



Dossier de présentation

WWW.BISTROTDEPAYS.COM

La convivialité retrouvée

25 ans de convivialité

AU CŒUR DES TERRITOIRES RURAUX



À u début des années 1990, Bernard Reynal, le fondateur du concept, constate avec regret que tous les lieux de vie sociale de son village de Corrèze s'éteignent à petit feu : l'école va bientôt fermer, l'église est désertée. Il ne reste plus qu'un café restaurant qui risque bientôt de subir le même sort. Il imagine alors une action visant à réhabiliter ce haut lieu de convivialité des communes rurales. Pour lui la solution est claire : c'est l'union qui peut sauver le dernier commerce de son village.

L'ESPRIT BISTROT DE PAYS

Venez vous installer à leur table et goûter à l'authenticité d'un café fumant, d'un sirop rafraîchissant, d'un franc casse-croûte ou d'un vrai repas de terroir. Le tout arrosé de bons conseils glanés auprès des bistrotières et bistrotiers. Si vous aimez découvrir les richesses cachées du terroir et des villages, si vous êtes sensible à la diversité, si vous appréciez la convivialité, l'authenticité et la solidarité, vous serez à l'aise avec « l'esprit Bistrot de Pays » ! Bistrot de Pays n'est pas une franchise. Bistrot de Pays n'est pas qu'un simple guide de « bonnes adresses ». **Notre volonté est d'accompagner les bistrots, à travers des actions de communication, de formation et de mise en relation.** Nous aimons l'idée d'être porteur d'espoir pour ce secteur fragilisé. La convivialité, l'authenticité et la solidarité sont les maîtres mots de « l'esprit Bistrot de Pays ».

COUP D'OEIL DANS LE RÉTRO



Rôder la mécanique

1993 - 1998

Le label est expérimenté à l'échelle du Pays de Forcalquier - Montagne de Lure dans les Alpes-de-Haute-Provence.



En voiture, Simone !

1999 - 2003

Le concept s'étend à 8 nouveaux territoires français



Clignotants au vert

2003 - 2020

- La fédération nationale des Bistrots de Pays voit le jour.
- 130 bistrots sont labellisés.

LA CHARTE DES BISTROTS DE PAYS

L'opération Bistrot de Pays est une démarche originale mobilisant des établissements (bistrots, cafés, estaminets et autres débits de boissons) dans un projet de territoire. Le Bistrot de Pays a pour but, à travers un réseau local d'animation, de contribuer à la conservation et à l'animation du tissu économique et social en milieu rural par le maintien – ou la recréation – du café de village multiservices de proximité.

Un Bistrot de Pays doit donc :

Être situé dans une **commune rurale de moins de 2000 habitants.**



Constituer **le dernier** – ou l'un des derniers – **commerce(s)** du village.



Être **ouvert à l'année.**



Proposer, autant que possible, les **services de base** non assurés par ailleurs dans le village (tels que dépôt de pain, de tabacs, de journaux, petite épicerie...).



Disposer des **principaux documents d'information touristique** locale.



Organiser des **animations festives et culturelles** (au moins 3 par an).



Promouvoir les **produits du terroir.**



Proposer **au minimum une restauration de type casse-croûte** à toute heure, basée sur les produits régionaux.



Dans le cas où une **restauration complète** est assurée, proposer des repas où les **recettes** et les **produits du terroir** tiennent une place prépondérante.

État des lieux

LES CHIFFRES CLÉS

Les Français sont très attachés au bistrot. S'il y en avait 600.000 en France en 1960, il n'en reste que 34.669 en 2016. Aujourd'hui, 40% des communes en France n'ont plus de cafés alors que les établissements CHR (cafés, hôtels, restaurants) sont au cœur de l'écosystème des villages : ils sont créateurs d'emplois et de lien social, ils animent la vie du village, ils favorisent le déploiement d'une offre culturelle, ils participent à l'attractivité touristique des territoires, etc...



