



GUIDE GRATUIT — ÉDITION 2026

Ouvrir son snacking-bar de A à Z

*Le guide complet du porteur de projet
Idée, financement, équipement, ouverture — toutes les étapes*

Offert par OCAZPRO • ECONOCHR

Le spécialiste de l'équipement CHR — Showroom 4 000 m² à La Gorgue (59)

ÉDITO

Le mot de bienvenue

Bonjour et bravo.

Bravo, parce que si vous lisez ces lignes, c'est que vous avez l'idée de monter votre propre affaire dans le snacking. C'est une magnifique aventure, l'une des plus belles qui soient — et l'une des plus exigeantes aussi. Vous allez transformer une idée en réalité quotidienne, donner du goût aux gens, créer de l'emploi, vivre de votre travail. C'est immense.

Ce guide gratuit est conçu pour vous accompagner pas à pas dans cette aventure. Il rassemble en un seul document ce que nous avons appris en 30 ans à équiper et conseiller des centaines de porteurs de projet comme vous, dans toute la région Hauts-de-France et au-delà.

Vous y trouverez tout : les chiffres clés du marché, le choix du concept, l'étude de marché, le local, le business plan, le financement, les démarches juridiques, la réglementation, l'équipement de la cuisine, le recrutement, le marketing, et même les pièges à éviter. Nous n'avons rien laissé de côté.

Et nous l'avons écrit comme nous aurions aimé qu'on nous l'écrive si nous étions à votre place. Sans jargon, sans baratin, juste ce qu'il faut savoir pour démarrer du bon pied — et économiser souvent plusieurs milliers d'euros sur des décisions prises sans information.

Une dernière chose. Ce guide est gratuit, mais il a un objectif clair : nous faire connaître auprès de vous. Nous sommes OCAZPRO et ECONOCHR, deux enseignes complémentaires qui équipent les professionnels du CHR depuis 1995. Si vous avez besoin d'équipement pour votre snacking-bar — neuf, occasion qualifiée, ou neuf déclassé — nous serons heureux de vous accompagner. Mais ce guide vous est utile que vous achetiez chez nous ou non. C'est notre façon de dire merci à l'écosystème qui nous a fait vivre depuis 30 ans.

Bonne lecture, et bonne aventure.

L'équipe OCAZPRO • ECONOCHR

SOMMAIRE

Sommaire du guide

PARTIE 1 • Comprendre le marché du snacking en France

- 1. Pourquoi le snacking est l'opportunité du moment..... 5
- 2. Les chiffres clés à connaître absolument..... 7
- 3. Les 5 tendances qui changent la donne en 2026..... 9

PARTIE 2 • Construire son projet

- 4. Trouver le bon concept de snacking-bar..... 11
- 5. L'étude de marché — sans usine à gaz..... 15
- 6. Choisir le bon emplacement..... 18
- 7. Le business plan qui fait dire « oui » à la banque..... 21

PARTIE 3 • Lancer son affaire

- 8. Le financement : sources, montants, astuces..... 25
- 9. Choisir son statut juridique..... 28
- 10. Toutes les démarches administratives..... 30
- 11. La réglementation à respecter (HACCP, licence, ERP)..... 32

PARTIE 4 • Équiper et aménager

- 12. Concevoir l'agencement de son local..... 35
- 13. Équiper sa cuisine — la liste complète..... 38
- 14. Combien ça coûte vraiment ? Trois budgets types..... 42
- 15. Neuf, occasion, leasing : ce qu'il faut savoir..... 44

PARTIE 5 • Ouvrir et faire vivre

- 16. Recruter et fidéliser son équipe..... 47
- 17. Construire sa carte et fixer ses prix..... 49
- 18. Communiquer et faire venir les clients..... 51
- 19. Les 10 erreurs qui font fermer un snacking-bar..... 53

BONUS • L'offre OCAZPRO Créateur et nos coordonnées

PARTIE 1

Comprendre le marché du snacking en France

Pourquoi c'est le bon moment, ce qu'il faut savoir, ce qui change.

CHAPITRE 1

1. Pourquoi le snacking est l'opportunité du moment

« En France, un repas sur quatre est désormais pris hors domicile, et la moitié de ces repas relève du snacking. Le marché ne ralentit pas, il se transforme — et ceux qui comprennent ces transformations vont gagner. »

— Nicolas Nouchi, fondateur du cabinet Strateg'eat, étude Speak Snacking 2025

1.1 Le snacking, c'est quoi exactement ?

Avant de parler chiffres, soyons clairs sur les mots. Le « snacking » regroupe tous les concepts de restauration où le client peut manger rapidement, à un prix accessible, souvent à emporter ou sur place sans service à table. C'est un univers très large :

- Sandwicheries, burgers, kebabs, tacos, paninis
- Salades bowls, poke bowls, wraps
- Pizza à la part, pâtes à emporter
- Snacks asiatiques (bao, nems, sushis à emporter)
- Boulangeries-snacking (le sandwich/quiche du midi)
- Coffee shops avec restauration légère
- Snack-bars avec boissons et restauration rapide

Le « snacking-bar » — votre projet — combine plusieurs de ces univers : on y mange rapidement, on y boit, et c'est aussi un lieu de vie. C'est le format qui se développe le plus vite aujourd'hui parce qu'il s'adapte à des emplacements variés et à des budgets accessibles.

1.2 Pourquoi maintenant ?

Trois grandes raisons font que le moment est particulièrement favorable pour se lancer :

Raison 1 — Les Français ont changé leurs habitudes alimentaires

Le télétravail, l'éclatement des horaires, la baisse du temps de pause déjeuner, la difficulté à cuisiner tous les jours... tout pousse vers le snacking. 64 % des actifs français disent manquer de temps pour cuisiner (source INSEE). Le repas du midi est de plus en plus pris hors domicile, en moins de 30 minutes, à un budget de 8 à 12 €.

Raison 2 — Les marges sont meilleures que dans la restauration traditionnelle

Un restaurant classique tourne à 12-18 % de marge nette dans le meilleur des cas. Un snacking-bar bien géré peut atteindre 15-25 % de marge nette, avec moins de personnel, des horaires plus simples, et un investissement de départ plus accessible. C'est l'un des rares secteurs où la rentabilité reste solide.

Raison 3 — Les barrières à l'entrée restent raisonnables

Pas de diplôme obligatoire. Pas d'apprentissage de 5 ans nécessaire. Une formation HACCP de 14 heures suffit pour démarrer. Le ticket d'entrée (investissement initial) varie de 30 k€ à 120 k€ selon les concepts — bien plus accessible qu'un restaurant gastronomique ou une boulangerie traditionnelle.

CHAPITRE 2

2. Les chiffres clés à connaître absolument

Pour bien démarrer, il faut connaître les chiffres du marché. Pas pour le plaisir des statistiques, mais parce que votre business plan en dépend, votre banquier vous les demandera, et vos décisions stratégiques (concept, emplacement, prix) doivent s'y appuyer.

2.1 La taille du marché français

23,4 Mds €

Chiffre d'affaires de la restauration rapide en France en 2023

Le marché français de la restauration rapide pèse aujourd'hui 23,4 milliards d'euros (étude Speak Snacking 2025, cabinet Strateg'eat / Circana). Sur les 5 dernières années :

Indicateur	2019	2023	Évolution
Nombre de points de vente	44 000	51 500	+ 17 %
Chiffre d'affaires global	19,7 Mds €	23,4 Mds €	+ 19 %
Part de la restauration commerciale	32 %	37 %	+ 5 pts
Nombre de repas servis	1,7 Md	2,1 Md	+ 24 %

À retenir

Le marché du snacking représente aujourd'hui plus d'un tiers du chiffre d'affaires de toute la restauration commerciale française. Et plus d'un repas sur deux servi en restauration commerciale relève du snacking. Le segment est massif et continue de croître, même en période économique tendue.

2.2 Le comportement des consommateurs

Comprendre votre client, c'est la base de tout. Voici les chiffres clés qui décrivent le « snackeur » français en 2026 :

Comportement	Chiffre	Implication pour votre projet
Repas hors domicile	1 sur 4 (INSEE)	Un marché immense, en croissance constante
Décision rapide	56 % savent déjà quoi manger en quittant le bureau	L'image de marque et la notoriété locale sont déterminantes
Décision de lieu	68 % savent où aller déjeuner	Le bouche-à-oreille et la visibilité de votre enseigne sont critiques
Budget moyen burger	9,32 € en 2025	Le ticket moyen attendu : entre 9 et 13 € selon le concept
Budget moyen salade	8,10 € en 2025	Positionnement « santé » bien accepté à ce prix
Budget moyen pizza	11,91 € en 2025	Format à la part très porteur (3-5 €/part)
Vente à emporter	Représente désormais 50 % du CA snacking	Un local sans place assise reste viable
Commande digitale	25 % via apps (Uber Eats, Deliveroo)	Présence en ligne indispensable

2.3 Le focus Hauts-de-France

Si votre projet se situe dans les Hauts-de-France (Nord, Pas-de-Calais, Somme, Aisne, Oise), voici les chiffres locaux à connaître :

Indicateur 2024	Hauts-de-France	Source
Créations d'entreprises (tous secteurs)	69 913 (+ 7,8 % vs 2023)	INSEE Sirene 2024
Créations de restauration rapide (5610C)	1 429 (+ 11,9 %)	INSEE Sirene 2024
Créations en restauration globale	2 353 (+ 16,5 %)	INSEE Sirene 2024
Créations en boulangerie-pâtisserie	236 (+ 32,5 %)	INSEE Sirene 2024
Créations en débits de boissons	195 (+ 29,1 %)	INSEE Sirene 2024

Un dynamisme local exceptionnel

Les Hauts-de-France connaissent l'une des plus fortes croissances de créations de restauration rapide en France en 2024. Le marché local est porté par une démographie favorable, un pouvoir d'achat à la hausse, et des dynamiques urbaines (notamment autour de Lille, Roubaix, Tourcoing, Béthune, Arras, Amiens) qui multiplient les opportunités. C'est l'un des meilleurs territoires français pour se lancer dans le snacking en 2026.

