



RÉINVENTONS LA RESTAURATION

55 IDÉES MARKETING POUR DÉVELOPPER ET ANIMER VOTRE RESTAURANT

Développer et animer son enseigne, recruter de nouveaux clients, les fidéliser et les engager sur le long terme,... sont autant d'objectifs que visent les restaurateurs au quotidien.

Oui mais voilà, vous êtes restaurateur, et ne vous sentez pas forcément l'âme d'un marketeur ou d'un communicant. Vous n'avez pas non plus les moyens d'embaucher un responsable marketing, un attaché presse ou un community manager, et êtes un peu perdu(e) lorsque vous surfez sur le net en quête de LA bonne idée à même de faire positivement bouger les choses dans votre restaurant, et de [vous différencier de la concurrence](#).

Pour vous aider et vous inspirer, nous avons regroupé ici **55 idées marketing et communication** dans lesquelles vous pourrez puiser à volonté pour **instaurer une nouvelle dynamique dans votre restaurant, snack, food truck, brasserie, bar...**

A vous de jouer !

8 ACTIONS POUR ENGAGER, IMPLIQUER ET FAIRE PARTICIPER VOS CLIENTS

1 Organiser un jeu concours : il peut s'agir d'un jeu concours organisé sur votre site Internet, sur vos réseaux sociaux, et/ou dans votre restaurant.

Vous pouvez par exemple **demander à vos clients de poster une photo** qui représente le mieux votre restaurant, et vous récompenserez la plus originale par un repas pour deux. Vous pouvez aussi cacher un symbole sur votre site Internet, et récompenser le 1er qui l'aura trouvé par un apéritif ou un dessert offert. Enfin, vous pouvez jouer avec les événements nationaux, en proposant par exemple à vos clients de venir déguisés le jour de mardi gras : le costume le plus original, le plus chic, le plus drôle (en fonction de votre positionnement) sera récompensé par le lot de votre choix.

Exemple de jeu concours organisé par le restaurant Ito à Pigalle sur son [compte Instagram](#).

**UN RAMEN A GAGNER
CHAQUE SEMAINE**

**PUBLIEZ UNE PHOTO DE VOUS
SUR INSTAGRAM EN PORTANT
NOTRE BAVOIR !**

**N'OUBLIEZ PAS D'AJOUTER
LE HASHTAG #ITOBAVOIR
POUR ETRE TIRE AU SORT.**










2 A l'image du restaurant Nantais [Les Frères Toqués](#), vous pouvez instaurer, au rythme de votre choix, **un menu ou une ardoise participative**. Proposez par exemple 10 plats du jour et 10 desserts au choix, et demandez à vos clients et à vos communautés sur les réseaux sociaux de voter pour leurs 3 plats et 3 desserts favoris, qui seront proposés au menu le mois ou la semaine suivante.



3 Vous ne souhaitez pas impliquer vos clients dans la conception de vos menus, mais vous aimez bien l'idée de les solliciter ponctuellement ? Des tas d'opportunités se prêtent bien à ce petit jeu. Vous souhaitez changer de couleur de mur ? Pourquoi ne pas **faire voter vos fans** pour leur couleur préférée parmi une pré sélection de votre choix ? Vous hésitez entre l'organisation d'une soirée dégustation de vin ou d'une soirée atelier tapas ? Pourquoi ne pas demander aux intéressés ce qu'ils préfèrent ?

4 Quel meilleur moyen de valoriser vos clients que d'**élire le client du mois** ? A vous de décider des critères. Il peut s'agir de celui qui aura posté le plus de photos sur Facebook et/ou Instagram avec un # bien spécifique, de celui qui aura tweeté le plus, ou encore de celui qui aura fait venir le plus de monde dans votre restaurant ! Celui-là verra alors son nom et sa photo s'afficher sur vos comptes de réseaux sociaux, et pourquoi pas même sur un mur de votre restaurant que vous pourrez dédier à cet effet.



