

# FOOD TRUCK

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

COMPÉTENCES	SPÉCIFICITÉS	VIE PRIVÉE
		
<p>Qualification professionnelle</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>Poids des investissements</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>Niveau de rémunération</p> <p>● ● ● ● ●</p>
<p>Aptitudes commerciales</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>Importance de la qualité de l'emplacement</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>Degré des contraintes horaires</p> <p>● ● ● ● ●</p>
<p>Maîtrise de la gestion</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>Intensité de la concurrence</p> <p>● ● ● ● ●</p>	<p>Facilité de remplacement</p> <p>● ● ● ● ●</p>

## SOMMAIRE

LE MARCHÉ DES FOOD TRUCKS .....	2
LA RÉGLEMENTATION DES FOOD TRUCKS .....	5
L'ACTIVITÉ DES FOOD TRUCKS .....	8
LES POINTS DE VIGILANCE DES FOOD TRUCKS.....	12
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR .....	14

## LE MARCHÉ DES FOOD TRUCKS

Concept de restauration ambulante très répandu outre-Atlantique, le food truck est apparu sur le marché français au début de la décennie.

L'émergence de ce marché repose sur plusieurs facteurs :

- le dynamisme du secteur de la restauration rapide qui répond à la fois aux contraintes économiques des consommateurs (ticket moyen plus faible que dans la restauration traditionnelle) et aux évolutions des modes de consommation (nomadisme, temps accordé aux repas de moins en moins élevé, etc.).
- l'engouement des consommateurs pour les concepts novateurs qui constituent des alternatives aux segments du burger ou de la sandwicherie à la française. Par ailleurs, l'intérêt porté à ce segment de la restauration par certains grands chefs cuisiniers français contribue à son image de qualité auprès des consommateurs.
- les politiques de maillage territoriales menées par les leaders du secteur de la restauration rapide ces dernières décennies ayant entraîné une saturation de l'offre dans certaines zones, les food trucks ont l'avantage de pouvoir aller au plus près des consommateurs et de cibler ainsi de nouvelles zones de chalandises très fréquentées (zones tertiaires, universités, stades, hôpitaux, etc.).
- le modèle économique du food truck est accessible à davantage de porteurs de projets en raison d'investissements de départ plus modestes qu'en restauration classique.

Malgré ce contexte favorable, l'essor des food truck est freiné par une réglementation stricte encadrant les emplacements, soumis à autorisation aussi bien dans l'espace public que privé.

## Tendances

Bien que le secteur soit encore atomisé, certains groupes de la restauration tendent à investir ce segment de marché afin de conquérir de nouvelles zones de chalandises (Elior, Courtepaille, Quick). Le marché des food trucks devrait donc, peu à peu, se structurer autour de réseaux (en propre ou en franchise).

Le nombre de demandes d'emplacements sur le domaine public devrait continuer à croître mais les opportunités resteront limitées en raison de la réglementation en vigueur. Dans ce contexte, des services de mises en relation entre food truckers et privés disposant d'emplacements devraient se développer.

## L'organisation du marché

### Selon le type d'emplacement :

- **les emplacements du domaine public** : le professionnel doit obtenir une autorisation d'occupation temporaire du domaine public auprès de la mairie ou de la préfecture. Cette autorisation est soumise au paiement d'une redevance dont le montant est fixé par la municipalité. Le nombre de ces emplacements est très limité. A titre d'exemple, la Ville de Paris n'a délivré d'autorisation qu'à 56 food trucks pour 2015.
- **les emplacements du domaine privé** : le professionnel négocie avec le propriétaire de l'emplacement (parking, enceinte d'une entreprises, etc) ou recours à un service de mise en relation entre food truckers et propriétaires privés. Les redevances sont généralement plus élevées que pour les emplacements du domaine public.

