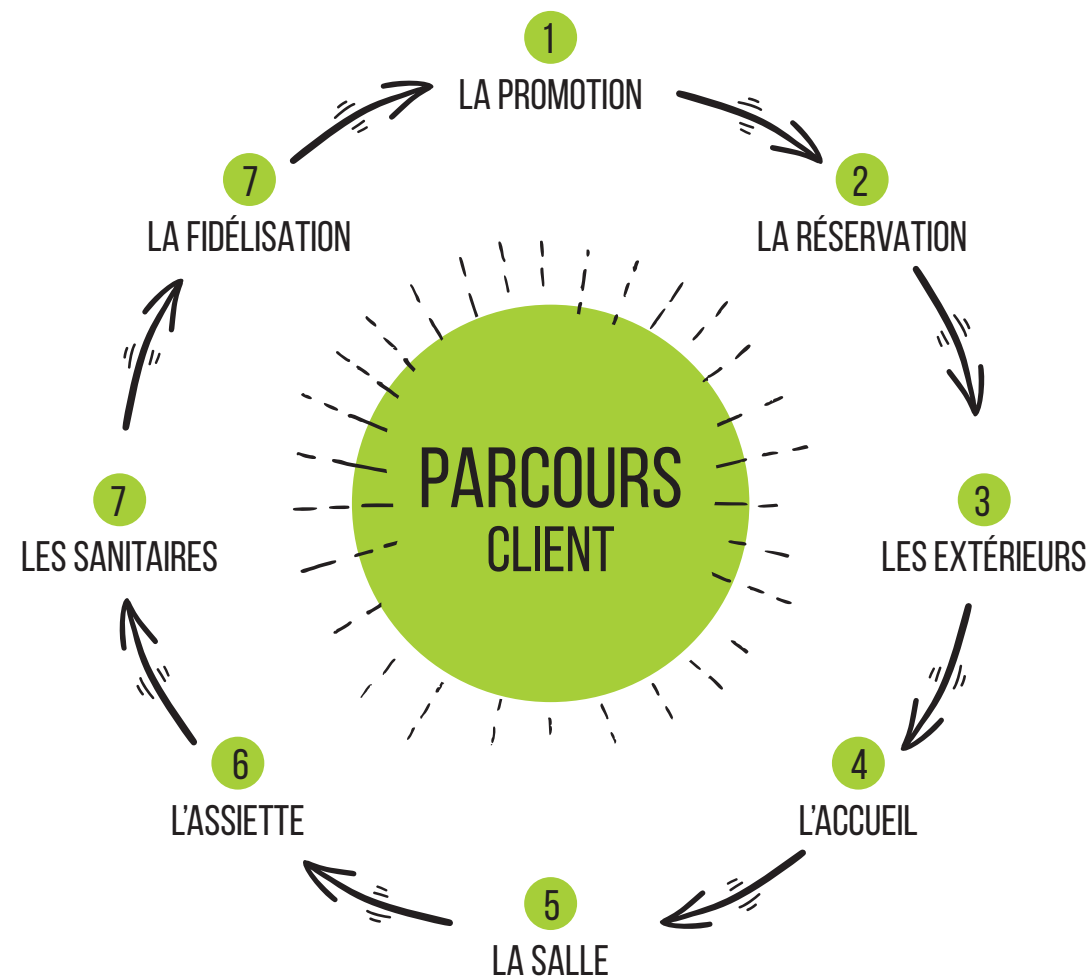
6 INAUGURER L'ÉTABLISSEMENT ET EFFECTUER UN SUIVI

Entretien et mise aux normes du bâtiment, partenariats avec le bistrotier.

Comment

OBTENIR L'AGRÉMENT BISTROT DE PAYS?

Même si l'établissement est de propriété communale, c'est le bistrotier qui doit faire acte de candidature auprès de la Fédération des Bistrots de Pays. Après vérification des critères d'éligibilité, le candidat sera accompagné tout au long de la procédure d'agrément qui peut selon les cas durer entre 6 et 12 mois. Après la réalisation d'un audit en client-mystère, si l'avis est favorable, le bistrotier deviendra adhérent de la Fédération des Bistrots de Pays. L'agrément est consenti intuitu personae. En cas de changement d'exploitant, le repreneur doit à nouveau faire acte de candidature et suivre la procédure d'agrément.



VÉRIFICATION DES CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ

POUR ÊTRE ÉLIGIBLE, LE BISTROT DOIT :

- Être situé dans une commune ou un hameau à caractère rural dont la population est inférieure à 2000 habitants.
- Être ouvert à l'année, c'est-à-dire au minimum 9 mois sur 12 mois.
- Proposer des plages d'ouverture en cohérence avec une activité bistrot, c'est-à-dire ne se limitant pas aux horaires de services en restauration.
- Disposer d'une licence IV. La Licence III peut être acceptée dans certains cas.
- Proposer une offre de restauration élaborée au sein de l'établissement valorisant les produits et recettes de terroir. Les tarifs pratiqués doivent se situer dans la gamme moyenne (possibilité de consommer une entrée, un plat et un dessert pour moins de 30 €).