CHAPITRE 3

3. Les 5 tendances qui changent la donne en 2026

Le secteur évolue vite. Voici les 5 tendances majeures que vous devez intégrer dans votre projet pour ne pas être à contre-courant dès l'ouverture.

Tendance 1 — La montée en gamme du snacking

Le snacking n'est plus synonyme de « cheap ». Les consommateurs acceptent de payer plus cher pour des produits frais, de qualité, traçables, parfois bio ou locaux. La pizza est passée de 31 % de préférence en 2021 à 46 % en 2025 — portée par la pizza napolitaine artisanale, pas par les chaînes industrielles.

Ce que ça change pour vous

Misez sur la qualité produit dès le départ — fournisseurs locaux, ingrédients frais, fabrication maison visible. C'est aujourd'hui un argument plus fort que le prix bas. Affichez vos producteurs, montrez vos cuissons, partagez vos recettes.

Tendance 2 — Le « healthy » devient mainstream

La salade, le poke bowl, le wrap, le sandwich aux protéines, le sans gluten, le végétarien : ces propositions ne sont plus marginales. Elles attirent les actifs urbains qui veulent manger sain rapidement. Une carte 100 % « healthy » est un positionnement viable dans toutes les villes moyennes et grandes.

Ce que ça change pour vous

Intégrez au moins 30 % d'offre « healthy » dans votre carte (salade, wrap léger, version végétarienne d'un classique). C'est devenu une attente standard. À l'inverse, ne misez pas sur un concept 100 % « gras-pas-cher » : le marché s'éloigne de ça.

Tendance 3 — L'omnicanal est devenu obligatoire

Aujourd'hui, un client peut commander en salle, à emporter, par téléphone, par Uber Eats, par Deliveroo, sur votre site, sur une borne. Et il s'attend à pouvoir choisir. 25 % du chiffre d'affaires du snacking se fait désormais via les plateformes de livraison.

Ce que ça change pour vous

Dès l'ouverture, soyez présent sur au moins une plateforme (Uber Eats ou Deliveroo). Prévoyez un espace dédié à la préparation des commandes à emporter. Investissez dans une borne ou une caisse moderne qui gère plusieurs canaux. Un site web simple avec votre carte et vos horaires est devenu indispensable.

Tendance 4 — La transparence et la durabilité

Les clients veulent savoir d'où vient ce qu'ils mangent. L'origine des produits, le lieu de fabrication, l'impact environnemental sont devenus des critères de choix. Les emballages compostables, l'absence de gaspillage, le local sont valorisés — et même mis en avant par les plateformes (badges « Engagé » sur Uber Eats).

Ce que ça change pour vous

Privilégiez les producteurs locaux quand vous le pouvez (au moins pour les produits phares de votre carte). Choisissez des emballages éco-responsables. Communiquez sur vos engagements. Ce sont des arguments commerciaux puissants qui justifient un prix légèrement supérieur.

Tendance 5 — Le « lieu de vie » avant le simple snack

Les consommateurs cherchent de plus en plus une expérience, pas juste un repas. Décoration soignée, ambiance musicale, wifi gratuit, espace cosy, prises électriques : autant d'éléments qui transforment un simple snack en lieu où on a envie de revenir et de rester un peu.

Ce que ça change pour vous

Investissez dans l'ambiance dès le départ : décoration, mobilier confortable, éclairage, musique. Ces investissements paraissent secondaires mais font la différence sur la fidélisation. Un client qui se sent bien revient et recommande. C'est ce qu'on appelle le « snacking-bar » au sens noble : pas juste un snack, un lieu.

PARTIE 2

Construire son projet

Concept, étude de marché, emplacement, business plan.

CHAPITRE 4

4. Trouver le bon concept de snacking-bar

Le choix du concept est la décision la plus importante de tout le projet. Tout en découle : la cuisine que vous allez équiper, le local que vous chercherez, le budget, le personnel, les prix, la clientèle. Ne brûlez pas cette étape.

4.1 Les grandes familles de concepts

Concept	Ticket moyen	Investissement initial	Compétences clés
Sandwicherie / boulangerie snacking	6-10 €	30-60 k€	Boulangerie, fraîcheur
Burger artisanal	12-16 €	50-90 k€	Cuisson plancha, fraîcheur
Tacos / kebab moderne	9-13 €	40-70 k€	Cuissons rapides, broches
Pizza à la part	3-5 € la part	45-80 k€	Pâte, fours pizza, débit
Salade bowl / poke bowl	10-14 €	35-65 k€	Découpe, présentation, fraîcheur
Coffee shop snacking	8-15 €	50-90 k€	Machines à café, ambiance
Snack asiatique (bao, wok, nems)	10-14 €	45-80 k€	Cuisson wok, vapeur
Snacking-bar généraliste	9-13 €	50-100 k€	Polyvalence, gestion

Notre conseil sur le choix du concept

Choisissez un concept que VOUS savez bien faire ou que vous êtes prêt à apprendre à fond. Un bon concept moyen porté par un passionné battra toujours un excellent concept porté par quelqu'un qui ne maîtrise pas. Ne suivez pas une mode si elle ne vous parle pas — vous allez y passer 60h par semaine pendant des années.

4.2 Les 4 questions à se poser avant de choisir

Question 1 — Qu'est-ce que je sais vraiment bien faire ?

Soyez honnête. Si vous êtes un bon boulanger, partez sur le snacking-boulangerie. Si vous êtes un cuisinier confirmé, vous avez les bases pour un burger artisanal. Si vous n'avez aucune expérience CHR, partez sur un concept simple et formez-vous d'abord (CAP cuisine, stage en immersion, alternance).

Question 2 — Qu'est-ce qui manque dans mon quartier / ma ville ?

Promenez-vous dans le secteur où vous voulez vous installer. Comptez les concepts existants. Posez-vous la question : qu'est-ce qui n'existe pas et que les gens cherchent ? S'il y a déjà 5 kebabs dans la rue, n'ouvrez pas le 6e — sauf si le vôtre est radicalement différent (qualité, concept, prix).

Question 3 — À qui je veux m'adresser ?

Salariés du midi en zone d'activité ? Étudiants ? Familles le week-end ? Touristes ? Le concept doit coller à votre cible. Un bowl healthy à 14 € ne marchera pas dans une zone industrielle où les ouvriers cherchent un sandwich à 6 €. Un kebab à 9 € sera difficile à imposer dans un quartier d'affaires où la concurrence se positionne sur le bowl à 13 €.

Question 4 — Quel est mon budget réel ?

On y reviendra en détail, mais un concept à 90 k€ d'investissement initial demande des fonds propres d'au moins 25-30 k€. Si vous n'avez que 15 k€ de côté, partez sur un concept à 50 k€ maximum. Plus tard, vous pourrez monter en gamme.

4.3 Le concept gagnant en 2026 : 7 caractéristiques

Au-delà du type de cuisine, il y a des caractéristiques qui distinguent les concepts qui marchent. Les voici :

1. **Une identité claire et mémorable.** Un nom qui claque, une couleur dominante, un logo reconnaissable. Pas de « Snack du coin » : un nom qui s'imprime.
2. **Une signature produit.** Un produit que vous faites mieux que personne et pour lequel les gens viennent spécialement. Pas besoin de 30 références — 1 ou 2 produits stars suffisent.
3. **Un positionnement prix cohérent.** Ni trop cher (vous perdez le volume), ni trop bas (vous perdez la marge ET l'image qualité). Visez le ticket moyen du marché +/- 10 %.
4. **Une carte simple et tenue.** Pas plus de 15-20 références. Une carte trop large = perte en cuisine, gestion compliquée, qualité moindre.
5. **Une visibilité de la fabrication.** Si possible, faites voir aux clients que c'est fait maison, devant eux. C'est devenu un argument décisif.
6. **Une expérience digitale fluide.** Commande en ligne possible, click & collect, présence sur Instagram/Google. Indispensable en 2026.
7. **Un engagement responsable.** Produits locaux, emballages durables, anti-gaspillage. Différencie et fidélise.

L'erreur classique du débutant

Vouloir tout faire dès le départ. Un concept qui propose burger + pizza + salade + sushi + cocktails est un concept qui ne marche pas. Le client ne comprend pas votre identité, vous ne maîtrisez aucune cuisine vraiment bien, vos coûts explosent. **Commencez focalisé. Vous élargirez plus tard si ça marche.**

CHAPITRE 5

5. L'étude de marché — sans usine à gaz

L'étude de marché fait peur à beaucoup de porteurs de projet. Pourtant, elle est essentielle — et beaucoup plus simple à faire qu'on ne le croit. L'objectif n'est pas de produire un document de 80 pages : c'est de valider que votre concept a un marché à l'endroit où vous voulez l'ouvrir.

5.1 Les 5 questions auxquelles répondre

8. Combien de personnes potentiellement intéressées par mon concept passent quotidiennement à proximité du local ?
9. Quels sont mes concurrents directs dans un rayon de 500 m / 1 km / 5 km ?
10. Quels prix pratiquent-ils, et quelle est leur affluence aux heures de pointe ?
11. Qu'est-ce qu'ils font bien, et où ont-ils des faiblesses que je peux exploiter ?
12. Est-ce que ma cible peut payer mon prix ?