5 Les vidéos ont la cote : les internautes les adorent, et les algorithmes des moteurs de recherche et des réseaux sociaux les favorisent. C'est la saint-valentin : pourquoi ne pas demander à vos clients de poster une vidéo d'eux où ils déclarent leur flamme à votre restaurant ? Vous proposez de la vente à emporter ou à la livraison ? Proposez-leur de mettre en scène vos sacs, gobelets, boîtes à pizza et autres ustensiles logotés dans un petit film drôle et décalé de 30 secondes : la vidéo la plus artistique, ou la plus déjantée, se verra récompensée.

6 Vous êtes à court d'idées pour votre prochaine publicité ? Voilà **une bonne idée de challenge à mettre en place** ! Sur votre site Internet, expliquez votre brief (à qui est destinée la pub, quelles valeurs doit-elle véhiculer, sur quels supports de communication sera-t-elle déclinée...), et laissez ensuite la magie de la viralité opérer. .. Vous pourriez être surpris(e) de toutes les bonnes idées qu'ont vos clients, et de l'image qu'ils ont de vous.

7 Vous pouvez **proposer des plats mystères** : le ou les clients qui trouveront la recette et les ingrédients qui le composent se verront récompenser par une boisson ou un dessert offert, ou par un simple « bravo » sur les réseaux sociaux.

8 Certains clients sont fidèles, et avec le temps, vous avez développé une relation de proximité avec eux. Pourquoi ne pas les transformer en **clients ambassadeurs** ? Vous les missionnez pour parler de votre restaurant à leur entourage, et à chaque nouveau client rapporté, vous les récompensez selon un barème communiqué à l'avance (par exemple : 2 clients = -10% sur l'addition / 4 clients = 1 apéritif + le dessert offert / 8 clients = apéritif et dessert offert pendant 1 mois...). C'est une bonne façon de **récompenser vos clients fidèles**, et de faire fonctionner le moyen de communication le plus efficace: le bouche à oreille !

17 IDÉES POUR ANIMER VOTRE RESTAURANT ET LE FAIRE DÉCOUVRIR À UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

9 Vous cherchez à recruter de nouveaux clients, à développer votre notoriété... Montez **une opération de communication croisée** avec un (ou plusieurs) partenaire dont le positionnement et la cible sont en phase avec les vôtres (institut de beauté, cinéma, bowling, club de sport, boîte de nuit, espace de co-working...). Vous pourrez ainsi mutualiser les coûts de communication avec votre partenaire et bénéficier l'un et l'autre de vos réseaux respectifs.



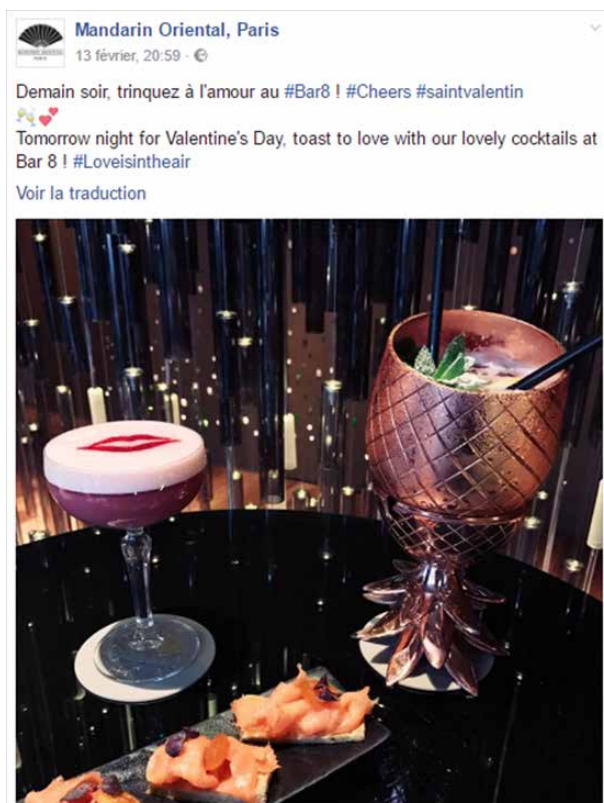
Exemple de communication croisée entre le restaurant Mimi&Co à Peymeinade (06) et la Cave Nicolas à Grasse, relayée sur la [page Facebook Mimi&Co](#).

