

## RESUMÉ

Dans le domaine de la restauration, il y a tout un éventail de fournisseurs et de différentes façons de les repérer.

Tout d'abord, il faut définir les critères selon lesquels choisir les possibles fournisseurs.

Premièrement, un restaurant doit prendre en compte le rapport qualité-prix, surtout s'il s'agit d'une petite activité commerciale, avec une disponibilité financière réduite.<sup>1</sup>

Deuxièmement, il y a une série d'autres paramètres à respecter concernant les détails du service, à savoir les délais de livraison et l'assistance lors d'éventuels problèmes.

Finalement, il faut se concentrer sur les caractéristiques spécifiques du restaurant, comme sa position géographique, les typologies des mets offerts et sa capacité réceptive<sup>2</sup>.

Une fois qu'on a fixé certains standards à respecter, on peut évaluer tous les différents types de fournisseurs selon les avantages et les inconvénients qu'ils présentent.

Les marchés de gros, par exemple, offrent une gamme très large de produits, pour satisfaire les exigences de n'importe quel type de restaurant et les prix sont peu élevés. Toutefois, les marchés de gros ne sont pas présents partout et ils n'offrent pas de service livraison. Par conséquent, si l'on a l'exigence de la livraison, il serait alors convenable de s'adresser aux détaillants, c'est-à-dire les magasins ou les marchés publics. Mais il faut savoir que les prix seront plus élevés.

D'autre part, si la recherche de produits locaux représente une priorité, comme il est de plus en plus demandé pour des raisons concernant l'environnement aussi bien que les coûts et les risques du transport des aliments, il est alors souhaitable de s'adresser à des agriculteurs ou à des grossistes spécialisés. Le prix, une fois encore, sera plus élevé mais la traçabilité des produits, condition sine qua non de sécurité et santé, sera garantie.

De toute façon, la meilleure façon pour être sûr de la qualité des produits et du service d'un fournisseur sera d'aller le visiter ou de parler avec quelques-uns de ses clients.

+++CRITERES : position géographique, menu, couverts

+++METHODES : recommandations, visite

+++typologies : marchés de gros, grossistes, grossiste spécialisés, agriculteurs et détaillant

---

<sup>1</sup> Originale: restaurant avec un budget limité

<sup>2</sup> Originale: emplacement, du menu et du nombre des couverts

## Choisir ses fournisseurs

**La capacité de stockage de vos locaux aura aussi un rôle à jouer.** Si vous avez à votre disposition moins de dix mètres carrés, il vous sera difficile de stocker pour plus de six mois de marchandises. Cela vous obligera à vous faire livrer plus souvent et dans des quantités plus petites.

### Une période test

---

Trouver un fournisseur c'est bien. En trouver un fiable c'est mieux ! Premier réflexe à adopter pour éviter les mauvaises surprises : **prévoir une période test dans votre contrat** (sur un an par exemple).

Par ailleurs, ne payez jamais la totalité de votre marchandise avant que la livraison soit effectuée. En cas de désaccord à l'arrivée, vous n'aurez versé qu'un acompte.

« *Dans tous les cas, gardez-vous toujours une possibilité de renégociation future* », insiste Jean-Marc Lacarrière. Un contrat doit être évolutif, non seulement pour que vous puissiez obtenir des conditions plus favorables, mais aussi pour obliger votre fournisseur à rester réactif.

+++**CRITERES** : capacité de stockage, possibilité d'une période de test