## Selon le type de prestation :

- **exploitation régulière d'un ou plusieurs emplacement(s)** : le food trucker se constitue une clientèle d'habitues pour le déjeuner et/ou dîner à jours fixes (quotidiens ou hebdomadaires).

- **événements privés ponctuels** : la plupart des professionnels proposent une offre de privatisation du food truck (mariage, anniversaire, festival, événement d'entreprise, etc.).

		FOOD TRUCK
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2015	400 <sup>(1)</sup>
	2017	154,5 <sup>(2)</sup>
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR DE LA RESTAURATION RAPIDE EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2010)	2016	139,4
	2015	129,0
	2014	122,6
	2013	118,7
	2012	114,0
	2011	108,2
	2010	100,0

<sup>(1)</sup> Source : Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

<sup>(2)</sup> Source : INSEE, Bulletin statistique.

# LA RÉGLEMENTATION DES FOOD TRUCKS

## Les aptitudes professionnelles

Gestionnaire rigoureux, le professionnel doit également disposer de bonnes aptitudes commerciales et relationnelles pour négocier des emplacements avec des partenaires privés (entreprises, grandes surfaces, organisateurs de salons ou de festivals, etc.).

Dynamique, il s'adapte aux contraintes de la restauration (horaires, station debout) et à celles plus spécifiques aux food trucks (gestion des emplacements, aléas climatiques, logistique liée à la mobilité, etc.).

Enfin, le professionnel doit parfaitement maîtriser l'usage du web et des réseaux sociaux pour se faire connaître et fidéliser sa clientèle.

## L'environnement réglementaire

### Les contraintes à l'installation

Le professionnel doit obtenir une carte de commerçant ambulant, même si l'activité n'est que saisonnière, auprès du centre de formalités des entreprises compétent (Chambre des Métiers et de l'Artisanat si les plats sont préparés à partir de produits frais, Chambre du Commerce et de l'Industrie si les produits vendus ne sont pas transformés). Cette carte doit être renouvelée tous les quatre ans.

Pour exploiter un emplacement sur le domaine public, le professionnel doit obtenir une autorisation d'occupation temporaire (permis de stationnement) auprès de la mairie (ou de la préfecture s'il s'agit d'une route nationale, départementale ou de certaines artères de la ville). Cette autorisation est soumise au paiement d'une redevance dont le montant est fixé par la municipalité. A noter, les autorisations d'occupation temporaires du domaine public sont personnelles (elles ne peuvent ni être cédées, ni être sous-louées, ni être vendues), précaires

(elles sont valables pour une durée déterminée) et révocables (elles peuvent être suspendues ou retirées à tout moment).

Pour s'installer sur un marché, le professionnel doit demander un emplacement auprès de la mairie et s'acquitter d'un droit de place.

Pour les emplacements privés, le professionnel doit obtenir l'autorisation du propriétaire de l'emplacement.

Depuis le 1er octobre 2012, tous les établissements de restauration doivent compter dans leurs effectifs au moins une personne pouvant justifier d'une formation en hygiène alimentaire (formation de 14 heures auprès d'un organisme agréé ou justification de trois ans d'expérience professionnelle dans le secteur alimentaire en qualité de responsable ou encore, détention d'un diplôme de niveau V figurant dans l'arrêté du 25 novembre 2011).

Pour la vente d'alcool, le professionnel doit être titulaire d'une licence : "petite licence restaurant" pour les boissons du deuxième groupe (bière, vin, cidre), "licence restaurant" pour les boissons du troisième et quatrième groupe (les autres boissons alcoolisées). Pour obtenir la licence, le professionnel doit effectuer une déclaration préalable auprès de la mairie (ou de la Préfecture de Police à Paris) au moins 15 jours avant l'ouverture et obtenir un permis d'exploitation délivré par un organisme agréé à l'issue d'une formation obligatoire de 20h (ce permis est valable 10 ans).

Le professionnel doit également effectuer une déclaration auprès de la Direction Départementale en Charge de la Protection des Populations (DDCPP).