Parallèlement à ces critères, nous vérifions au moment de la candidature si les conditions de viabilité économique sont réunies :

- Selon l'expérience du candidat, il peut être demandé une année d'activité avant d'obtenir l'agrément.
- Pour éviter toute occupation précaire, la durée du contrat liant le bistrotier et le propriétaire des murs doit être au minimum de 3 ans.
- Le montant du loyer est analysé au regard du potentiel de chiffre d'affaire.
- La qualité des aménagements intérieurs et extérieurs (vétusté) constitue également un prérequis pour l'agrément.



La procédure d'agrément Bistrot de Pays prend en compte l'ensemble du parcours d'un client. Elle repose sur la démarche d'État Qualité Tourisme™. (Plus d'info : <https://www.entreprises.gouv.fr/marques-nationales-tourisme/presentation-la-marque-qualite-tourisme>)

Photographie

DES BISTROTS DE PAYS EN EN RÉGION
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

PROFIL D'UN BISTROT



LOCATAIRES 87%
D'une collectivité publique **55%**
D'une propriété privée **32%**

PROPRIÉTAIRES 13%

DES BISTROTIER(E)S EXPÉRIMENTÉ(E)S

Plus de **94%** des interrogés ont plus de 10 ans d'expérience dans le CHR.

DES ENTREPRISES FAMILIALES

Dans **la moitié** des cas, le bistrot est tenu par un couple. Pour la grande majorité des bistrots, soit **84%**, un des exploitants est le chef de cuisine.

AUSSI BIEN DEDANS QUE DEHORS

On compte en moyenne 45 places à l'intérieur pour 42 places en extérieur.

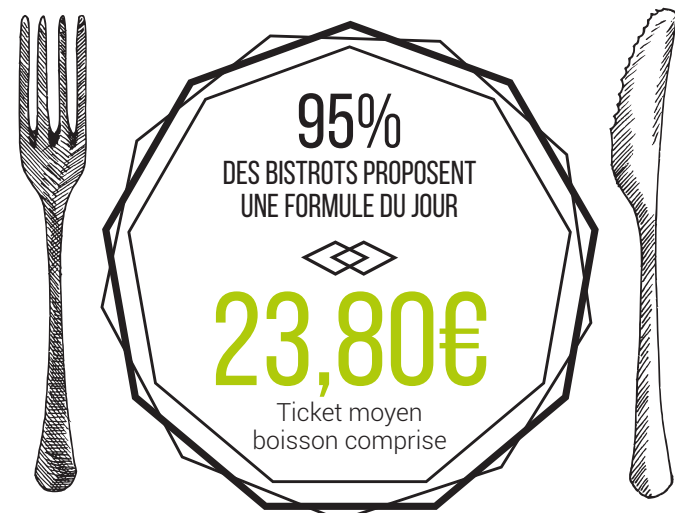
UN TIERS S'EST RECONVERTI

44% des installations résultent d'une reconversion professionnelle.

UNE ENQUÊTE A ÉTÉ RÉALISÉE EN 2019 AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DES BISTROTS DE PAYS DE LA RÉGION PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR. CELA A PERMIS, D'UNE PART, DE MESURER LE POIDS ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DU RÉSEAU ET D'AUTRE PART, D'ÉVALUER LE NIVEAU DE SATISFACTION DES MEMBRES DU RÉSEAU. ENQUÊTE RÉALISÉE PAR L'ENVOI D'UN QUESTIONNAIRE VIA L'OUTIL D'ENQUÊTE ET D'ANALYSE EN LIGNE SPHINX.

SERVICES

★ UNE OFFRE DE RESTAURATION COMPLÈTE ★



UNE OFFRE DE SERVICES

★ VARIÉE ★

26%

des Bistrots proposent de l'hébergement

• ÉPICERIE **36%**

• DÉPÔT PAIN **32%**

• PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE **70%**

• INTERNET **84%**

ÉCONOMIE



PRÈS DE LA
MOITIÉ
A PRÉVU DE TRANSMETTRE
LEUR ENTREPRISE D'ICI 2024...
...MAIS SEULEMENT
11%
SAVENT DÉJÀ
COMMENT.