5.2 Comment faire concrètement

Étape 1 — Le comptage de passage (1 journée)

Allez devant votre local cible (ou à l'endroit où vous voulez ouvrir). Comptez le nombre de passants à 3 moments clés : 8h-9h, 12h-13h, 18h-19h. Faites-le un jour de semaine ET un samedi. Plus c'est élevé, plus le potentiel est fort. Pour un snacking-bar viable, il faut au moins 200-400 passages quotidiens en zone urbaine moyenne.

Étape 2 — Le scan concurrentiel (1 journée)

Repérez tous les concepts snacking dans un rayon de 1 km. Listez-les. Pour chacun : nom, type de cuisine, fourchette de prix, ambiance, capacité, horaires, présence en ligne. Visitez-en au moins 5 en mangeant chez eux à l'heure de pointe (12h30) — observez tout : la qualité, le service, l'affluence, le profil des clients.

Étape 3 — L'analyse des concurrents en ligne (2-3 heures)

Pour chaque concurrent identifié : note Google (et nombre d'avis), commentaires positifs et négatifs (les négatifs sont les plus instructifs : ils vous disent ce qui agace les clients), présence Instagram/Facebook, vente sur Uber Eats/Deliveroo. C'est gratuit et ça révèle énormément.

Étape 4 — La validation concept (mini-sondage)

Posez votre idée à 20-30 personnes qui correspondent à votre cible (pas votre famille, qui dira toujours oui). Question simple : « J'envisage d'ouvrir un [concept] à [lieu] avec [signature produit]. Vous y mangeriez ? Combien seriez-vous prêt à payer ? » Si moins de 60 % vous disent oui spontanément, retravaillez le concept.

5.3 Les sources gratuites pour vos chiffres

Vous n'avez pas besoin d'acheter d'étude de marché à 3 000 €. Voici les sources gratuites qui vous donnent tout ce qu'il faut :

Source	Ce que vous y trouvez	URL
INSEE Statistiques locales	Population, revenus, âges par commune	statistiques-locales.insee.fr
INSEE La France et ses territoires	Données démographiques détaillées par quartier	insee.fr
CCI Hauts-de-France	Études sectorielles, données économiques locales	hautsdefrance.cci.fr
Bpifrance Création	Fiches métiers, études sectorielles, modèles	bpifrance-creation.fr
Pages Jaunes	Recensement de tous les concurrents par zone	pagesjaunes.fr
Google Maps	Concurrents, avis clients, photos, horaires	maps.google.com
Observatoire des inégalités	Pouvoir d'achat par zone, profil socioéconomique	inegalites.fr
Cabinet Strateg'eat / Snacking.fr	Études sectorielles snacking gratuites en extraits	snacking.fr

L'astuce qui change tout

Utilisez Google Maps pour évaluer la densité de votre clientèle. Cherchez « snack », « burger », « kebab », « salade » dans votre zone cible. Vous verrez tous les concurrents avec leurs notes, leur nombre d'avis (= proxy de l'affluence), leurs prix souvent affichés. En 30 minutes, vous avez un panorama complet et gratuit.

CHAPITRE 6

6. Choisir le bon emplacement

« En snacking, l'emplacement représente 80 % de la réussite. Un excellent concept au mauvais endroit ne fonctionnera jamais. Un concept moyen au bon emplacement peut très bien marcher. »

— Adage du secteur, vérifié 100 fois

6.1 Les 3 zones types qui fonctionnent

Zone 1 — Le centre-ville / quartier piéton

Caractéristiques : flux piéton constant, mix actifs/touristes/résidents, fort potentiel midi et soir, week-ends actifs. Loyer élevé (40-80 €/m²/mois). Concurrence intense mais marché profond. Adapté aux concepts identitaires forts.

Zone 2 — La zone d'activité / zone tertiaire

Caractéristiques : flux concentré sur le midi (11h30-14h), clientèle salariée, panier moyen souvent supérieur (10-14 €), volume prévisible. Loyer modéré (15-30 €/m²/mois). Faible activité hors midi et week-end — il faut savoir gérer ce déséquilibre. Adapté aux concepts efficaces et rapides.

Zone 3 — Le quartier résidentiel actif

Caractéristiques : clientèle locale, fidèle, mix midi/soir/week-end, parkings souvent disponibles. Loyer accessible (15-25 €/m²/mois). Construction de clientèle plus lente mais plus durable. Adapté aux concepts « lieu de vie » avec ambiance.

6.2 Les critères techniques à vérifier

Au-delà de l'emplacement « commercial », un local doit respecter certaines contraintes techniques pour pouvoir y exploiter un snacking-bar. Beaucoup de porteurs de projet l'apprennent trop tard, après avoir signé le bail. Liste à vérifier AVANT de signer :

Critère technique	À vérifier	Coût si manquant
Destination « commerce de bouche »	Vérifier le règlement de copropriété et le PLU mairie	Refus pur et simple
Évacuation des fumées (extraction)	Présence d'un conduit ou possibilité d'installation	5-20 k€
Arrivée d'eau et évacuation	Diamètres suffisants pour cuisine pro	2-10 k€
Puissance électrique	Minimum 36 kVA, idéalement 45-60 kVA pour cuisson	3-8 k€
Accessibilité PMR (handicapés)	Norme ERP : entrée, sanitaires, circulation	5-15 k€
Ventilation / VMC	Renouvellement d'air aux normes	2-5 k€

Critère technique	À vérifier	Coût si manquant
Toilettes clients et personnel	Présence + séparation conforme	3-8 k€ si à créer
Réserve / chambre froide	Espace de stockage adapté	3-6 k€

Le piège classique

Signer un bail avant de faire chiffrer les travaux de mise aux normes. Faites toujours venir AVANT la signature un installateur CHR ou un cuisiniste pour visiter le local. Une visite gratuite peut vous éviter 30 000 € de mauvaise surprise.

6.3 Bail commercial : les clauses à négocier

Le bail commercial 3/6/9 est un engagement lourd. Quelques clauses méritent une attention particulière :

- **Le loyer initial et les conditions de révision.** Vérifiez l'indice de référence (ILC normalement, pas IRL). Négociez des paliers progressifs sur 12-18 mois si possible.
- **La franchise de loyer.** Demandez 1 à 3 mois gratuits pour les travaux d'aménagement. C'est la norme et c'est négociable.
- **La destination commerciale.** Formulation large : « restauration, snacking, vente à emporter, boissons à consommer sur place ». Évitez les blocages futurs.
- **La répartition des charges.** Les grosses réparations (toiture, structure) doivent rester à la charge du bailleur. Loi Pinel de 2014 — bien à connaître.
- **Le dépôt de garantie.** Normalement 3 mois de loyer. Négociable.
- **La clause de non-concurrence.** Si le bailleur a plusieurs locaux, demandez l'engagement qu'il ne loue pas à un concurrent direct dans le même immeuble.
- **La cession et la sous-location.** Conditions précises de cession du bail si vous revendez. Cela conditionne la valeur de votre fonds de commerce plus tard.

Notre recommandation absolue

Faites relire votre bail par un avocat spécialisé en baux commerciaux AVANT de signer. Coût : 400-800 €. Économie potentielle : plusieurs dizaines de milliers d'euros sur 9 ans. C'est l'un des meilleurs investissements de votre projet.

CHAPITRE 7

7. Le business plan qui fait dire « oui » à la banque

Le business plan, c'est votre projet sur papier. C'est ce que vous présentez à la banque, à Bpifrance, aux investisseurs. C'est aussi votre boussole interne. Il doit être à la fois rigoureux et lisible — pas un pavé indigeste, mais un document qui inspire confiance et que vous maîtrisez par cœur.

7.1 La structure incontournable

Un business plan snacking-bar tient en 15-25 pages, structurées comme suit :

Section	Contenu	Longueur
1. Résumé opérationnel	Le projet en 1 page : qui, quoi, où, combien, quand	1 page
2. Le porteur de projet	Votre parcours, vos motivations, vos compétences, votre équipe éventuelle	2 pages
3. Le concept	Type de cuisine, signature, positionnement, identité visuelle	2-3 pages
4. Le marché	Taille, tendances, cible, étude de marché locale, concurrence	3-4 pages
5. La stratégie commerciale	Carte, prix, communication, fidélisation	2-3 pages
6. Le local et l'aménagement	Emplacement, surface, plans, travaux	2 pages
7. L'équipement	Liste détaillée du matériel + devis	1-2 pages
8. Le prévisionnel financier	Plan de financement, compte de résultat 3 ans, trésorerie	3-4 pages
9. Annexes	CV, devis, photos, lettres de soutien	Variable

7.2 Le prévisionnel financier : les 4 tableaux qui comptent

Tableau 1 — Le plan de financement initial

Il montre comment vous financez le démarrage. À gauche : les besoins (achat fonds, travaux, équipement, stock initial, trésorerie de démarrage). À droite : les ressources (apport personnel, prêt bancaire, prêt d'honneur, aides). Les deux colonnes doivent s'équilibrer.