10 Organisez des **séances (gratuites) de dégustation de plats**, l'occasion de faire découvrir votre cuisine à un maximum de monde. Si vous avez la chance d'être situé dans une zone à forte fréquentation, ou une rue passante, pourquoi ne pas sortir de votre restaurant pour aller à la rencontre de vos futurs clients ? Vous pouvez pour l'occasion cuisiner des versions miniatures de vos plats (pizza, burger, verrines,...) et vous habiller aux couleurs de votre restaurant, pour ne pas passer inaperçu. C'est aussi l'occasion **de prendre des photos à partager sur les réseaux sociaux** !

11 Vous ne proposez pas de carte de fidélité ? C'est le moment de vous y mettre, et même si, à l'ère du numérique, cela vous semble être un support un peu dépassé, la carte de fidélité est importante, dans la mesure où, à chaque fois que le client ouvre son porte-monnaie, il est susceptible de voir votre nom et de se souvenir de vous... Offrez des remises et gratuités après X visites.

12 Organisez des soirées selon les fêtes du calendrier annuel, selon les saisons ou les événements de votre ville ou région : Halloween, Saint-Valentin, fêtes des mères, Marathon de Paris, ou encore Semaine du Goût... Anticipez l'opération afin de pouvoir communiquer dessus avec un peu d'avance, et proposez, au choix, une décoration, une animation et/ ou un menu spécial.

Communication Facebook du [Bar 8](#) du Mandarin Oriental à Paris à l'occasion de la Saint-Valentin



Pour vous aider à ne plus rater aucun événement, nous avons regroupé pour vous toutes [les dates clés de l'année 2017](#) autour desquelles vous pouvez communiquer.

13 Profitez de toutes les « journées internationales » qui ponctuent le calendrier pour offrir une gratuité ou une remise à ceux et celles qui sont mises à l'honneur ce jour-là : **journée internationale de la femme le 08/03, du bonheur le 20/03 ou encore de l'enfance le 20/11**. Idem pour les fêtes comme la fête des mères, des pères, des grands-mères ou des secrétaires, à qui vous pouvez offrir un petit clin d'œil sympathique sous la forme d'un dessert ou d'un apéritif offert ?

14 Jouez à l'agence de rencontres en organisant des **speed dating avec un menu spécial**. Qui sait, un client pourra peut-être rencontrer l'amour de sa vie chez vous, une belle histoire à raconter plus tard sur votre site internet ou sur vos réseaux sociaux ?



15 Organisez des **soirées concert** avec des musiciens locaux, ils seront heureux de se produire et amèneront une clientèle nouvelle.

16 Organisez un **événement destiné à collecter des fonds**, comme une vente aux enchères par exemple, Vous pouvez le faire seul (communiquez bien sur l'œuvre à laquelle sera reversé l'argent) ou en partenariat avec une association locale.

Soirée caritative organisée [au Café de la Presse à Paris](#).

CAFE de la PRESSE a partagé l'évènement de Fenömen.
21 février, 11:52 · 🌐

[JEUDI : FENÖMEN]

Une soirée caritative pour une expérience interactive, ludique et immersive. Au programme : expos, concerts, tattoos, projections de courts métrages & happenings...

FENÖMEN
EXPOS
CONCERTS
HAPPENNING
DJ SET
FOOD
AU CAFÉ DE LA PRESSE

FEV 23 **Fenömen au Café de la presse**
jeu 18:00 · CAFE de la PRESSE · Paris, Ile-de-...
342 personnes intéressées · 183 participants

★ Intéressé(e)