UNE SOURCE D'EMPLOIS STABLE EN MILIEU RURAL

EFFECTIF SALARIÉ



Embaucher
19%

PERSPECTIVES



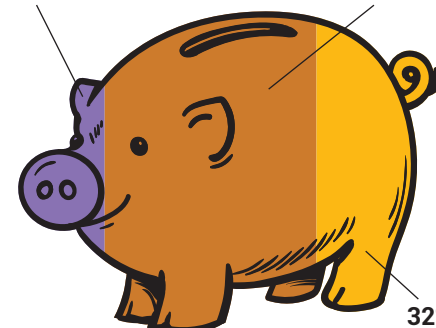
Maintenir ces effectifs
81%

D'EMBAUCHE

LE RÉSULTAT 2018

12% déficitaires

56% excédentaires



32% équilibrés

LE CHIFFRE D'AFFAIRES 2018



> 81 500 € TTC



de 81 500 € à 120 000 € TTC



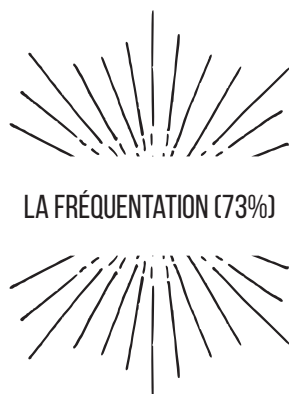
de 120 000 € à 200 000 € TTC



+ de 200 000 € TTC

ÉVALUATION

LE LABEL EST UN RÉEL LEVIER POUR :



UN BON NIVEAU DE SATISFACTION...

95%

des interrogés sont globalement satisfaits du label

Bistrot de Pays est une opération à la croisée du développement économique, touristique, culturel et de l'aménagement du territoire. La Région Sud soutient la démarche Bistrots de Pays à travers un programme de développement sur la période 2020-2023. Le plan d'action se décline en 5 grands axes :

1 LA SENSIBILISATION DES PORTEURS DE PROJETS PRIVÉS ET PUBLICS

La réussite d'un projet de création de bistrot, que l'initiative provienne d'une collectivité ou d'un créateur d'entreprise, dépend pour beaucoup de la bonne préparation en amont. Quelle est la bonne offre commerciale pour le bon endroit ? L'équipe de la Fédération organise in situ des réunions d'information avec les acteurs concernés.

2 L'APPUI TECHNIQUE DES CANDIDATS ET DES BISTROTS DE PAYS EN PLACE

Adhérer à une charte c'est aussi profiter d'une dynamique de réseau. Les bistrotiers bénéficient ainsi d'un accompagnement local personnalisé autour des thématiques suivantes : approvisionnement en circuits courts, marketing, gestion, etc.

3 LE SOUTIEN À L'EMPLOI ET À L'ENTREPRENARIAT

Selon une étude menée en 2019 auprès du réseau de la région Sud, près de la moitié des Bistrots de Pays a prévu de transmettre son entreprise d'ici 2024. Seulement 11% sait déjà comment. La transmission est un enjeu majeur pour la pérennité de ces établissements mais aussi pour les nouvelles générations de bistrotiers. L'équipe de la fédération s'attache à informer les potentielles forces vives qui souhaitent adopter un projet de pays : en sensibilisant les apprenants via des interventions thématiques dans les classes et la mise en relation des apprentis avec les Bistrots de Pays. Elle soutient également les porteurs de projet en avisant les structures d'accompagnement à la création d'entreprise du dispositif et met en lien des offres de Bistrot de Pays à exploiter et des repreneurs.

4 LA COMMUNICATION AUPRÈS DU GRAND-PUBLIC

Le label répond à une réelle attente sociale. En faisant le « tour des Bistrots de Pays », la clientèle vient retrouver les valeurs fortes du monde rural : convivialité, authenticité, rapport qualité/prix... Les actions de communication du réseau sont là pour démultiplier et diversifier ce flux de clients : site internet, guide, articles de presse, événements axés sur les circuits courts, gestion, etc.

5 LA PROGRAMMATION D'UNE OFFRE ÉVÉNEMENTIELLE

Communiquer à distance ne suffit pas pour attirer les visiteurs. Il convient aussi de programmer des événements réguliers. C'est le cas notamment avec le dispositif Scènes de Bistrot, festival de repas-spectacles dans les Bistrots de Pays. Ou encore avec les événements axés sur les circuits courts et les Rando Bistrot, des activités de pleine nature accompagnées, couplées à des rencontres d'agriculteurs et des repas terroirs au bistrot.



L'ENSEIGNE

Chaque Bistrot labellisé dispose d'une enseigne.

LE GUIDE RÉGIONAL IMPRIMÉ

Édité à 41 000 exemplaires et diffusé dans les Bistrots de Pays, les offices de tourisme (environ 500 points de diffusion).



LE SITE INTERNET

Chaque Bistrot dispose d'une page internet sur www.bistrotdepays.com avec la possibilité de publier ses animations sur un agenda très bien référencé, le site enregistre une fréquentation en constante progression, actuellement 150 visiteurs/jour.