LE BISTROT, DANS LE COEUR DES FRANÇAIS

Leur rôle, essentiel dans le développement économique et social des territoires, est aussi largement reconnu par les Français. Selon un sondage IFOP pour l'UMIH, réalisé en mars 2018 auprès de 1012 personnes représentatives de la population française :

- La contribution des cafés, hôtels, restaurants aux communes rurales est reconnue de manière quasi-unanime par les Français : **90 % des Français pensent que dans une commune rurale, la présence d'un café / hôtel / restaurant contribue à la vie économique et au lien social.**
- Pour autant, ces commerces ne semblent pas toujours faciles à trouver : 68% des Français affirment avoir déjà eu des difficultés à trouver un hôtel, 54% un restaurant et 43% un café.
- Les Français plébiscitent la présence de services leur facilitant les échanges (accès wifi, distributeur d'argent, relai

poste), ou la possibilité de trouver des produits locaux. La vente de produits du tabac ou des jeux à gratter apparaît comme un service secondaire à proposer aux yeux des Français.

Selon un sondage Odoxa pour Des Cafés pour nos Régions / Heineken, réalisé en février 2020 auprès de 1002 personnes représentatives de la population française :

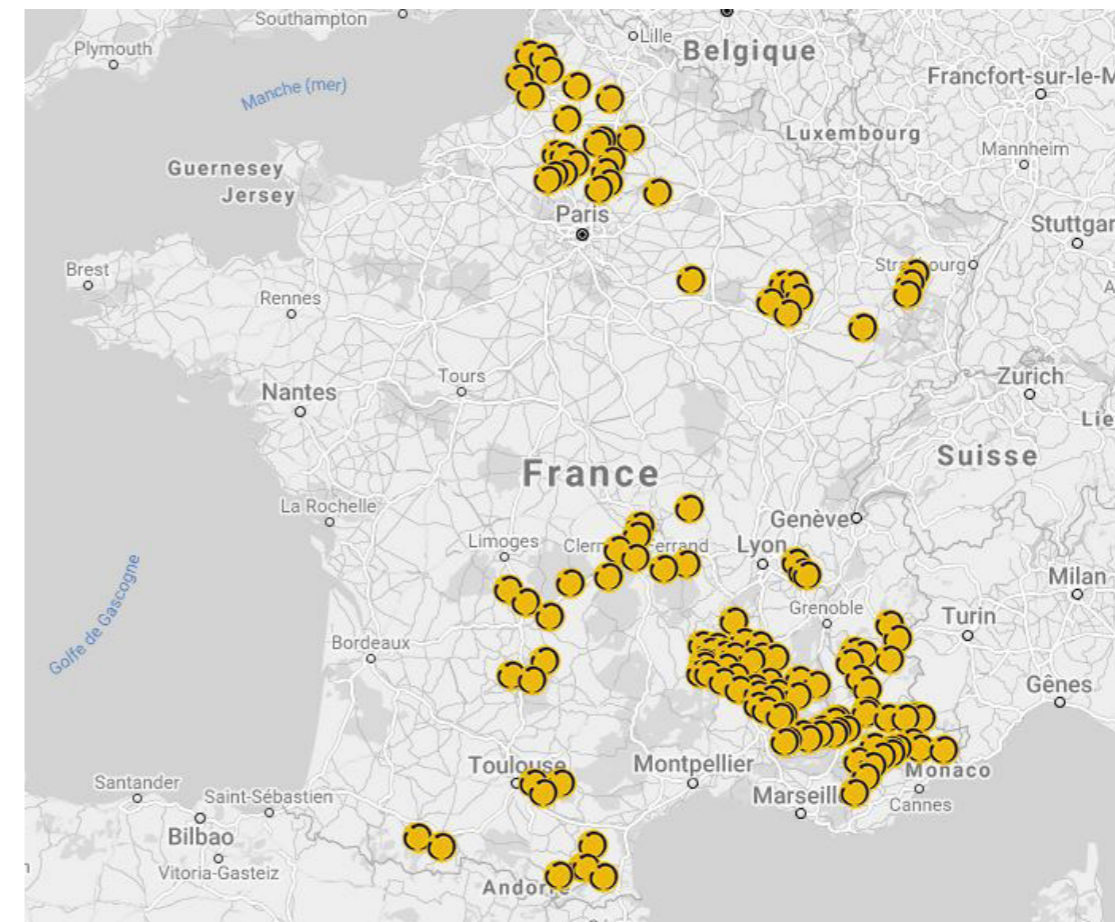
- 85% des Français perçoit le café/bistrot/bar français comme un lieu populaire, synonyme de détente, plaisir (85%) et même de convivialité (85%). Pour près de 9 Français sur 10 (86%), le café/bistrot fait même partie de l'identité de la France.
- Leur disparition est tout à fait regrettable pour 85% des interrogés.
- **Ils comptent sur leurs élus pour maintenir ou développer les cafés/bistrot/bars, et, de facto l'attractivité de leur commune : 87% des Français l'affirment.**

