

FICHE PRATIQUE – CONCEVOIR UNE CARTE DE RESTAURANT RENTABLE

Pourquoi la carte est un outil stratégique

La carte n'est pas une simple liste de plats. C'est un véritable outil de vente silencieux. Elle influence le choix du client, son panier moyen, sa perception de qualité et la rentabilité globale de l'établissement.

1. Limiter le nombre de plats

Une carte courte rassure le client, facilite le choix et simplifie l'organisation en cuisine. Idéalement, 3 à 5 entrées, 4 à 6 plats et 3 à 4 desserts suffisent.

2. Créer une vraie cohérence culinaire

La carte doit raconter une histoire claire : terroir, saison, identité du chef ou du lieu. Évitez les cartes fourre-tout qui mélangent cuisines et styles sans logique.

3. Travailler la hiérarchie visuelle

Le regard du client ne lit pas une carte de manière linéaire. Utilisez des titres clairs, des espaces, des sections bien identifiées et des zones de respiration pour guider la lecture.

4. Valoriser les plats stratégiques

Mettez en avant les plats à forte marge ou signature grâce au placement, à la description ou à un encadré discret. Évitez l'alignement brutal des prix.

5. Soigner les descriptions et le graphisme

Une bonne description donne envie sans être trop longue. Elle évoque le produit, l'origine, la cuisson ou l'émotion. Le vocabulaire sensoriel augmente les ventes. Pas de fautes d'orthographe ! Pas plus de 3 écritures différentes en taille, style ou couleur.

6. Simplifier la lecture des prix

Les prix doivent être lisibles mais discrets. Évitez les colonnes trop visibles ou les symboles monétaires répétés qui focalisent l'attention sur le coût plutôt que sur le plaisir.

7. Penser exploitation et rentabilité

Chaque plat doit être rentable, reproductible et cohérent avec la brigade et l'équipement. Une carte trop longue génère stress, gaspillage et perte de marge.

Conclusion

Les cartes présentées ensuite illustrent concrètement ces principes : une carte bien conçue versus une carte contre-productive.