Enfin, le professionnel doit être titulaire d'un permis de conduire adapté au camion qu'il exploite.

## **Les principaux points de la réglementation professionnelle**

Les food trucks sont soumis aux mêmes règles d'hygiène et de sécurité sanitaire que les restaurants classiques (règlement 852/2004 du 29 avril 2004 qui énonce les obligations générales en matière de sécurité sanitaire des aliments, d'aménagement des locaux et d'équipements ainsi que l'arrêté du 21 décembre 2009 portant sur les règles sanitaires d'entreposage et de transport de produits d'origine animale).

Le camion doit répondre aux normes de sécurité applicables aux établissements recevant du public.

Depuis le 15 juillet 2014, la mention "fait maison" est obligatoire pour tous les établissements de restauration. La mention concerne les produits crus transformés sur place. Par dérogation, pour les établissements ambulants, les plats peuvent être réalisés en dehors des lieux où ils sont vendus. Le logo ou la mention "fait maison" doit être placé en face de chacun des plats concernés (si tous les plats sont faits maison, le restaurateur peut positionner le logo ou la mention à un endroit unique de la carte).

## **Statut juridique et fiscal**

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

# L'ACTIVITÉ DES FOOD TRUCKS

## L'installation

Pour exploiter un emplacement sur le domaine public, le professionnel doit obtenir une autorisation d'occupation temporaire auprès de la mairie ou de la préfecture. Contre redevance, il peut installer son food truck sur un emplacement pour une durée déterminée (ces autorisations peuvent à tout moment être suspendues, en cas de travaux de voiries par exemple). Ces autorisations n'étant pas cessibles, la reprise d'une affaire existante ne garantit pas au repreneur qu'il pourra exploiter les emplacements du cédant.

Les autorisations d'occupation temporaire sur le domaine public étant délivrées au compte goutte par les municipalités, les professionnels doivent démarcher des propriétaires privés (parking privés, enceintes d'entreprises, etc.).

## Les investissements

Le principal investissement concerne l'achat d'un camion. Certains fabricants proposent des camions aménagés et équipés aux normes, les prix variant de 50 000 à 100 000 euros. L'aménagement et la mise aux normes d'un camion, pour le transformer en food truck, représente un investissement moyen de 20 000 euros.

A noter, il existe un marché de l'occasion permettant de limiter l'investissement de départ.

Certains professionnels disposent d'un laboratoire de cuisine. Des investissements pour l'aménager et l'équiper aux normes sont alors nécessaires.



## La gestion

### Le suivi au quotidien

Le professionnel suit l'évolution de son chiffre d'affaires journalier (nombre de plats ou menus vendus et ticket moyen). Il doit être très attentif à son environnement (changement du plan de circulation, fermetures ou déplacements d'entreprises, installation d'un concurrent ou d'un restaurant rapide à proximité, etc.) et s'adapter aux évolutions des modes alimentaires.

Il doit consacrer du temps à la recherche de nouveaux emplacements et soigner ses relations avec ses interlocuteurs, aussi bien privés que publics, pour pérenniser ses emplacements.

Du fait de sa mobilité, le professionnel veille également à gérer quotidiennement son site web et sa présence sur les réseaux sociaux (localisation des emplacements en temps réel, horaires, menus, photos, actualités, etc.). Il a également tout intérêt à se référencer auprès de sites spécialisés dans la géolocalisation de food trucks pour renforcer sa visibilité.

### Les recettes de l'activité

Le ticket moyen de la restauration rapide se situe autour de 10 euros. Pour les concepts de food trucks s'inspirant de la gastronomie, le ticket moyen est plus élevé (autour de 15 euros). Le chiffre d'affaires annuel moyen est très variable et dépend principalement de l'emplacement (saisonnalité de l'emplacement, typologie de la zone de chalandise, etc) et du nombre de jours d'activité et de services quotidiens. L'offre de privatisation du food truck pour un évènement (mariage, anniversaire, soirée d'entreprise, etc) génère un chiffre d'affaires profitable, assurant au professionnel une marge commerciale plus importante (facturation de forfaits, offre personnalisée, etc.).