Sources : Sondage IFOP 2018 pour l'UMIH, Sondage Odoxa 2020 pour Des Cafés Pour Nos Régions/HEINEKEN.

LA SOLUTION BISTROT DE PAYS

Face à ce constat alarmiste, il existe des solutions : le métier évolue et les tendances de consommation aussi. Les cafés-restaurants diversifient leurs services avec notamment l'épicerie, la cantine scolaire, ou encore en devenant de véritables lieux de culture. Les savoir-faire s'enrichissent pour s'adapter à la demande de la clientèle. Des solutions existent et le label Bistrot de Pays en fait partie. Il s'attache à réinventer le bistrot et à l'accompagner.

Voir enquête pages 6 et 7.



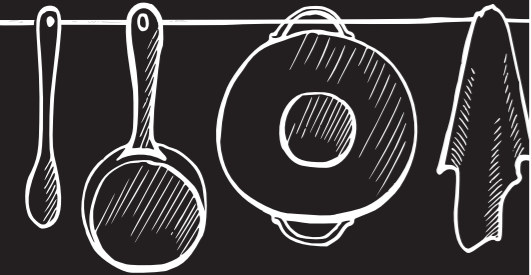
CHIFFRES CLÉS

LE RÉSEAU

130 établissements labellisés
7 régions, 23 départements, 11 relais d'animation locale (chambres de commerce, collectivités locales, syndicats mixtes)

LA FÉDÉRATION

- Une association à but non lucratif
- Un conseil d'administration composé de 11 membres bistrotiers et élus locaux
- Une équipe de 3 salariés



UNE ENQUÊTE A ÉTÉ RÉALISÉE EN 2019 AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DES BISTROTS DE PAYS FRANCE. 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, ENTRE SEPTEMBRE ET DÉCEMBRE 2019.



Photographie

DES BISTROTS DE PAYS EN FRANCE

PROFIL D'UN BISTROT



LOCATAIRES 67%
D'une collectivité publique **46%**
D'une propriété privée **21%**

PROPRIÉTAIRES 33%

DES BISTROTIER(E)S EXPÉRIMENTÉ(E)S

Plus de **91%** des interrogés ont plus de 10 ans d'expérience dans le CHR.

DES ENTREPRISES FAMILIALES

Dans **45%** des cas, le bistrot est tenu par un couple. Pour la grande majorité des bistrots, soit **83%**, un des exploitants est le chef de cuisine.

AUSSI BIEN DEDANS QUE DEHORS

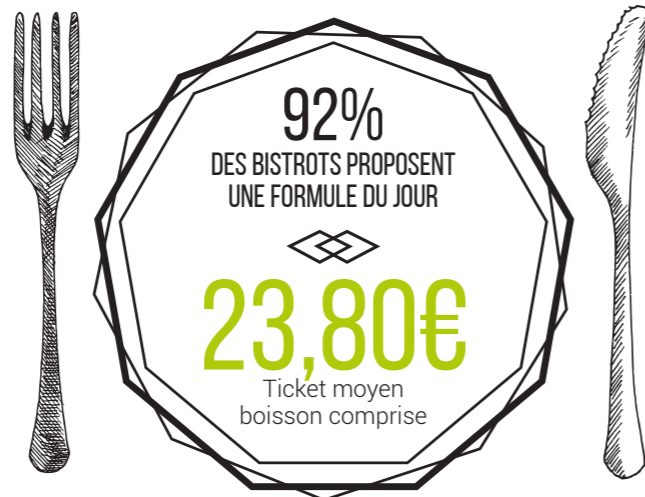
On compte en moyenne 47 places à l'intérieur pour 41 places en extérieur.