BESOINS (exemple snacking-bar 60 m ²)	Montant	RESSOURCES	Montant
Achat fonds de commerce ou droit au bail	20 000 €	Apport personnel	25 000 €
Travaux d'aménagement	30 000 €	Prêt d'honneur Initiative	15 000 €
Équipement cuisine	30 000 €	Prêt bancaire 7 ans	60 000 €
Mobilier + agencement salle	8 000 €	Subventions / aides régionales	5 000 €
Stock initial	4 000 €		
Communication / ouverture	3 000 €		
Trésorerie de démarrage	10 000 €		
TOTAL BESOINS	105 000 €	TOTAL RESSOURCES	105 000 €

Tableau 2 — Le compte de résultat prévisionnel sur 3 ans

Il projette vos recettes et vos charges sur 3 ans. Voici un exemple réaliste pour un snacking-bar de quartier en ville moyenne :

Poste	Année 1	Année 2	Année 3
Chiffre d'affaires HT	180 000 €	240 000 €	270 000 €
– Achats matières (coût matière 32 %)	57 600 €	76 800 €	86 400 €
Marge brute	122 400 €	163 200 €	183 600 €
– Loyer + charges locales	18 000 €	18 540 €	19 100 €
– Salaires + charges (1 ETP + 0,5 ETP)	42 000 €	55 000 €	62 000 €
– Énergie, eau, internet	8 000 €	9 000 €	9 500 €
– Communication, fournitures, divers	6 000 €	7 500 €	8 000 €
– Assurances + comptabilité	3 500 €	3 800 €	4 000 €
– Frais bancaires + remboursement prêt (capital + intérêts)	12 000 €	12 000 €	12 000 €
– Amortissement équipement (5 ans)	6 000 €	6 000 €	6 000 €
RÉSULTAT NET avant impôt	26 900 €	51 360 €	63 000 €

Note : ces chiffres sont indicatifs et doivent être adaptés à votre concept précis et à votre territoire. Un expert-comptable vous accompagnera pour les affiner.

Tableau 3 — Le plan de trésorerie mensuel

Il montre mois par mois vos encaissements et vos décaissements. C'est ce qui révèle les éventuels trous de trésorerie avant qu'ils ne se produisent. À faire impérativement sur les 12 premiers mois, idéalement sur 24 mois. Format : 1 ligne par poste, 1 colonne par mois.

Tableau 4 — Le seuil de rentabilité

Combien de couverts par jour devez-vous vendre pour couvrir tous vos frais ? C'est LE chiffre que votre banquier regardera. Calcul simple :

Calcul du seuil de rentabilité

Charges fixes annuelles ÷ Marge unitaire moyenne = nombre de tickets/an

Exemple : 80 000 € de charges fixes (loyer + salaires + assurances + remboursements) ÷ 7 € de marge brute par ticket moyen = 11 430 tickets/an, soit 38 tickets/jour ouvré.

Si vous pouvez raisonnablement faire 50-60 tickets/jour à l'ouverture, votre projet est viable.

7.3 Les 5 erreurs qui font refuser un business plan

- 13. Sous-estimer les charges.** Beaucoup de porteurs oublient des charges (assurances, comptabilité, taxe foncière, abonnements logiciels). Refaites votre liste 3 fois.
- 14. Surestimer le chiffre d'affaires.** Tablez sur des hypothèses prudentes — un démarrage à 60-70 % du CA de croisière la 1ère année. La banque préfère un plan prudent qui tient à un plan optimiste qui s'effondre.
- 15. Oublier le besoin en fonds de roulement.** Prévoyez 1 à 2 mois de charges fixes en trésorerie de démarrage. Sinon, vous serez en cessation de paiement dès le 3e mois.
- 16. Manquer de cohérence.** Votre CA doit être cohérent avec votre étude de marché, votre prix moyen, votre capacité d'accueil, vos horaires d'ouverture. Si quelqu'un fait le calcul, ça doit tomber juste.
- 17. Ne pas connaître ses chiffres par cœur.** Le banquier vous demandera « combien de couverts par jour ? », « quel ticket moyen ? », « quel coût matière ? ». Si vous hésitez, c'est mort. Apprenez votre plan par cœur.

PARTIE 3

Lancer son affaire

Financement, juridique, démarches, réglementation.

CHAPITRE 8

8. Le financement : sources, montants, astuces

Le financement d'un snacking-bar combine plusieurs sources. La bonne nouvelle : il existe en France de nombreux dispositifs pour les créateurs. Encore faut-il les connaître et les activer dans le bon ordre.

8.1 La règle d'or des fonds propres

La règle de la banque

Un banquier ne financera jamais un projet si vous n'apportez pas au moins 20-30 % du besoin total en fonds propres.

Pour un projet à 100 000 €, comptez 25 000 à 30 000 € d'apport personnel minimum. Et plus vous apportez, mieux vous obtiendrez les conditions de prêt.

8.2 Les sources de financement en cascade

Source 1 — L'apport personnel

Votre épargne, l'aide familiale, la vente d'un bien personnel. C'est la base. Si vous n'avez pas d'épargne, prenez le temps d'en constituer avant de vous lancer. Lancer un projet sans apport, c'est se condamner d'avance.

Source 2 — Les prêts d'honneur (à taux 0 %)

Plusieurs réseaux proposent des prêts d'honneur, c'est-à-dire des prêts sans intérêt et sans garantie. Ils sont remboursés sur 5 ans en moyenne. Ils complètent l'apport personnel et rassurent les banques (effet levier).

Réseau	Montant possible	Couverture HdF
Initiative France (Initiative Flandre, Métropole Lille, etc.)	3 000 à 50 000 €	Excellente
Réseau Entreprendre Nord-Pas-de-Calais	10 000 à 80 000 €	Bonne
ADIE (microcrédit professionnel)	Jusqu'à 12 000 €	Excellente
France Active (garantie + prêt)	Garantie 65 %	Excellente

Source 3 — Le prêt bancaire classique

Le cœur du financement pour la plupart des projets. Comptez sur :

- **Durée : 5 à 7 ans** pour l'équipement et l'aménagement.
- **Taux : 4 à 6 % en 2026** (taux qui évoluent — vérifiez l'actualité au moment de votre demande).
- **Garanties demandées** : nantissement du fonds, caution personnelle (souvent 30-50 % du montant), parfois hypothèque.
- **Banques à solliciter en priorité** : Crédit Agricole Nord de France, Crédit Mutuel Nord Europe, BNP Paribas Pro, Banque Populaire du Nord — toutes actives sur la création CHR.

Source 4 — Les aides Bpifrance

Bpifrance propose plusieurs dispositifs adaptés aux créateurs :

- **Prêt Création (jusqu'à 50 000 €)** pour compléter un prêt bancaire — pas de garantie personnelle.
- **Garantie Création** jusqu'à 70 % du prêt bancaire, ce qui rassure énormément la banque.
- **Prêt d'honneur Création-Reprise** dans certains cas.

Source 5 — Les subventions régionales et locales

La Région Hauts-de-France propose plusieurs dispositifs aux créateurs (chèques création, aides à l'investissement, aides à l'embauche). Les communautés de communes ont aussi parfois leurs aides locales. Renseignez-vous auprès de votre CCI ou de la Région directement (hautsdefrance.fr).

Source 6 — Le crédit-bail (leasing) pour l'équipement

Une alternative au prêt classique : louer l'équipement avec option d'achat en fin de contrat. Avantages : pas d'apport, charges déductibles, équipement remplaçable plus facilement. Inconvénients : coût total plus élevé qu'un achat, engagement difficile à rompre.

8.3 L'astuce qui change tout : le mix-financement

La plupart des porteurs de projet pensent qu'il faut un seul prêt bancaire pour financer leur projet. C'est faux. Le mix idéal pour un projet à 100 000 € ressemble à ça :

Source	Montant typique	Conditions
Apport personnel	25 000 € (25 %)	Vos économies
Prêt d'honneur Initiative	15 000 € (15 %)	0 % d'intérêt, 5 ans
Prêt bancaire avec garantie Bpifrance	55 000 € (55 %)	5 % sur 7 ans
Subvention régionale	5 000 € (5 %)	À ne pas rembourser
TOTAL FINANCÉ	100 000 €	Coût mensuel : ≈ 1 050 €

Pourquoi ce montage est puissant

Le prêt d'honneur compte comme du « quasi-apport » aux yeux des banques — il augmente votre apport perçu de 25 % à 40 %. Du coup, la banque accepte de prêter plus, à de meilleures conditions. C'est l'effet levier que tous les porteurs de projet aguerris utilisent.

8.4 Les aides à connaître impérativement

- **ACRE (Aide à la Création ou la Reprise d'Entreprise)** — exonération partielle de charges sociales la première année. Automatique pour les nouveaux entrepreneurs.
- **ARCE (Aide à la Reprise et à la Création d'Entreprise)** — si vous êtes au chômage : vous pouvez recevoir 60 % de vos droits à l'ARE en capital pour démarrer.
- **Maintien partiel des allocations chômage** — alternative à l'ARCE : continuer à percevoir une partie de vos allocations pendant le démarrage.
- **Exonérations zones spécifiques** — si vous vous installez en ZRR, QPV, BER : exonérations fiscales et sociales pouvant durer plusieurs années.
- **Garantie ÉGALITÉ Femmes** — pour les femmes créatrices : garantie supplémentaire sur le prêt bancaire.

CHAPITRE 9

9. Choisir son statut juridique

Le statut juridique conditionne votre fiscalité, vos charges sociales, votre responsabilité, et la souplesse de gestion de votre entreprise. Pour un snacking-bar, 4 statuts sont à considérer.

9.1 Tableau comparatif des 4 statuts adaptés

Critère	EI (entreprise individuelle)	EURL	SASU
Capital minimum	Aucun	1 €	1 €
Responsabilité	Limitée au patrimoine pro depuis 2022	Limitée à l'apport	Limitée à l'apport
Régime social du dirigeant	TNS (45 %)	TNS (45 %)	Assimilé salarié (75-80 %)
Fiscalité	IR ou IS sur option	IR ou IS sur option	IS automatique
ACRE éligible	Oui	Oui	Oui
Souplesse de revente	Faible	Moyenne	Forte
Comptabilité	Simplifiée	Complète obligatoire	Complète obligatoire
Coût création	0-150 €	200-500 €	200-500 €

9.2 Notre conseil pratique

Pour la majorité des snacking-bars

Le statut le plus pertinent est l'EURL ou la SASU.