- 17** Enrôlez votre équipe en tant que bénévole dans **une œuvre de charité**. Faites en sorte que chacun de vos employés porte un tee-shirt avec le logo du restaurant. Cela vous donnera une bonne image et fera connaître votre restaurant auprès d'une nouvelle clientèle.
- 18** Organisez **une soirée réseau professionnel**, pour permettre aux entrepreneurs locaux de faire de nouvelles rencontres. Prévoyez pour l'occasion un menu spécial, facile à picorer, type buffet ou tapas.
- 19** Si il existe un journal ou un magazine local, proposez-lui **d'organiser une soirée pour la sortie de son prochain numéro**. Cela vous amènera non seulement du monde mais cette soirée sera aussi mentionnée dans le journal, photos à la clé.
- 20** Transformez-vous en **mécène et sponsorisez une équipe sportive locale**. Le nom de votre restaurant sera affiché lors de tous les matchs et donc connu des amateurs de sport, mais aussi sur les affiches, tee-shirts et autres produits dérivés. Votre restaurant pourra aussi devenir un lieu de rendez-vous pour l'équipe après les matches.
- 21** Invitez une célébrité locale pour qu'il rencontre ses fans. Et postez plein de photos sur votre page Facebook, votre compte Instagram ou Twitter, avec son autorisation bien sûr.
- 22** Faites venir **un artiste** le temps d'une journée ou d'une soirée : tatoueur, peintre, dessinateur, maquilleur, sculpteur, ... l'occasion pour lui ou elle de mieux se faire connaître, et pour vos clients de profiter de prestations gratuites.
- 23** Vous aimez l'art, ou vos clients sont fêrus d'art ? Pourquoi ne pas **transformer votre restaurant en « galerie d'art »** ? Cela peut être fait ponctuellement, ou éventuellement, si l'idée vous séduit, tout au long de l'année. Une façon originale d'habiller vos murs, de faire parler de votre restaurant, et de donner de la visibilité à un artiste (local si possible) que vous aimez tout particulièrement.
- 24** Vous aimez l'art mais n'avez pas nécessairement envie de voir votre restaurant se transformer en galerie ? Pourquoi ne pas **aménager un coin « art » dans votre restaurant**, et proposer une animation artistique à vos clients, soit à faire au moment de l'apéro, soit entre les plats, soit à l'occasion d'une soirée tapas/apéro, où les clients ne sont pas nécessairement assis à table : mandala, confection d'attrape rêve, initiation à la couture, au scrapbooking, à la photographie, street art, personnalisation de tee shirts... les possibilités sont nombreuses, et peuvent même faire l'objet d'un calendrier avec des rdv réguliers, 1 ou 2 fois par mois.
- 25** Comment profiter d'événements sportifs nationaux ou mondiaux lorsque vous savez votre clientèle « allergique » à ces manifestations populaires ? Tout simplement en organisant **une soirée « anti » ou « contre »** où vous promettez une bonne ambiance, sans écran tv ! Vous pouvez aussi exploiter ces **soirées à contre-courant** à d'autres occasions : soirée anti saint-valentin ou anti-nouvel-an par exemple.

5 ACTIONS POUR FAIRE PARLER DE VOTRE RESTAURANT, ET CRÉER LE BUZZ

26 Vous souhaitez faire parler de vous ? Pourquoi ne pas proposer, le temps d'une journée, d'une semaine ou plus, une façon originale de faire payer l'addition ? Vous pouvez par exemple offrir le repas à ceux qui partagent une photo sur les réseaux sociaux en utilisant un # bien spécifique, ou utiliser le principe du « **pay what you want** » (« payez ce que vous voulez »). En dehors du fait que vous vous démarquerez aux yeux de vos clients, vous pourriez bien en plus faire le buzz !

27 Pourquoi ne pas **inviter un blogueur ou une bloggeuse** : en échange d'un repas gratuit, il ou elle sera ravie de parler de vous à son réseau de lecteurs, de fans et de followers... Si vous êtes dans une grande ville, vous pouvez même en inviter un chaque mois. Important : comme tout critique, il faut accepter qu'il ou elle n'apprécie pas votre cuisine ou votre concept. Les retombées peuvent donc être tout à la fois positives, comme négatives, mais quoi qu'il en soit, cela fera parler de vous, et c'est tout de même le point principal.

28 Organisez une séance photo avec votre équipe : en fonction de votre positionnement et de votre état d'esprit, elles peuvent être décalées, drôles, sexy... C'est une façon originale d'impliquer votre équipe, et d'humaniser encore davantage votre restaurant. Ces photos seront idéales à partager sur les réseaux sociaux, votre site Internet, et pourquoi pas même à afficher en salle ? Vous pouvez aussi filmer le "making off" de cette séance, à la fois pour garder un souvenir de ce moment en équipe, mais aussi pour partage : vos fans et followers vont adorer !