UN TIERS S'EST RECONVERTI

30% des installations résultent d'une reconversion professionnelle.

SERVICES

★ UNE OFFRE DE RESTAURATION COMPLÈTE ★



UNE OFFRE DE SERVICES

★ VARIÉE ★

27%
des Bistrots proposent de l'hébergement

ÉPICERIE **38%**

DÉPÔT PAIN **33%**

PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE **70%**

INTERNET **81%**

ÉCONOMIE



PRÈS DE LA
MOITIÉ
A PRÉVU DE TRANSMETTRE
LEUR ENTREPRISE D'ICI 2024...
...MAIS SEULEMENT
9%
SAVENT DÉJÀ
COMMENT.

UNE SOURCE D'EMPLOIS STABLE EN MILIEU RURAL

EFFECTIF SALARIÉ

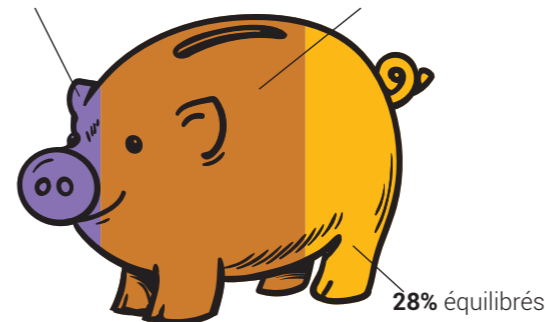


PERSPECTIVES

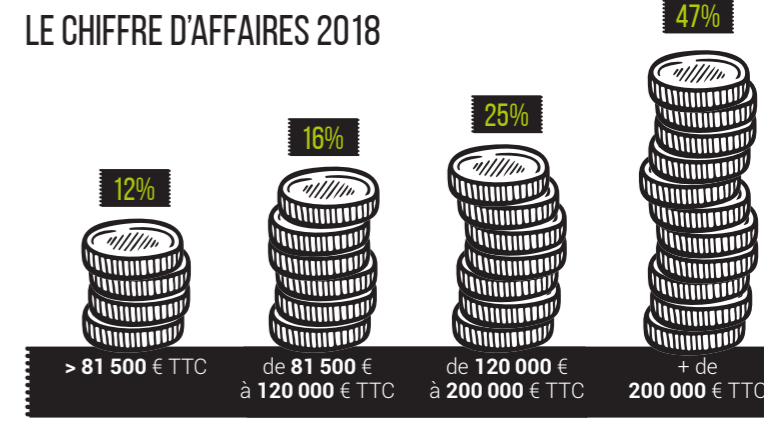
D'EMBAUCHE

LE RÉSULTAT 2018

18% déficitaires 54% excédentaires

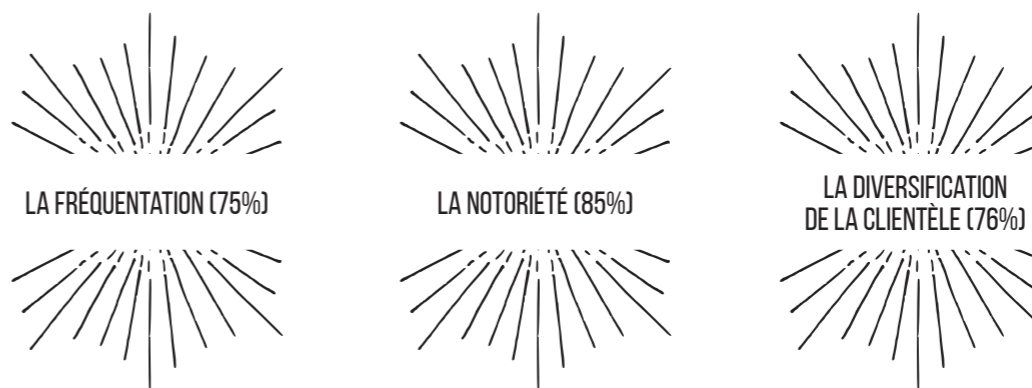


LE CHIFFRE D'AFFAIRES 2018



ÉVALUATION

LE LABEL EST UN RÉEL LEVIER POUR :



UN BON NIVEAU DE SATISFACTION...