L'EURL si vous voulez optimiser les charges sociales (régime TNS, charges plus faibles). La SASU si vous voulez vous verser un salaire au régime général (meilleure protection sociale) ou si vous prévoyez d'ouvrir le capital à des associés/investisseurs.

L'auto-entrepreneur n'est PAS adapté pour un snacking-bar : plafond CA à 188 700 € qui sera vite atteint, pas de TVA déductible (cher sur l'équipement), pas de déductions de charges (loyer, salaires).

Dans tous les cas, demandez l'avis d'un expert-comptable AVANT de choisir. Pour 200-400 €, il analysera votre situation personnelle (revenus du conjoint, patrimoine, situation chômage, projets futurs) et vous orientera. C'est un investissement qui vous évitera des erreurs coûteuses.

CHAPITRE 10

10. Toutes les démarches administratives

Une fois le concept validé, le local trouvé, le financement bouclé et le statut choisi, il reste les démarches administratives. Voici la liste exhaustive dans l'ordre :

10.1 Le calendrier idéal des démarches

Étape	Quand	Où
1. Suivre la formation HACCP (14 h obligatoires)	3 mois avant ouverture	Organisme agréé
2. Suivre le permis d'exploitation (si licence alcool)	3 mois avant ouverture	Organisme agréé
3. Création de la société	2-3 mois avant ouverture	Guichet unique (formalites.entreprises.gouv.fr)
4. Immatriculation au RCS et SIRET	Automatique	Greffe du tribunal de commerce
5. Inscription au répertoire des métiers (si artisan)	Si applicable	CMA Hauts-de-France
6. Demande de licence de débit de boissons	1 mois avant ouverture	Mairie + préfecture
7. Déclaration d'ouverture à la mairie	15 jours avant ouverture	Mairie
8. Déclaration DDPP (si denrées animales)	Maximum 1 mois après ouverture	DDPP du département
9. Souscription des assurances obligatoires	Avant ouverture	Assureur
10. Contrats fournisseurs et énergie	Avant ouverture	Fournisseurs / EDF

Le guichet unique des entreprises

Depuis 2023, toutes les démarches de création passent par un seul site :

formalites.entreprises.gouv.fr. Plus de CFE par profession, plus de paperasse multiple. Tout y est centralisé : création de société, immatriculation, déclarations sociales et fiscales.

10.2 Les assurances obligatoires et fortement recommandées

Trois assurances sont impératives :

Assurance	Couverture	Coût annuel indicatif
RC Professionnelle (obligatoire)	Dommages causés à un tiers (client malade, brûlure, etc.)	300-700 €
Multirisque professionnelle (très recommandée)	Incendie, dégât des eaux, vol, vandalisme, bris de matériel	800-1 800 €
Perte d'exploitation (recommandée)	Maintien de revenu si fermeture forcée (sinistre)	Inclus dans la multirisque le plus souvent
Garantie décennale travaux (si travaux faits)	Sur les gros œuvres réalisés	À demander au constructeur
Mutuelle santé entreprise (obligatoire si salariés)	Complémentaire santé pour vos salariés	30-80 € / salarié / mois
Prévoyance dirigeant (recommandée)	Maintien de revenu en cas d'arrêt maladie du dirigeant	800-2 000 € selon revenu

Le piège à éviter sur les assurances

Beaucoup de porteurs de projet prennent la première assurance proposée par leur banque. C'est souvent la plus chère du marché. Demandez TOUJOURS au moins 3 devis (banque, assureur classique type AXA/Allianz, courtier spécialisé CHR). L'écart peut atteindre 40 %.

CHAPITRE 11

11. La réglementation à respecter

Le snacking-bar est un établissement très réglementé. Ne pas respecter ces obligations expose à des sanctions sévères, jusqu'à la fermeture administrative. Voici l'essentiel à connaître.

11.1 La formation HACCP : OBLIGATOIRE

Au moins une personne de l'établissement doit avoir suivi la formation HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) — étude des risques et maîtrise des points critiques.

Caractéristique	Détail
Durée	14 heures dont 2 heures en présentiel
Coût	200 à 500 €, finançable par CPF
Qui doit la suivre	Au moins une personne par établissement (gérant ou salarié)
Validité	À vie (mais à refaire si la personne formée part)
Où la suivre	Organismes agréés (CMA, CCI, organismes privés)
Exception	Dispense si justification d'une expérience pro de 3 ans en gestion alimentaire

11.2 Les règles d'hygiène HACCP au quotidien

La formation HACCP n'est qu'un point de départ. Au quotidien, vous devez respecter et faire respecter les règles d'hygiène :

- **Hygiène du personnel** : lavage des mains à chaque retour en cuisine, tenue propre (tablier, charlotte ou casquette), pas de bijoux, ongles courts.
- **Marche en avant** : le circuit des produits ne doit jamais croiser le circuit des déchets. Du sale au propre, jamais l'inverse.
- **Chaîne du froid** : températures contrôlées (frais 0-4°C, surgelé -18°C maximum), thermomètres dans chaque frigo, contrôles réguliers consignés.
- **Traçabilité** : conservation des étiquettes des produits utilisés pendant 6 mois, dates de péremption respectées, plats témoins (échantillons) gardés 5 jours pour chaque service.
- **Nettoyage** : plan de nettoyage écrit, journal de nettoyage rempli, produits adaptés (alimentaire), affichage des protocoles.
- **Allergènes** : affichage obligatoire de la liste des 14 allergènes majeurs présents dans chaque plat. Sanction en cas d'absence : amende et fermeture possible.

11.3 Les licences pour vendre des boissons

Si vous vendez de l'alcool, vous avez besoin d'une licence et d'un permis d'exploitation. Plusieurs cas :

Type de licence	Boissons autorisées	Permis d'exploitation
Licence III (petite licence restaurant)	Boissons des groupes 1 et 3 (vin, bière, cidre) en accessoire d'un repas	Oui (7 ou 11 heures)
Licence IV (grande licence)	Toutes les boissons alcoolisées	Oui (20 heures)
Licence de débit de boissons à emporter	Vente d'alcool à emporter (consommation hors local)	Oui
Pas de licence (vente de boissons sans alcool uniquement)	Boissons du groupe 1 uniquement (eau, soda, jus, café, thé)	Non requis

Pour un snacking-bar standard

La licence III (petite licence restaurant) est largement suffisante pour la plupart des snacking-bars qui veulent proposer une bière, un verre de vin ou un cocktail en accompagnement des plats. Le permis d'exploitation de 11 heures est obligatoire et coûte 350-600 €. Il est valable 10 ans (puis 6 heures de mise à jour).

11.4 Les normes ERP (Établissement Recevant du Public)

Votre snacking-bar accueille du public. Il est donc classé ERP, ce qui impose des règles strictes :

- **Sécurité incendie** : extincteurs aux normes (CO2, eau pulvérisée), alarme, plan d'évacuation affiché, issues de secours dégagées.
- **Accessibilité PMR** : entrée accessible, sanitaires aménagés, circulation possible en fauteuil roulant. Norme stricte, contrôlée.
- **Affichages obligatoires** : prix TTC visibles depuis l'extérieur, allergènes pour chaque plat, mentions légales boissons (interdiction mineurs, abus alcool), interdiction de fumer, capacité d'accueil.
- **Contrôle périodique** : visite de la commission de sécurité tous les 3 à 5 ans selon la catégorie ERP.
- **Registre de sécurité** : à tenir à jour, contrôles techniques consignés, formation du personnel mentionnée.

PARTIE 4

Équiper et aménager

Agencement, matériel, budgets, neuf vs occasion.

CHAPITRE 12

12. Concevoir l'agencement de son local

L'agencement de votre snacking-bar est ce qui conditionne votre productivité au quotidien et l'expérience client. Mal pensé, il vous coûtera des heures perdues chaque jour, à vie. Bien pensé, il fluidifie tout.

12.1 Les 5 zones d'un snacking-bar

Zone	Surface recommandée	Fonction
1. Salle de consommation	40-60 % de la surface	Accueil clients, places assises, comptoir
2. Zone de production (cuisine)	20-30 %	Préparation, cuisson, dressage
3. Zone froide (frigos, chambre froide)	5-10 %	Stockage froid des produits frais
4. Réserve / stockage sec	5-10 %	Produits secs, emballages, vaisselle
5. Sanitaires + vestiaires	5-10 %	Toilettes clients, vestiaire personnel

12.2 Le principe de la « marche en avant »

C'est la règle d'or de toute cuisine professionnelle. Le produit doit toujours avancer dans le même sens : de la zone sale (réception, déballage) vers la zone propre (dressage, expédition), sans jamais revenir en arrière.

Le parcours type

1. Réception et déballage des produits (zone d'entrée)
2. Stockage en chambre froide / réserve
3. Sortie des produits pour préparation
4. Préparation (épluchage, découpe)
5. Cuisson
6. Dressage et envoi au client
7. Évacuation des déchets (zone séparée)

Sans marche en avant claire, vous croiserez en permanence les produits crus avec les cuits, les déchets avec la production. C'est la garantie de contaminations et de pertes de temps. Un cuisiniste professionnel vous aidera à dessiner le plan optimal.

12.3 L'agencement de la salle

Côté client, l'agencement doit allier confort, capacité et fluidité. Quelques règles d'or :

- **Compter 1,5 à 2 m² par client assis** (circulation comprise). Un snacking-bar de 60 m² salle peut accueillir 30-40 personnes.
- **Comptoir d'accueil visible dès l'entrée.** Le client doit savoir où commander en moins de 3 secondes.
- **Vitrine produits ou tableau de carte visible.** Plus c'est appétissant et clair, plus le panier moyen augmente.
- **Zone de retrait commandes à emporter distincte.** Évite la confusion entre clients sur place et à emporter.
- **Espace livreurs (Uber Eats, Deliveroo) bien identifié.** Ils représentent 25 % du CA, traitez-les bien.
- **Mix de places assises :** tables individuelles, tables hautes au comptoir, banquette pour groupes. Permet d'accueillir tous les profils.
- **Prises électriques et wifi.** Les actifs en télétravail apprécient — fidélisation forte.

