

Créer une épicerie fine

Description

Créer une épicerie fine permet aux gourmets de vivre de leur passion. Un tel projet implique la réalisation d'un [plan d'affaires](#) solide parce que le fondateur de l'entreprise devra faire ses preuves pour se distinguer dans un secteur concurrentiel.

Le futur entrepreneur devra aussi bien ficeler son projet avant de passer à la création proprement dite de l'épicerie fine. Et pour pouvoir mener à bien l'activité, il ne suffit pas d'avoir les compétences nécessaires à l'exercice de cette dernière. Il faudra disposer également d'un budget suffisant pour se lancer.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Quelles sont les compétences nécessaires pour créer une épicerie fine ?

Pour réussir cette aventure entrepreneuriale, il est essentiel de posséder les compétences nécessaires à l'exercice de l'activité. Il convient également de développer certaines qualités professionnelles et personnelles.

Autrement dit, **aucun diplôme n'est exigé** pour pouvoir se lancer, mais il est préférable d'avoir une passion pour la gastronomie, ainsi que des capacités managériales. Il faut être également un bon vendeur et posséder des connaissances comptables.

À noter : le fondateur de l'épicerie fine a tout intérêt à suivre un SPI pour acquérir les connaissances de base en [gestion d'entreprise](#).

Des connaissances culinaires

Le créateur de l'épicerie fine doit surtout savoir quels produits peuvent s'associer. Il est essentiel qu'il connaisse également les procédés de fabrication de chacun d'eux. Grâce aux connaissances culinaires dont il dispose, il pourra **surprendre ses clients avec des mets inattendus** et les fidéliser.

L'entrepreneur sera également en mesure de leur **faire découvrir des produits uniques**

:

- Du terroir ;
- De son pays d'origine.

Il sait s'adapter aux goûts de chacun et pourra **proposer des ventes croisées** afin d'améliorer l'expérience gustative et culinaire de la clientèle. En effet, il connaît sur le bout des doigts la fabrication des produits proposés.

Un sens du commerce développé

Créer une épicerie fine implique d'avoir les compétences qu'il faut pour attirer des clients. Avec un sens du commerce développé, le porteur de projet sera en mesure de **mettre en place des techniques de fidélisation efficaces**. Avec une telle qualité, il saura optimiser également la relation client. De même, il sera à l'aise pour négocier d'une manière correcte les prix auprès des fournisseurs.

Des notions en comptabilité

En créant une épicerie fine, **avoir des notions en comptabilité s'avère indispensable** pour des raisons multiples. Ces compétences permettent de :

- Déterminer les prix de vente ;
- Établir les documents comptables obligatoires ;
- Se charger de la gestion des stocks.

Des capacités managériales

Dans le cadre du développement de son activité, **il se peut que l'entrepreneur ait besoin de recruter du personnel**. Il devra se charger de les former et de les encadrer de manière correcte. D'où la nécessité de développer des compétences managériales lorsque l'on prévoit de créer une épicerie fine.

Est-il obligatoire de faire une étude de marché et un business plan ?

Bien que non obligatoires, la réalisation d'une [étude de marché](#) et la rédaction d'un business plan sont vivement recommandées **avant de créer une épicerie fine**. Elles permettent d'avoir plus confiance en son projet et d'assurer la pérennité de son

activité.

Étude de marché

Il est essentiel de mener l'opération pour **vérifier si une opportunité de développement pour le commerce existe sur le marché** de l'épicerie fine. Celle-ci permet aussi de :

- Connaître l'offre existante ;
- Mener une analyse des tendances du secteur de l'épicerie fine ;
- Observer les habitudes de consommation dans la zone de chalandise ciblée ;
- S'informer sur la clientèle cible ;
- Identifier les atouts et les points forts des concurrents ;

Grâce à l'étude de marché, le fondateur de l'épicerie fine découvrira les produits :

- Ayant le vent en poupe ;
- Moins demandés.

En analysant la concurrence, **il identifiera le nombre d'épiceries fines déjà installées dans la zone ciblée** et leur :

- Grille tarifaire ;
- Chiffre d'affaires moyen.

Les 5 étapes clés d'une étude de marché



LegalPlace.

Analyse sectorielle

C'est l'analyse sectorielle qui **permet de s'informer sur les tendances du secteur** et les habitudes de consommation des acheteurs. La démarche permet au fondateur de l'épicerie fine de découvrir les enjeux auxquels il doit s'attendre et déterminer les segments de marché porteurs.