92%
des interrogés sont globalement satisfaits du label

3 bonnes raisons

DE DEVENIR BISTROT DE PAYS



UNE IMAGE POSITIVE

En faisant le « tour des Bistrots de Pays » la clientèle vient retrouver les valeurs fortes du monde rural : convivialité, authenticité, juste rapport qualité/prix... Les actions de communication du réseau sont là pour démultiplier et diversifier ce flux de clients.



UNE DÉMARCHE QUALITÉ OPÉRATIONNELLE

Adhérer à une chartre c'est aussi profiter d'une démarche de progrès. Vous bénéficiez ainsi d'un accompagnement local personnalisé au moment de la candidature et après la labellisation.



UNE DYNAMIQUE DE RÉSEAU

Conserver sa singularité tout en intégrant un collectif de professionnels sur la même « longueur d'onde », dans un esprit de solidarité. Parce que dans les petits villages plus qu'ailleurs, l'union fait la force !



Communication

DES SUPPORTS DIVERSIFIÉS



L'ENSEIGNE

Chaque Bistrot labellisé dispose d'une enseigne.

LE GUIDE IMPRIMÉ

En fonction des territoires, diffusé dans les Bistrots de Pays et les offices de tourisme.



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 360 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

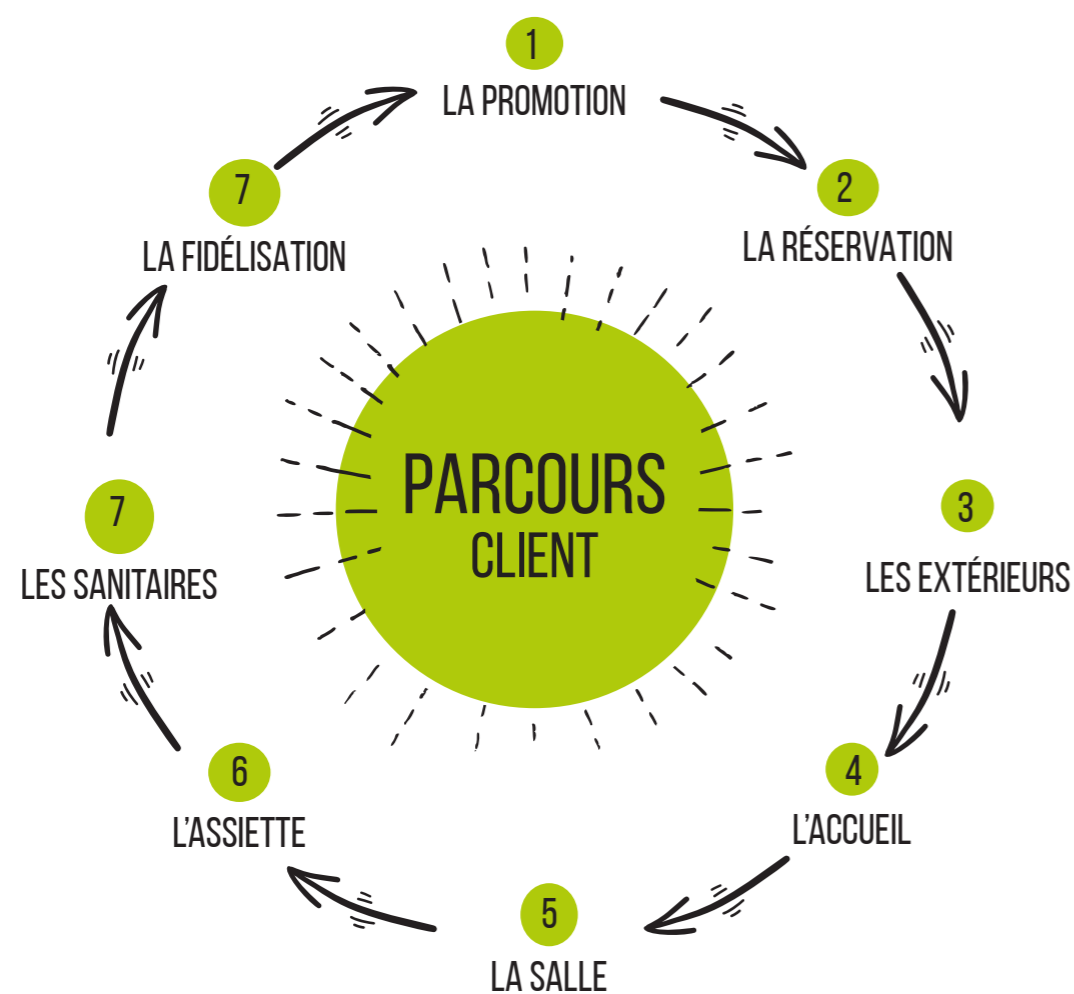
- Des articles, des textes et des photographies optimisés pour le référencement sur Google
- Des newsletters, une présence sur les réseaux sociaux
- La possibilité de commander les guides imprimés