Photo de l'équipe **Big Mamma** à l'occasion de l'ouverture du restaurant OberMamma, sur un ton décontracté, drôle, un brin sexy, et surtout, très humain.



29 Lorsque vous intégrez un # devant un mot sur les réseaux sociaux, il devient cliquable, ce qui permet aux internautes qui recherchent les conversations liées à ce # de vous retrouver. C'est donc un gage de visibilité, et parfois même un gage de viralité. Pour trouver les # populaires, vous pouvez utiliser hashtagify.me, hashtracking.com ou encore twitag.com. Voyez par exemple comment [la Maison Perceley](#) a détourné avec humour le hashtag « #festivaldecannes » sur sa page Facebook.



30 Vous avez l'âme créative, débordez d'idées, avez un graphiste dans votre équipe, ou savez pouvoir compter sur la réactivité de votre agence de communication ? Pourquoi ne pas **utiliser la technique du newsjacking** ? Bien utilisé (au bon moment, avec le bon visuel et la bonne accroche), vous pourriez bien faire parler de vous à grande échelle, et pourquoi pas même faire le buzz sur la toile !

14 IDÉES #FOODPORN POUR COMMUNIQUER AUTOUR DE VOS PLATS, DE LA SIGNATURE DE VOTRE CHEF, DE VOTRE DIFFÉRENCE CULINAIRE...

31 Proposez des **soirées autour d'un plat phare ou exotique**, l'occasion de faire voyager vos convives : soirée sushi ou barbecue, les jeudis à Marrakech ou les samedis à Acapulco.... Demandez à vos équipes de jouer le jeu pour l'occasion, et si vous le pouvez, donnez le ton au niveau de la décoration intérieure et extérieure.

32 Restons sur le thème du voyage. Pourquoi ne pas proposer **des journées ou des semaines à thème** : une couleur, un ingrédient, un pays, une émotion... et vous déclinez alors toute votre cuisine autour de ce thème. Vous pouvez aussi proposer une « **journée grande faim** », avec double ration.

Exemple de repas sur le thème « violet ».



33 Vous avez une belle cuisine, vous êtes fier(e) de votre chef cuisinier, ou vous vous voulez juste faire preuve de transparence : pourquoi ne pas **proposer une visite de votre cuisine aux clients qui le désirent**, et, le temps d'une soirée ou d'une semaine, inviter vos convives à voir l'envers du décor.

34 Votre chef possède une compétence particulière, a un parcours atypique, une personnalité attachante... ? Pourquoi ne pas en faire « une marque » à part entière ? Retrouvez des infos sur ce sujet dans l'article [Le branding des chefs pourquoi pas vous](#).

35 Incitez vos serveurs à décrire avec force détails les différents plats pour donner l'eau à la bouche à vos clients. Si votre cuisine est élaborée, n'hésitez pas à leur fournir un brief sur lequel ils trouveront les termes à placer dans leurs échanges avec les clients, des termes gourmands et appétissants bien sûr !

36 Votre ville organise un événement sportif type marathon ou triathlon ? Elaborez un menu sportif ou un menu récupération pour l'occasion.

37 Les végétariens, les flexitariens et les végans sont de plus en plus nombreux, alors même si ce n'est pas là votre cœur de cible, pensez à proposer quelques plats pour satisfaire leur faim, et faites le savoir sur votre site, sur vos réseaux sociaux, et autres supports de communication.



38 Dans la même lignée, pensez à ceux et celles qui sont allergiques : au gluten, au lait, au soja ou encore aux crustacés... et prévoyez dans votre menu des plats pour les contenter, que vous identifierez clairement à l'aide d'une icône ou d'un symbole distinctif.

39 A l'approche des beaux jours, ou après les fêtes, pourquoi ne pas proposer des plats bons et gourmands mais pauvres en calories à l'image de [Zoé Bouillon](#), afin d'aider celles et ceux qui souhaitent faire attention à leur ligne à continuer de savourer le plaisir d'aller manger au restaurant.