Pour créer une épicerie fine, il convient de **se renseigner sur la conjoncture du secteur** (en décroissance ou croissance) et d'en connaître les raisons. L'analyse sectorielle permet de découvrir les concepts qui marchent et ceux fonctionnant moins. De plus, elle donne la possibilité d'être au courant des difficultés les plus fréquemment rencontrées par les épiciers.

La démarche permet même de savoir quel **mode d'exploitation** (en franchise ou en indépendant) convient le mieux au projet. Grâce à l'étude de marché, l'entrepreneur sera informé en même temps sur :

- La fréquence d'achat des clients dans une épicerie fine ;
- Le prix moyen dépensé par consommateur ;
- La répartition du CA entre les divers produits.

Environnement économique local

Après une meilleure compréhension du secteur, le créateur de l'épicerie fine devra commencer à s'intéresser au potentiel de la zone d'implantation. L'objectif est d'**évaluer la taille de la population locale** en se renseignant sur les :

- Lieux attractifs de la ville (centre-ville, rue piétonne, gare ou encore centre commercial) ;
- Caractéristiques démographiques (âges, taux de chômage, catégories socio-professionnelles, etc.)

Grâce à ces données, l'entrepreneur pourra **estimer le potentiel commercial du projet et lister les caractéristiques de la population cible** en matière de :

- Revenus ;
- Âges.

Sur le terrain, il aura la possibilité d'**identifier les lieux de passage importants**, tels que les :

- Zones commerciales ;
- Rues bondées ;
- Voies de communication.

Analyse de la concurrence

En effectuant une analyse de la concurrence, l'entrepreneur pourra se familiariser avec l'offre existant sur le marché dans lequel il souhaite s'implanter. Il découvrira **le lieu d'implantation de ses concurrents et leur politique de prix**. Il aura même la possibilité de s'informer sur :

- Le type de produits vendus sur le marché ;
- L'effectif des équipes des concurrents.

À l'aide de l'analyse de la concurrence, il saura aussi si les concurrents proposent des produits généralistes ou particuliers, voire haut de gamme. L'opération permet même de **déterminer si le marché est suffisamment grand pour supporter l'arrivée d'une autre épicerie fine**.

Business plan

Ce document aide l'entrepreneur à **évaluer la rentabilité potentielle du projet**. Il comprend deux volets, à savoir :

- Les arguments en faveur du projet (caractéristiques du marché local par exemple) ;
- Le prévisionnel financier contenant les actions à mettre en œuvre pour garantir le succès de l'entreprise.

À noter : c'est surtout ce dernier qui révélera la viabilité financière de l'épicerie fine.

Le business plan **reprend aussi les conclusions de l'étude de marché réalisée** au préalable. Le document présente également l'équipe de l'entreprise et indique le financement dont cette dernière a besoin pour démarrer l'activité. Il doit donner envie aux potentiels partenaires d'investir dans le projet.

À noter : l'élaboration du plan d'affaires constitue un exercice délicat. Pour être certain de rédiger correctement le document, il est conseillé de se servir d'un logiciel de business plan.

Comment définir son concept ?

Il convient de savoir que **l'épicerie fine se décline en de nombreux segments** :

- Produits de luxe (foie gras, caviar, etc.) ;
- Mono-produit (spécialisée dans la vente d'un seul produit) ;
- Produits bio ;
- Vins et spiritueux ;
- Produits frais (saumon, fromage ou encore charcuterie)
- Produits en vrac (café, thé, etc.) ;
- Produits en conserves ;
- Boissons avec ou sans alcool ;
- Gourmandises (confiseries, chocolats, biscuits ou encore confitures) ;
- Produits sucrés.

Il en va de même pour [ouvrir un commerce de proximité](#).

C'est pourquoi il convient de **bien définir son concept avant d'en créer**. Dans le cadre de la démarche, il faudra se baser sur :

- Les attentes de la clientèle cible ;
- Les faiblesses des concurrents ;
- L'appétence particulière pour un produit ;
- Les particularités du terroir.

À noter : de la même manière qu'une identité forte, un concept bien défini aidera l'épicerie fine à se distinguer de la concurrence.

Il est aussi bon de noter qu'il est **possible d'améliorer la rentabilité du magasin en proposant des services additionnels**, tels que des :

- Animations autour d'un thème spécifique ;
- Dégustations ;
- Cartes de fidélité.

Pour **mettre en place le type de concept adapté**, il est essentiel de s'appuyer sur des informations obtenues sur :

- L'étude de la concurrence ;
- Les grandes tendances sociétales ;
- Le public cible.