Cible n° 1 : vos clients et futurs clients

Objectif n° 1 : trouver un bistrot et/ou une animation

■ UN MOTEUR DE RECHERCHE INTUITIF

- Je commence à écrire dans la barre de recherche, l'assistance rédactionnelle fait le reste !
- Je trouve facilement des offres spéciales par date et par type d'animation dans l'onglet « Ça bouge ! »

■ UN SITE RAPIDE ET ERGONOMIQUE

- Le site ne rame pas donc je ne zappe pas !
- En 3 clics, j'accède à des informations claires et précises

■ UN SITE OPTIMISÉ POUR ORDINATEUR, TABLETTE ET MOBILE

- J'accède à un site visible et lisible sur tout type d'écran
- Je trouve les Bistrots de Pays dans tous mes déplacements et au grès de mes voyages

■ UNE STRATEGIE ÉDITORIALE RENFORCÉE

- Des articles, des textes et des photographies optimisés pour le référencement sur Google
- Des newsletters, une présence sur les réseaux sociaux
- La possibilité de commander les guides imprimés

ET AUSSI : la proposition d'animations (Scène de Bistrot, Rando Bistrot...), la mise à disposition/personnalisation de fonds d'affiche, de sets de table, des newsletters, une présence sur les réseaux sociaux, un plan média régulier (117 articles en presse écrite, 13 reportages TV et 20 en radio sur la période 2018-2020).

Rezo Bistro

LA PLATEFORME COLLABORATIVE DU RÉSEAU BISTROT DE PAYS

Lancée en 2020, la plateforme collaborative du réseau Bistrot de Pays, Rezo Bistro, rassemble tous les membres de la famille des Bistrots de Pays. Elle se veut facilitatrice de liens entre membres, repaire d'informations pratiques et d'actualités et simplifie les démarches qualité. C'est aussi une boutique en ligne d'objets logotés Bistrot de Pays.

Rezo Bistro

LES FONCTIONNALITÉS À VOTRE SERVICE :

- ✓ Avancez pas à pas vers la labellisation grâce à des démarches facilitées,
- ✓ Suivez les actualités du réseau,
- ✓ Communiquez directement avec l'équipe de la fédération, votre animateur(rice) local et les autres Bistrotiers de Pays,
- ✓ Partagez votre expérience et vos bonnes idées,
- ✓ Mettez votre bistrot aux couleurs Bistrot de Pays avec la boutique d'objets logotés.



Mettez à jour vos connaissances avec le Guide du Bistrotier autour de 7 rubriques indispensables :

- Promotion et communication
- La réservation téléphonique / demande d'informations
- La carte, les menus et autres affichages
- Le suivi de la qualité et la fidélisation du client
- La sensibilisation du personnel
- Hygiène et sécurité
- La gestion

Moteur de recherche, 22 fiches pratiques actualisées



Contacts



FÉDÉRATION
DES BISTROTS
DE PAYS

Le Grand Carré - BP 41
04301 FORCALQUIER CEDEX



■ **Bastien Giraud,**
coordinateur
04 92 77 68 86 - 06 76 14 59 81
contact@bistrotdepays.com



■ **Marion Bourgin,**
animatrice réseau
04 92 77 68 86 - 06 43 67 50 44
marion.bourgin@bistrotdepays.com



■ **Elodie Laffitte,**
chargée de communication
04 92 77 68 86
elodie.laffitte@bistrotdepays.com

RELAIS LOCAUX

ALPES-DE-HAUTE PROVENCE

■ **Chambre de Commerce et d'Industrie**
Fabienne Paul - 04 92 30 80 91
f.paul@digne.cci.fr

ALPES-MARITIMES

■ **Chambre de Commerce et d'Industrie**
Marina Giardina - 04 93 13 74 36
marina.giardina@cote-azur.cci.fr

HAUTES-ALPES

■ **Chambre de Commerce et d'Industrie**
Méryl Colonna - 04 92 56 56 82
m.colonna@hautes-alpes.cci.fr

VAUCLUSE

■ **Parc Naturel Régional Luberon**
Nathalie Charles - 04 90 04 42 22
nathalie.charles@parcduluberon.fr
■ **Parc Naturel Régional du Mont-Ventoux**
Vincent Thomann - 04 90 63 22 74
vincent.thomann@parcduventoux.fr

VAR

■ **Chambre de Commerce et d'Industrie**
Antenne Brignoles
Germain Sizaïre - 04 94 22 63 20
germain.sizaïre@var.cci.fr
■ **Chambre de Commerce et d'Industrie**
Antenne Draguignan
Corinne Avallo - 04 94 60 64 22
corinne.avallo@var.cci.fr

WWW.BISTROTDEPAYS.COM