Vous pouvez indiquer le nombre de calories à côté de ces plats, ou, là encore, apposer un logo ou icône spécifique à côté de ces plats pour que vos convives puissent facilement les identifier.

40 Mettez en avant vos **plats faits maison**, vos ingrédients frais et de saison : le melon, la fraise ou l'artichaut en été, les champignons à l'automne, les asperges ou les blettes au printemps, la mâche, la pomme ou la poire en hiver... Dans le doute, [retrouvez ici tout le calendrier des fruits et légumes de saison](#).

Chez [Mimi&Co](#), les asperges et l'avocat sont à la fête au printemps.



41 Proposez des plats avec des **ingrédients locaux** : fruits, légumes, vin, viande... N'hésitez pas à indiquer leur provenance exacte sur vos menus, et pourquoi pas même à mettre en avant les producteurs sur vos réseaux sociaux, photos à l'appui.

42 Vous souhaitez vous engager dans **une démarche environnementale** ? Vous pouvez par exemple indiquer l'empreinte carbone de chaque plat en vous aidant de [l'outil proposé par l'association Bon pour le climat](#), proposer des contenants en matériaux recyclables, cuisiner les épiluchures, et bien sûr, favoriser les préparations à base de produits de saison.

43 Proposez une offre exceptionnelle un jour de la semaine : dessert gratuit le lundi (pour aider à une bonne reprise), frites à volonté les mercredis (pour faire venir les enfants), ou verre de vin offert le samedi (pour séduire les groupes d'amis et les couples).

44 Insistez sur certains **moments phares de consommation qui correspondent à des clientèles particulières** : petit-déjeuner, déjeuner professionnel, café gourmand (très demandé), goûter ou apéritif, brunch le dimanche... Proposez un happy hour à ces moments clés, ou une promotion type « 1 acheté = le 2^{ème} à -50% ».

Happy hour cafétéria chez [Pur etc](#)



5 FAÇONS D'UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR DÉVELOPPER VOTRE RESTAURANT

45 Pourquoi ne pas [utiliser Pinterest pour promouvoir votre restaurant](#) ? Pinnez des photos de vos plats, de vos événements s'il y en a, de vos équipes au travail. N'oubliez pas de suivre vos partenaires, vos clients si ils y sont, et les personnalités influentes de votre ville, sur qui vous pourrez compter pour un bon bouche à oreille.

46 Postez sur Facebook ou tweetez sur vos plats du jour ou vos menus spéciaux ou promotions de la journée (s'il y en a). Vos clients passeront sûrement s'ils reçoivent un tweet leur annonçant qu'à midi, pour un plat de paëlla, la boisson est offerte. Pour augmenter la participation, découvrez [Quelles photos génèrent le plus d'engagement sur Facebook](#).

47 Donnez des conseils de cuisine et dévoilez certaines de vos recettes phares dans **votre newsletter**. Pour cela, découvrez [comment créer facilement la newsletter de votre restaurant](#).

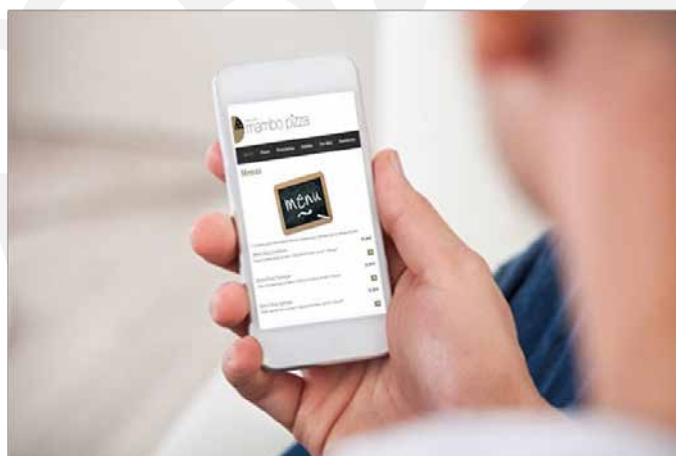
48 Créez une vidéo de votre équipe ou de votre restaurant, ludique, fun pour montrer la bonne ambiance qui règne au sein de votre équipe. Découvrez comment [Utiliser la video au service de votre restaurant](#).