### **Les charges à surveiller**

Les principales charges sont liées au camion (location d'un garage, assurance, entretien, frais d'essence) et aux redevances des emplacements (8% du chiffre d'affaires pour un emplacement sur le domaine public à Paris, jusqu'à 30% pour un emplacement privé). La location d'un espace de stockage, voire d'un laboratoire de cuisine, les charges de personnel et les achats représentent les autres postes de charges importants.

### **La maîtrise du résultat**

Le résultat dépend de la maîtrise des achats et des charges externes (redevances, loyers, etc.). Pour les affaires importantes, le résultat dépend aussi de la maîtrise des charges de personnel.

### **La gestion financière et les besoins en trésorerie**

A l'installation, les fonds propres doivent financer au minimum 50% du camion. Le renouvellement, ou l'achat d'un véhicule supplémentaire, peuvent être financés par crédit bail.

La trésorerie doit toujours être positive en raison des règlements comptants de la clientèle et des délais fournisseurs.

		RESTAURATION RAPIDE
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2017	15 052 <sup>(1)</sup>
	2016	15 019
	2015	13 261
	2014	15 513
	2013	11 900
	2012	11 254
	2011	10 810
	2010	11 560

<sup>(1)</sup> Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

### Les principales difficultés du métier

#### • L'obtention d'emplacements

Les municipalités délivrent très peu d'autorisations de stationnement sur le domaine public et elles ne sont accordées que pour une durée déterminée. Les professionnels sont donc contraints de chercher en permanence de nouveaux emplacements et de se tourner vers les propriétaires privés.

#### • La rentabilité de l'activité

Dans l'espace privé, les redevances étant négociées de gré à gré, les emplacements de qualité sont très coûteux (jusqu'à 30% du chiffre d'affaires). Le professionnel doit donc veiller à la rentabilité de son activité.

#### • Le manque de professionnalisme

La faiblesse des investissements attire des investisseurs qui sont parfois mal préparés aux exigences et contraintes de la restauration (gestion des achats et des stocks, gestion du personnel, exigence d'une bonne santé physique, etc.).

Pour réussir, le professionnel doit donc disposer d'emplacements de qualité mais aussi construire une identité forte tout en misant sur la qualité de ses produits. Une expérience préalable réussie dans la restauration sera également un atout important.

		HEBERGEMENT ET RESTAURATION
EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE	2017	7 248 <sup>(1)</sup>
	2016	7 703
	2015	8 431
	2014	7 821
	2013	7 606
	2012	7 199
	2011	6 813
	2010	6 670
TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Food Truck	Nc <sup>(2)</sup>
	Moyenne tous secteurs	60,4 %

<sup>(1)</sup> Source : Banque de France.

<sup>(2)</sup> Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2010.

## EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR

### Les principales organisations professionnelles

#### Association Street Food en mouvement

4, rue Gramont - 75002 Paris

<http://www.streetfoodenmouvement.fr>

#### Fédération Française de la restauration mobile

21 place de la République - 75003 Paris

Tél : 01.84.88.41.16

<http://www.ffrm.fr/>

#### Association des restaurateurs de rue indépendants

16, rue des Petits Champs - 75002 Paris

<http://www.facebook.com/arriparisidf>

#### Food Trucks Association

20, avenue du Docteur Bertrand - 13090 Aix-en-Provence

Tél : 06.61.48.08.12

<https://www.foodtrucksassociation.fr/>

### La presse spécialisée

#### NéoRestauration

<http://www.neorestauration.com>

#### L'Hôtellerie Restauration

<http://www.lhotellerie-restauration.fr>