Le **positionnement commercial** permet également de se démarquer de la concurrence :

- Un agencement luxueux ;
- Des rencontres ou des ateliers en collaboration avec les fournisseurs locaux ;
- Un engagement éthique fort ;
- Un agencement chic et rustique ;
- Une ambiance chaleureuse ;
- Un accueil simple ;
- Un décor épuré.

L'objectif est d'offrir une **proposition de valeur cohérente avec le concept défini**. Dans le cadre de la détermination de ce dernier, il faudra également réfléchir sur la question de la franchise. L'entrepreneur aura à sa disposition toutes les informations qui lui permettront de décider plus facilement de rejoindre un réseau ou de se lancer en indépendant.

Garder son indépendance est synonyme d'autonomie. Par ailleurs, **acheter une franchise présente aussi un certain nombre d'atouts non négligeables**, dont :

- L'accompagnement à l'installation ;
- L'échange de bonnes pratiques.

À noter : il ne faut pas non plus exclure la possibilité de reprendre une épicerie fine.

Dans tous les cas, l'idéal serait de choisir un **concept à la fois original et porteur** qui reflète la personnalité de l'épicerie fine. De même, il est toujours préférable que celui-ci mette en valeur les compétences de l'entreprise.

En outre, il convient de préciser que l'épicerie fine propose surtout des produits artisanaux et pratique généralement des prix plus élevés que l'épicerie classique. En se rendant dans le magasin, **les clients s'attendent à recevoir des conseils personnalisés et à trouver des produits de qualité**.

Quel emplacement choisir pour créer une épicerie fine ?

Le choix de l'emplacement géographique de l'épicerie fine constitue aussi une **étape clé de la concrétisation du projet**. L'idéal serait de choisir un local situé à proximité d'un fort flux de passage. Il faudrait également qu'il se trouve dans un quartier où les clients ont les moyens de s'offrir les produits proposés à la vente.

Mais il est important de prendre conscience que **plus l'emplacement est attractif, plus le loyer du local sera cher**. Et, quel que soit l'endroit choisi, il faudra respecter les dispositions prévues dans le **bail commercial**.

Pour pouvoir agencer les lieux comme bon lui semble, le créateur de l'épicerie fine peut opter, s'il en a les moyens, d'**acheter un local commercial**. Par ailleurs, l'achat d'un fonds constitue une alternative moins onéreuse. Il consiste à acheter, sans les murs du local :

- Une clientèle ;
- Le matériel nécessaire à l'exercice d'une activité déjà existante.

En choisissant l'endroit idéal, l'entrepreneur devra ainsi **prendre en compte aussi bien l'amortissement potentiel du local que ses capacités de financement**. Pour une jeune entreprise, la location d'un local commercial constitue l'option la plus sécurisante, l'achat représentant un investissement important.

Quel financement pour son épicerie fine ?

Selon les cas, l'investissement initial pour créer une épicerie fine peut être particulièrement important. Par ailleurs, un certain nombre de solutions de financement existent. Si les fonds propres ne permettent pas de couvrir les besoins financiers nécessaires au démarrage de l'activité, le fondateur de l'entreprise peut effectuer une **demande de prêt auprès d'une banque**. Le [crédit professionnel](#) lui permettra de :

- Financer une partie de l'achat de l'équipement ;
- Accomplir les travaux d'aménagement du local.

Il lui sera également possible de recourir au **financement participatif** qui lui permettra de recevoir des dons collectés auprès de particuliers. En échange, il faudra proposer à ces derniers une contrepartie comme :

- Une réduction sur un premier achat ;
- Un panier de produits.

À noter : il peut aussi être intéressant de se pencher sur les [aides à la création des entreprises](#). Certaines permettent de bénéficier d'une exonération de charges sociales ou d'un prêt à taux zéro.

Quels sont les besoins humains et matériels d'une épicerie fine ?

L'évaluation de ces besoins est nécessaire pour construire le prévisionnel financier. Les **investissements matériels nécessaires au lancement de l'épicerie fine** sont nombreux. La location ou l'achat du local en fait partie. Il en est de même pour l'acquisition des équipements adéquats (comptoir, présentoir, etc.). Dans la liste figure également :

- Les éventuels travaux d'aménagement ;
- Le stock initial ;
- Les postes informatiques ;
- Les TPE.

Mais il faudra prévoir également divers **frais liés à la création de l'épicerie fine**. Le budget consacré à la communication et aux opérations marketing fait partie aussi de la liste. Même chose pour le coût des éventuelles formations obligatoires.