49 Faites vivre votre site internet avec **un blog**, où vous posterez régulièrement votre actualité et celle de vos partenaires, où vous communiquerez sur calendrier d'événements, sur votre participation à certains événements phares, sur vos changements de menus, sur l'arrivée d'un nouveau membre de l'équipe, rédigez (ou faites rédiger) un article sur les dernières tendances culinaires ou sur un thème en lien avec votre univers et votre concept... Faites en sorte qu'il soit responsive (adapté aux mobiles et tablettes). Découvrez ici [pourquoi \(et comment\) tenir un blog pour votre restaurant](#).



6 IDÉES POUR PROPOSER DES « SERVICES DIFFÉRENCIANT » QUI RÉPONDENT À UN BESOIN CLIENT.

50 Proposez de la **vente à emporter**, ou de la **vente à la livraison**. Pour gérer cette nouvelle activité, vous pouvez faire le choix de passer par un intermédiaire (deliveroo, ubereats, alloresto,...) ou, pour économiser la commission prélevée sur chaque commande ou livraison par ces intermédiaires (de 20 à 30% environ), et maîtriser votre communication et votre gestion à 100%, vous pouvez **créer votre propre site de commande en ligne**.



51 **Ciblez les enfants** : aménagez-leur un espace de jeu, élaborer un menu spécial (et pas seulement le traditionnel steak-frites), proposez des activités ou des gratuités certains jours de la semaine (le mercredi par exemple !), et prévoyez l'équipement nécessaire pour accueillir facilement les bambins (chaise haute, sets de table à colorier, table à langer...).

52 Proposez des **cours de cuisine avec votre chef**. Vous pouvez aussi inviter dans votre cuisine un chef à la signature culinaire différente de celle que vous proposez habituellement, une manière de montrer à vos clients que vous êtes ouvert, et pourquoi pas, d'attirer à vous les clients et connaissances de ce chef.

53 Proposez des **objets logotés à l'image de votre restaurant** (verre, serviette, tablier...) que vos convives pourront ramener gratuitement chez eux afin qu'ils se souviennent de leur expérience chez vous. Si vous avez un concept fort et unique, vous pouvez aussi proposer certains articles à la vente : toque, tablier, livre de recettes, assiettes,...

[Big Mamma](#) propose par exemple son livre de recettes à la vente.



54 Activer et **proposer le Wifi gratuit** peut être un véritable avantage compétitif pour votre restaurant. L'accès à Internet est en effet pour beaucoup un besoin essentiel, voire un besoin vital ! Vous séduirez ainsi ceux et celles qui recherchent un lieu « connecté » pour leur déjeuner ou leur pause-café. Faites le savoir, surtout si vous proposez un débit rapide et une connexion facile : vitrine, site Internet, réseaux sociaux... En tant que fournisseur d'accès à internet, vous avez néanmoins quelques obligations, que nous vous conseillons vivement de bien connaître.



55 Vous souhaitez **donner un nouvel élan à votre restaurant**, attirer à vous une clientèle plus jeune, vous différencier de la concurrence, inscrire votre établissement dans la liste des établissements connectés... pourquoi ne pas **introduire les nouvelles technologies dans votre restaurant** ? Tablettes sur table, bornes de commande, tables et/ou menus interactifs, bornes de recharge internet... les possibilités sont nombreuses. Si vous craignez que ces nouvelles technologies déshumanisent l'expérience clients, découvrez le retour d'expérience de Mathias Cadet, créateur du [fast-good connecté Max à table](#).

Merci aux restaurateurs qui nous ont inspiré : le Restaurant Ito, Les Frères Toqués, Mimi&Co, le Bar 8 du Mandarin Oriental, le Café de la Presse, Big Mamma, la Maison Percelay, Zoé Bouillon, Pur Etc.

Ce livre blanc vous est offert gratuitement par [RestoConnection](#).
Pour trouver encore plus d'idées et d'inspiration, suivez-nous sur nos réseaux sociaux : [Facebook](#) et [Twitter](#).