12.4 L'éclairage et l'ambiance

Souvent négligés, l'éclairage et l'ambiance sont pourtant déterminants pour le ressenti du client :

- **Éclairage zone produits :** intense et chaud pour mettre en valeur les plats (3000-3500 K).
- **Éclairage salle :** plus tamisé, plusieurs sources (suspensions, appliques), ajustable selon les moments (lumineux midi, plus chaleureux soir).
- **Musique :** playlist soignée, volume adapté à l'heure. Penser à régler la SACEM (obligatoire pour la diffusion publique de musique).
- **Odeurs :** système d'extraction performant pour évacuer les odeurs de cuisson de la salle.

CHAPITRE 13

13. Équiper sa cuisine — la liste complète

Voici la liste exhaustive de l'équipement d'un snacking-bar standard. Elle vous servira pour faire chiffrer les devis et estimer votre investissement.

13.1 Le froid

Équipement	Caractéristique	Indispensable ?
Armoire réfrigérée positive (frigo)	400-700 L, GN 2/1	Oui (1 ou 2)
Armoire réfrigérée négative (congélateur)	400-600 L	Souvent oui
Chambre froide positive si gros volumes	Walk-in 5-10 m ³	Selon concept
Table réfrigérée (sandwicherie / pizza)	2 ou 3 portes, bac à ingrédients	Indispensable pour préparation
Vitrine réfrigérée présentation (boissons, desserts)	Selon concept	Indispensable en salle
Bac à glaçons / glaçonner	30-60 kg/jour	Si cocktails / boissons servies
Cellule de refroidissement rapide	Optionnel mais utile	Permet stockage HACCP

13.2 La cuisson

Équipement	Caractéristique	Indispensable ?
Plaque à snacker / plancha	60-90 cm, électrique ou gaz	Oui pour burger / tacos
Friteuse professionnelle	10 L ou plus, double bac	Indispensable
Four à pizza (à étages, à sole)	Si concept pizza	Selon concept
Four mixte (vapeur / chaleur)	6 ou 10 niveaux GN 1/1	Polyvalent, recommandé
Salamandre / toaster	Pour grillades, gratins	Utile
Grill / planche barbecue	Selon concept	Selon concept
Wok électrique (snack asiatique)	Selon concept	Selon concept

Équipement	Caractéristique	Indispensable ?
Broche kebab / gyros	Si concept kebab	Selon concept
Crêpière professionnelle	Selon concept	Selon concept
Machine à panini	Standard, double	Quasi systématique

13.3 La préparation

Équipement	Caractéristique	Indispensable ?
Trancheuse à jambon	Lame 25-30 cm	Quasi systématique
Robot multifonction / coupe-légumes	Capacité industrielle	Très utile
Mixeur plongeant pro	1500 W minimum	Indispensable
Blender (smoothies, sauces)	Selon carte	Selon concept
Coupe-frites manuel ou électrique	Si pommes de terre fraîches	Selon concept
Plonge inox	1 ou 2 bacs + égouttoir	Indispensable
Lave-mains automatique	Obligatoire ERP	Indispensable
Tables de préparation inox	Plusieurs, avec étagères	Indispensables
Plans de travail inox murale	Étagères de stockage chaud	Indispensable

13.4 La salle et le service

Équipement	Caractéristique	Indispensable ?
Caisse enregistreuse moderne	Avec gestion des canaux (sur place, à emporter, livraison)	Indispensable
TPE (terminal de paiement)	Sans contact, mobile si livraison à table	Indispensable
Machine à café professionnelle	Si offre café/coffee shop	Selon concept
Moulin à café	Si machine pro	Selon concept
Lave-vaisselle professionnel	Cycle 1-3 min, capacité élevée	Selon volume
Tables et chaises	Modulables, robustes, lavables	Indispensable
Comptoir d'accueil	Sur mesure souvent	Indispensable
Vitrines de présentation produits	Réfrigérées ou non selon produits	Selon concept
Borne de commande digitale	Optionnel mais en plein essor	Selon concept
Système de gestion (logiciel caisse)	Compatible TVA, déclarations	Indispensable

13.5 Ne pas oublier l'extraction

L'extraction des fumées et vapeurs est souvent le poste budgétaire le plus oublié — et le plus cher. Elle est obligatoire pour toute cuisine professionnelle de snacking.

Le coût caché de l'extraction

Comptez 5 000 à 20 000 € pour une installation d'extraction professionnelle complète :

- ▶ Hotte aspirante avec filtres aux normes : 2 000 à 6 000 €
- ▶ Conduit d'évacuation jusqu'à la toiture : 1 500 à 6 000 €
- ▶ Moteur d'extraction : 1 500 à 4 000 €
- ▶ Filtration anti-graisse + lavage : 500 à 2 000 €
- ▶ Bouches d'aération / VMC d'appoint : 500 à 2 000 €

Si votre local n'a pas de conduit existant, faites chiffrer AVANT de signer le bail. Cela peut être rédhibitoire.

CHAPITRE 14

14. Combien ça coûte vraiment ? Trois budgets types

Pour vous aider à calibrer votre projet, voici trois budgets types réalistes, basés sur ce que nous voyons quotidiennement chez nos clients OCAZPRO et ECONOCHR. Ces chiffres sont indicatifs et varient selon votre concept précis.

14.1 Budget « snacking-bar mini » : 40-50 m², investissement 50-70 k€

Poste	Montant
Travaux d'aménagement (peinture, sol, plomberie)	12 000 €
Équipement cuisine (froid, cuisson, préparation)	20 000 €
Extraction et VMC	5 000 €
Mobilier salle (10-15 places)	4 000 €
Caisse, TPE, logiciels	3 000 €
Vaisselle, ustensiles, petit matériel	2 500 €
Enseigne et signalétique	2 500 €
Stock initial	3 000 €
Communication d'ouverture	1 500 €
Honoraires (avocat, expert-comptable, formations)	2 500 €
Trésorerie de démarrage (2 mois charges)	8 000 €
TOTAL	≈ 64 000 €

Pour qui ?

Ce budget convient à un porteur de projet avec un apport personnel de 15-20 k€, qui démarre seul (sans salarié au début), sur un concept clair (sandwich, kebab, salade, ou pizza à la part), dans une ville moyenne ou un quartier en développement.

14.2 Budget « snacking-bar moyen » : 60-80 m², investissement 90-120 k€

Poste	Montant
Achat fonds de commerce ou droit au bail	15 000 €
Travaux d'aménagement complet	25 000 €
Équipement cuisine complet (haut de gamme)	32 000 €
Extraction et VMC	8 000 €
Mobilier salle (25-35 places, soignées)	9 000 €
Caisse, TPE, logiciels (omnicanal)	5 000 €
Vaisselle et ustensiles	3 500 €
Enseigne lumineuse et signalétique	4 500 €
Stock initial	5 000 €
Communication d'ouverture (site, réseaux, flyer)	3 000 €
Honoraires	3 500 €
Trésorerie de démarrage (2-3 mois)	12 000 €
TOTAL	≈ 125 500 €

Pour qui ?

Ce budget convient à un porteur de projet avec 25-30 k€ d'apport, qui veut un concept identitaire fort, un local en centre-ville ou zone commerciale active, avec ambition d'embaucher dès la première année.

14.3 Budget « snacking-bar premium » : 100-150 m², investissement 150-250 k€

Poste	Montant
Achat fonds de commerce dans zone prime	40 000 €
Travaux d'aménagement complet et design	60 000 €
Équipement cuisine premium (top de gamme)	50 000 €
Extraction professionnelle complète	15 000 €
Mobilier salle design (50-70 places)	20 000 €
Système digital complet (bornes, gestion)	10 000 €
Vaisselle et art de la table	6 000 €
Identité visuelle, enseigne, signalétique	12 000 €
Stock initial qualitatif	8 000 €
Communication d'ouverture (RP, influence)	8 000 €
Honoraires (architecte, avocat, comptable)	10 000 €
Trésorerie de démarrage (3-4 mois)	25 000 €
TOTAL	≈ 264 000 €

Pour qui ?

Ce budget concerne les projets ambitieux en cœur de grande ville (Lille centre, par exemple), avec un concept différenciant et une ambition de devenir une référence locale. Apport personnel requis : 60-80 k€ minimum.

CHAPITRE 15

15. Neuf, occasion, leasing : ce qu'il faut savoir

L'équipement représente 30 à 40 % de votre investissement initial. C'est l'un des plus gros postes — et celui où vous pouvez économiser le plus si vous faites les bons choix. Trois options s'offrent à vous : neuf, occasion qualifiée, leasing.

15.1 Le neuf : sécurité maximale

L'équipement neuf offre la garantie constructeur (1 à 3 ans selon les marques), la performance maximale, et l'image. C'est la solution la plus sécurisante, mais aussi la plus chère.

Avantages neuf	Inconvénients neuf
Garantie constructeur 1-3 ans	Coût élevé (+30 à 50 % vs occasion)
Performance et consommation optimisées	Décote rapide (-30 % en 1 an)
Conformité réglementaire actuelle	Délais de livraison parfois longs
SAV constructeur	Investissement de départ alourdi
Image moderne du local	Pas adapté aux petits budgets

15.2 L'occasion qualifiée : l'opportunité méconnue

L'occasion qualifiée — c'est-à-dire de l'équipement professionnel reconditionné, garanti, vérifié — est l'option la plus rentable pour la plupart des porteurs de projet. Elle permet d'économiser 40 à 60 % par rapport au neuf, pour une performance quasi équivalente.