ET AUSSI : la proposition d'animations, la mise à disposition/personnalisation de fonds d'affiche, des newsletters, une présence sur les réseaux sociaux, un plan média régulier.

Comment

OBTENIR L'AGREMENT BISTROT DE PAYS

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.



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>)

1^{RE} ÉTAPE :

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.
- 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.

2^E ÉTAPE :

DOSSIER DE CANDIDATURE

Vous remplissez et envoyez le dossier de candidature fourni par la fédération.

3^E ÉTAPE :

AUDIT & ACCOMPAGNEMENT

Au regard de votre dossier de candidature, si l'avis de la Fédération Nationale des Bistrots de Pays est favorable, un consultant spécialisé visite l'établissement en « client-mystère ». En amont, la Fédération en lien avec ses partenaires vous accompagne en réalisant un « audit blanc ».

4^E ÉTAPE :

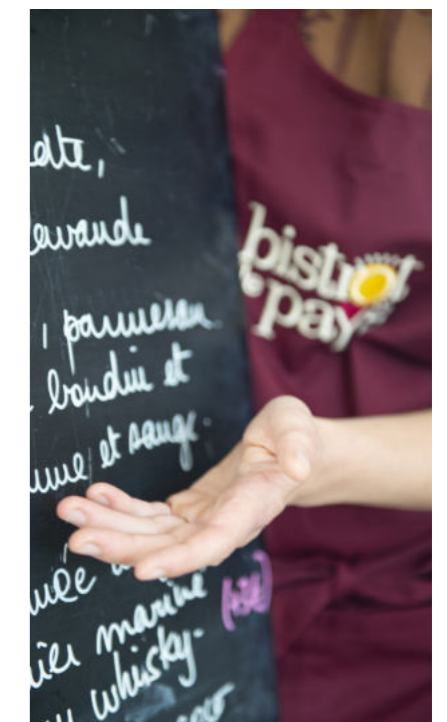
L'AGRÈMENT

La Fédération statue sur votre candidature selon les résultats de l'audit client-mystère.

5^E ÉTAPE :

PLAN DE COMMUNICATION

Une fois votre établissement labellisé et après avoir signé la convention d'agrément, vous bénéficiez des outils de communication du label Bistrot de Pays et de la marque Qualité Tourisme™ : enseigne, site internet, espace adhérent, guide papier...



N.B. : Pour figurer sur le guide régional imprimé, il faut que l'audit client-mystère ait été réalisé avant le 31 décembre.

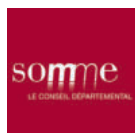
Contacts & partenaires

FÉDÉRATION NATIONALE DES BISTROTS DE PAYS

Le Grand Carré - BP 41
04301 FORCALQUIER CEDEX
04 92 77 68 86 | contact@bistrotdepays.com

WWW.BISTROTDEPAYS.COM

PARTENAIRES FINANCIERS :



RELAIS LOCAUX :



La Fédération Nationale des Bistrots de Pays contribue à la promotion et au développement de la marque nationale QUALITÉ TOURISME™.

Cette marque valorise les professionnels qui sont à l'écoute des clients et qui s'engagent à leur offrir un accueil chaleureux, des espaces confortables et leur connaissance de la région.