Au sujet des **besoins en recrutement**, il se peut que le fondateur de l'épicerie fine doive mettre plusieurs caisses à disposition des clients en cas de forte affluence. Quand c'est le cas, il est conseillé de s'intéresser aux personnes :

- À même de conseiller le client ;
- Ayant une affinité avec le secteur ;
- Prêtes à partager leurs connaissances dans le domaine.

Bon à savoir : [créer une entreprise entre amis](#) permet composer une équipe d'associés dont l'association reposera sur la complémentarité.

Pour être satisfait du recrutement, il est essentiel de **définir en amont les besoins de l'entreprise** pour chaque poste, en matière de :

- Salaire ;
- Compétences recherchées ;
- Fiche de poste.

À noter : bien entendu, il est possible de lancer l'activité sans l'aide d'autres personnes.

Il convient de noter également que le créateur de l'épicerie fine peut **confier l'entretien du local auprès d'un prestataire spécialisé**. Il a le choix également de laisser un expert-comptable s'occuper de la gestion des comptes.

Voici une vidéo pour mieux comprendre comment créer une entreprise :

Quelle structure pour ouvrir une épicerie fine ?

Le choix de la structure juridique est primordial parce qu'il a des conséquences sur :

- Le mode d'imposition des bénéfices ;
- L'étendue de la responsabilité de l'entrepreneur en cas de dettes professionnelles ;
- Le régime social du dirigeant ;
- Les formalités de création à réaliser.

Micro-entreprise

Le [statut de micro-entrepreneur](#) est **facile et rapide à mettre en place**. Il faut tout simplement déclarer le début d'activité en ligne pour pouvoir démarrer le projet. En optant pour le régime de l'auto-entrepreneur, le créateur de l'épicerie fine sera tenu de remplir des obligations comptables et sociales simplifiées. Par ailleurs, il sera soumis à un plafond de chiffre d'affaires de 176 200 euros. Et il ne pourra récupérer la taxe sur la valeur ajoutée sur ses achats que s'il renonce à la franchise en base de TVA.

Entreprise individuelle

C'est le statut le plus choisi par les entrepreneurs désireux de se lancer seuls. La création d'une [EI](#) est aussi toute simple. Aucun capital social n'est exigé. Et le porteur de projet n'est **pas tenu de rédiger des statuts** pour pouvoir procéder à la création de l'épicerie fine. De plus, l'entrepreneur individuel n'est pas soumis à un plafond de chiffre d'affaires, comme dans le cas du micro-entrepreneur.

Société unipersonnelle

Cette option est **adaptée aux projets menés en solo**. L'entrepreneur a le choix entre deux sociétés unipersonnelles, à savoir :

- L'EURL ;
- La SASU.

En cas de dettes professionnelles, elles lui permettent de rester à l'abri des poursuites

judiciaires. **Sa responsabilité est limitée au montant de ses apports dans le capital** lorsque l'entreprise se retrouve en difficulté. Cependant, les démarches de création de l'épicerie fine seront plus complexes en optant pour le statut de [société](#) au lieu d'entreprise individuelle. Elles sont aussi généralement coûteuses.

Et dans le cas où l'entrepreneur déciderait de s'associer, il pourra opter pour les **versions pluripersonnelles** de l'EURL et de la [SASU](#), qui sont respectivement la :

- SARL ;
- SAS.

FAQ

Quels types de produits peut-on trouver dans une épicerie fine ?

Dans ce commerce, les consommateurs trouveront essentiellement des produits alimentaires de grande qualité. Il s'agit souvent d'articles rares conçus avec un savoir-faire indéniable. Dans la liste figurent généralement des : Produits frais ; Spécialités régionales (réinventées ou non) ; Produits luxueux ; Vins et spiritueux ; Produits biologiques.

Quels produits peut-on retrouver dans une épicerie classique ?

Tout produit de consommation courante doit pouvoir être retrouvé dans une épicerie classique. Dans ce commerce de proximité, il est possible d'acheter des : Articles d'hygiène et d'entretien ; Produits alimentaires (conserves, surgelés, fruits et légumes frais ou secs, etc.) ; Aliments destinés aux animaux.

Quel petit commerce peut-on ouvrir en 2023 ?

Lorsque l'on a un budget serré, il est possible de se lancer dans la création d'un petit commerce comme : Un magasin de produits du terroir ; Un café solidaire ; Une boutique d'artisanat local ; Une entreprise de lavage automobile. Dans la liste des idées de création d'entreprise possibles figure également : La recyclerie ; Le café-

boutique ; Le dépôt-vente de vêtement.