Avantages occasion qualifiée	Points de vigilance
Économie de 40-60 % vs neuf	Choisir un revendeur professionnel reconnu
Disponibilité immédiate (showroom)	Vérifier la garantie proposée
Équipements de marques pro (Rational, Lainox, Friginox, etc.)	S'assurer du contrôle technique avant achat
Conformité réglementaire vérifiée	Préférer les pièces traçables
Décote moindre à la revente	Vérifier la disponibilité des pièces SAV

L'occasion qualifiée chez OCAZPRO

OCAZPRO est spécialiste de l'occasion CHR qualifiée depuis 1995. Nos équipements sont systématiquement vérifiés, nettoyés, testés et garantis 6 mois minimum. Nous travaillons avec les meilleures marques professionnelles (Rational, Electrolux, Friginox, Bonnet, Mareno). Notre showroom de 4 000 m² à La Gorgue présente en permanence plus de 1 500 références prêtes à la livraison. Pour un porteur de projet, c'est l'opportunité d'avoir du matériel pro à un budget accessible.

15.3 Le « neuf déclassé » : le compromis méconnu

Entre le neuf et l'occasion existe une troisième voie : le neuf déclassé. Ce sont des équipements neufs qui ne peuvent plus être vendus comme tels (fin de série, modèle d'exposition, légère rayure cosmétique, retour client jamais utilisé). Ils sont neufs, garantis comme du neuf, mais à -25 à -40 % du prix catalogue.

Le neuf déclassé chez ECONOCHR

ECONOCHR, marque sœur d'OCAZPRO, est spécialiste du neuf et du neuf déclassé. C'est la solution idéale pour les porteurs de projet qui veulent du neuf garanti constructeur, sans payer le prix fort. Nous disposons en permanence d'un stock de plusieurs centaines de références en neuf déclassé. Mêmes marques, mêmes performances, garantie identique au neuf — pour 25 à 40 % de moins.

15.4 Le leasing : étaler dans le temps

Le crédit-bail (leasing) consiste à louer l'équipement avec option d'achat en fin de contrat (généralement 3 à 5 ans). C'est une alternative au prêt bancaire classique.

Avantages leasing	Inconvénients leasing
Pas d'apport personnel nécessaire	Coût total plus élevé qu'un achat
Loyers déductibles fiscalement	Engagement difficile à rompre
Renouvellement facile (technologie)	Pas propriétaire avant fin de contrat
Préserve la trésorerie de démarrage	Loyers à payer même si vous fermez

15.5 Notre recommandation pratique

Le mix gagnant pour un démarrage rentable

- ▶ Le gros équipement (chambre froide, four mixte, plonge) : achat neuf ou neuf déclassé pour avoir la garantie maximale sur ces équipements critiques.
- ▶ L'équipement intermédiaire (frigos, plaques, friteuses) : occasion qualifiée pour économiser massivement sans sacrifier la fiabilité.
- ▶ Le petit matériel (vaisselle, ustensiles, mobilier) : neuf standard souvent peu d'écart entre neuf et occasion, autant prendre du neuf.

Sur un budget équipement total de 30 000 €, ce mix permet une économie de 8 à 15 % par rapport à du 100 % neuf, soit 3 à 5 k€ qui restent dans votre trésorerie de démarrage.

PARTIE 5

Ouvrir et faire vivre

Équipe, carte, communication, erreurs à éviter.

CHAPITRE 16

16. Recruter et fidéliser son équipe

Dans un snacking-bar, la qualité de l'équipe fait la qualité du service, qui fait la qualité de l'expérience client, qui fait votre chiffre d'affaires. Recruter et fidéliser, c'est l'enjeu numéro un après l'ouverture.

16.1 Combien de personnel ?

Le bon dimensionnement dépend de votre CA et de vos horaires. Voici une règle simple :

Niveau d'activité	Personnel total	Composition typique
CA < 150 k€/an, faible affluence	1 personne (vous)	Vous seul, peut-être 1 extra week-end
CA 150-250 k€/an	1 + 0,5-1 ETP	Vous + 1 mi-temps midi
CA 250-400 k€/an	1 + 2 ETP	Vous + 1 cuisinier + 1 service
CA 400-600 k€/an	1 + 3-4 ETP	Vous + 1 cuisinier + 2 service + appoint

16.2 Où trouver le bon profil

- **Pôle Emploi / France Travail** : base massive de candidats, dispositifs d'aide à l'embauche (POE, AFPR).
- **L'apprentissage** : CFA hôtelier, formation continue. Coût horaire très avantageux, vous formez à votre méthode.
- **Le bouche-à-oreille local** : le meilleur canal pour trouver des profils motivés et fiables. Demandez à vos premiers salariés s'ils connaissent quelqu'un.
- **Indeed, Hellowork, Welcome to the Jungle** : plateformes massives, payantes mais efficaces.
- **Facebook Groupes locaux** : souvent gratuit, très efficace en zone urbaine.
- **Affichage en vitrine** : « Nous recrutons » bien visible. Toujours efficace, étonnamment.

16.3 Fidéliser : ce qui fait vraiment la différence

Dans le snacking-bar, le turnover peut être très élevé. Pour fidéliser, le salaire n'est qu'une partie de l'équation. Ce qui retient vraiment :

- 18.Des horaires prévisibles.** Planning fixé 15 jours à l'avance, modifications rares. Cela permet aux salariés d'organiser leur vie.
- 19.Un management juste et bienveillant.** Pas de cris en service, pas de favoritisme, reconnaissance des efforts. Vous donnez le ton.
- 20.La possibilité d'évoluer.** Formation, polyvalence, montée en responsabilité. Un salarié qui voit un avenir reste.
- 21.Des conditions de travail correctes.** Vestiaire propre, repas pris en charge, équipement de protection, climatisation en été. Ces détails comptent.
- 22.L'intéressement aux résultats.** Prime mensuelle sur le CA, prime de fin d'année, treizième mois. Aligne les intérêts.
- 23.Le respect des contrats.** Salaire à l'heure (avec virement le 5), heures sup payées, congés respectés. La base, et pourtant souvent ignorée.

16.4 La convention collective HCR

Votre snacking-bar relève de la convention collective HCR (Hôtels, Cafés, Restaurants), n° IDCC 1979. Elle impose des règles strictes : salaire minimum supérieur au SMIC pour certains échelons, indemnité repas, prime d'ancienneté, formation continue, classification des emplois. À étudier ou à confier à un expert-comptable.

CHAPITRE 17

17. Construire sa carte et fixer ses prix

La carte est votre principal outil commercial. Elle conditionne votre identité, votre productivité, vos marges, et votre image. Une carte mal construite vous coûtera des dizaines de milliers d'euros par an.

17.1 Les 6 règles d'or d'une carte de snacking-bar

- 24. Pas plus de 15-20 références.** Au-delà, vous perdez en qualité, en rotation, en gestion. Mieux vaut 12 produits maîtrisés que 25 produits moyens.
- 25. 3-4 produits signatures clairement identifiés.** Vos meilleures ventes. Mis en avant visuellement. C'est ce qui définit votre identité.
- 26. Une cohérence d'ingrédients.** Les mêmes produits doivent servir dans plusieurs plats (la même tomate dans la salade, le burger, le wrap). Réduit pertes et complexité.
- 27. Une diversité « santé / classique / gourmand ».** Au moins 1-2 options healthy (salade, wrap léger), des classiques (burger, sandwich), et 1-2 options plaisir (option gourmande).
- 28. Une carte saisonnière en rotation.** Quelques produits permanents (les piliers) + 2-3 produits saisonniers (renouvelés tous les 3-4 mois). Crée la nouveauté.
- 29. Une vraie pensée allergènes et régimes.** Option végétarienne, option sans gluten, indication claire des allergènes. C'est devenu une attente standard.

17.2 Fixer les prix : la méthode du coefficient

Le prix d'un plat doit couvrir : le coût matière, les charges fixes proportionnelles, et dégager une marge nette. La méthode la plus simple est le coefficient multiplicateur.

La méthode du coefficient

Coût matière du plat × coefficient = prix de vente HT

Coefficient recommandé en snacking : 3 à 3,5 (soit 28-33 % de coût matière)

Exemple : un burger qui coûte 2,80 € en matière → prix de vente HT 9,10 € → prix de vente TTC (TVA 10 %) ≈ 10,00 €

17.3 La grille tarifaire en pratique

Pour calibrer vos prix par rapport au marché, voici les fourchettes 2025 (étude Speak Snacking, données Circana) :

Produit	Prix moyen 2025	Fourchette acceptable
Sandwich classique	5-7 €	4,50-9 €
Sandwich premium / club	8-10 €	7-12 €
Burger classique	9,32 €	8-11 €
Burger gourmet	13-15 €	12-18 €
Salade composée	8,10 €	7,50-10 €
Poke bowl / bowl healthy	11-13 €	10-15 €
Pizza part	3-5 €	2,50-6 €
Pizza entière	11,91 €	10-15 €
Tacos / kebab	9-11 €	8-13 €
Boisson softs	2,50-4 €	2-5 €
Café	1,50-3 €	1,20-3,50 €
Bière pression 25 cl	3,50-5,50 €	3-7 €
Verre de vin	4-6 €	3,50-8 €
Menu (plat + boisson + accompagnement)	10-14 €	9-18 €

La règle psychologique des prix

Préférez 9,90 € à 10 €. Préférez 13,50 € à 13 €. Les prix se terminant par 0 sont mal perçus (trop ronds, trop calculés). Les prix se terminant par 5 ou 9 sont mieux acceptés. Petite astuce gratuite qui peut représenter quelques pour cent de CA en plus.

CHAPITRE 18

18. Communiquer et faire venir les clients

Vous pouvez avoir le meilleur produit du monde, si personne ne sait que vous existez, vous ne faites pas de chiffre. La communication est aussi importante que la cuisine. Voici comment la structurer dès l'ouverture.

18.1 Les 5 piliers indispensables

Pilier 1 — La fiche Google Business Profile

C'est LE plus rentable. 100 % gratuit, 80 % de votre visibilité locale. Créez votre fiche, optimisez-la (photos de qualité, horaires, menu, adresse précise, téléphone), demandez des avis à vos premiers clients. Une fiche bien tenue avec 4,5 étoiles et 50+ avis génère des centaines de visites par mois.

Pilier 2 — Instagram

La plateforme reine du snacking. Postez 3-4 photos par semaine : produits, ambiance, équipe, coulisses. Utilisez les Stories quotidiennement. Les Reels (vidéos courtes) ont un reach énorme en 2026. Coût : 0 €. ROI : énorme.

Pilier 3 — Un site internet ultra-simple

Pas besoin d'un site à 5 000 €. Un site simple avec votre carte, vos horaires, votre adresse, vos coordonnées et un bouton « commander » suffit. Outils gratuits ou abordables : Google Sites, Wix, Shopify. Budget : 0-500 €. Indispensable.

Pilier 4 — Les plateformes de livraison

Uber Eats, Deliveroo : présence quasi obligatoire en 2026. Commission élevée (28-35 %) mais volume considérable. Au minimum, soyez présent dès l'ouverture sur au moins une plateforme. Vous arbitrerez après quelques mois.

Pilier 5 — L'avis client systématique

Après chaque achat, demandez l'avis. Un QR code sur le ticket, une carte de visite, un mot du serveur. Les avis Google sont la principale arme du snacking-bar moderne. Visez 4,5 étoiles et 100+ avis dans les 6 premiers mois.

18.2 Le calendrier de communication de l'année 1

Période	Actions de communication
J-30 (avant ouverture)	Créer comptes réseaux. Annoncer l'ouverture. Teaser visuel. Bâche extérieure.
J-15	Distribution flyers dans le quartier (3 000-5 000 exemplaires). Article presse locale.
J-7	Soft opening : journée test avec amis, famille, voisins. Photos pour les réseaux.
Jour J	Ouverture officielle. Animation : offre découverte, dégustation gratuite.
J+15	Campagne avis Google (sollicitez tous les clients). Lancement Uber Eats.
Mois 2-3	Stabilisation : rythme régulier sur Instagram, optimisation menu, fidélisation.
Mois 4-6	Première campagne payante locale (Facebook/Instagram ads, 200-500 €).
Mois 6	Première carte saisonnière. Communication événementielle.
Mois 9	Bilan annuel. Programme fidélité (carte fidélité, app, e-tampons).
Mois 12	Anniversaire 1 an : événement spécial. Communication forte.

CHAPITRE 19

19. Les 10 erreurs qui font fermer un snacking-bar

Plus de 30 % des snacking-bars ferment dans les 3 ans. Pas par malchance, mais par des erreurs évitables. Voici les 10 erreurs récurrentes que nous voyons — et que vous pouvez éviter en les connaissant.

Les 10 erreurs à NE PAS commettre

- 30. Sous-estimer la trésorerie de démarrage.** Le manque de cash dans les 3 premiers mois est la cause numéro 1 de fermeture. Prévoyez 2-3 mois de charges fixes en trésorerie disponible.
- 31. Choisir un mauvais emplacement.** L'emplacement compte pour 80 % du succès. Ne signez jamais un bail dans la précipitation. Comptez les passants, étudiez la concurrence, visitez à différentes heures.
- 32. Vouloir une carte trop large.** « Je vais faire de tout pour ne pas perdre de clients ». Erreur. Vous perdez en qualité, en marge, en identité. 15 produits maîtrisés battent 30 produits moyens.
- 33. Mal calculer ses prix.** Vendre à 8 € un plat qui coûte 3,50 € en matière, c'est se condamner. Coefficient minimum 3, idéalement 3,5.
- 34. Ne pas connaître ses chiffres.** Vous devez savoir chaque jour combien vous avez encaissé, combien vous avez dépensé en matière, combien de tickets, le panier moyen. Sans ces données, vous pilotez à l'aveugle.
- 35. Recruter sans tester.** Un mauvais salarié peut tuer l'ambiance de toute votre équipe. Période d'essai obligatoire, suivi sérieux pendant cette période. Soyez rigoureux.
- 36. Négliger l'hygiène.** Un seul contrôle DDPP raté = fermeture administrative. Plus prosaïquement, un client malade fait des dégâts irréparables sur les réseaux. L'hygiène est non négociable.
- 37. Ne pas écouter les clients.** Les retours négatifs sont des cadeaux. Lisez chaque avis Google, répondez, ajustez. Le client est votre seul vrai patron.
- 38. Refuser de déléguer.** Vous ne pouvez pas tout faire seul, et vouloir tout contrôler vous épuise. Apprenez à former, à déléguer, à faire confiance. Sinon, vous brûlerez au bout d'un an.
- 39. Oublier de communiquer.** « Mon produit est bon, le bouche-à-oreille suffira ». Faux. Le bouche-à-oreille ne démarre que si on lui donne un coup de pouce initial : visibilité réseaux, avis, partenariats locaux.

B O N U S

L'offre OCAZPRO Créateur

Notre engagement pour les porteurs de projet CHR.

BONUS**Une offre pensée pour vous : OCAZPRO Créateur**

Vous arrivez à la fin de ce guide. Nous espérons qu'il vous aura aidé à structurer votre projet, à éviter des pièges, et à mieux mesurer ce qui vous attend.

Si vous décidez de poursuivre l'aventure, nous serions honorés de vous accompagner sur la partie équipement. Voici concrètement ce que nous proposons aux porteurs de projet — c'est notre offre OCAZPRO Créateur, lancée pour 2026.

Qui sommes-nous ?

OCAZPRO et ECONOCHR sont deux enseignes commerciales sœurs, basées à La Gorgue (Nord), qui équipent depuis 30 ans les professionnels du CHR :

Enseigne	Spécialité	Garantie
OCAZPRO	L'occasion CHR qualifiée et le neuf déclassé : équipement professionnel reconditionné, vérifié, garanti — pour les budgets qui veulent du pro sans payer le prix du neuf	6 mois minimum
ECONOCHR	Le neuf CHR : marques reconnues, dernières innovations, performances et économies d'énergie	Garantie constructeur 1-3 ans

4 000 m²

Showroom à La Gorgue (59), à 30 km de Lille

Pourquoi notre showroom est unique

À 30 km de Lille, accessible en 30 minutes depuis Béthune, Armentières, Hazebrouck, Saint-Omer, Dunkerque, notre showroom de 4 000 m² est aujourd'hui le plus grand de la région Hauts-de-France dédié à l'équipement CHR. Vous y trouverez :

- **Plus de 1 500 références en stock permanent** — vous voyez, touchez, comparez avant d'acheter.
- **Tous les univers représentés** — froid, cuisson, préparation, lavage, salle, café, pizza, snacking spécialisé.
- **Les meilleures marques professionnelles** — Rational, Lainox, Electrolux, Friginox, Bonnet, Mareno, La Marzocco, et bien d'autres.
- **Une équipe de conseillers spécialisés CHR** — qui prennent le temps de comprendre votre projet, de conseiller, pas seulement de vendre.
- **Disponibilité immédiate** — pas de délais de fabrication de 12 semaines : ce que vous voyez, vous l'emportez.

L'offre OCAZPRO Créateur — ce que vous obtenez

Notre engagement pour votre projet de snacking-bar

- ▶ **Un rendez-vous découverte gratuit** au showroom ou en visio, pour comprendre votre projet et vous orienter.
- ▶ **Un plan d'équipement personnalisé** avec un devis détaillé par poste, gratuit et sans engagement.
- ▶ **Une remise dédiée aux porteurs de projet** sur votre première commande (conditions précisées en rendez-vous).
- ▶ **Une formule mix neuf / occasion qualifiée / neuf déclassé** optimisée pour votre budget de démarrage.
- ▶ **La livraison et l'installation possibles** sur toute la région Hauts-de-France.
- ▶ **Un SAV de proximité** avec techniciens dédiés et pièces disponibles.
- ▶ **Un accompagnement après l'ouverture** — renouvellement, ajouts, remplacements quand votre activité grandit.

Comment nous rencontrer

La meilleure façon de commencer est simple : venez visiter notre showroom. C'est gratuit, sans rendez-vous obligatoire, et vous repartirez avec une vision claire de ce qui est possible pour votre projet, dans votre budget.

Coordonnées OCAZPRO • ECONOCHR	
Adresse du showroom	74 rue de Verdun, 59253 La Gorgue
Horaires d'ouverture	Lundi au vendredi : 9h-12h et 14h-18h • Samedi : 9h-12h
Téléphone	À compléter par OCAZPRO
Email	contact@ocazpro.fr (à confirmer)
Site internet	ocazpro.fr • econochr.fr
Accès	Parking gratuit • À 30 min de Lille, Béthune, Armentières

Une dernière chose

Ce guide vous a été utile ?

Partagez-le avec un futur créateur autour de vous. Et si nous pouvons vous aider sur votre projet, n'hésitez pas — c'est notre métier depuis 30 ans, et ce sera notre plaisir.

Excellente aventure à vous.



OCAZPRO • ECONOCHR — Le spécialiste de l'équipement CHR
Guide gratuit édité par OCAZPRO • Diffusion libre