

Marc Vanhove : l'audace, une recette qui marche

À l'occasion de l'émission "Qui veut être mon associé", diffusée sur M6, Maddyness dresse le portrait des six investisseurs que les entrepreneurs en herbe doivent, chaque semaine, séduire. Prochain de notre liste : Marc Vanhove, commis, gérant de restaurant, directeur de franchisés, investisseur mais surtout épicurien.

Temps de lecture : minute

18 février 2020

Face à ses acolytes sur le plateau de *Qui veut être mon associé*, son accent du Sud-Ouest trahit instantanément sa présence. Originaire de Bordeaux, il passe une enfance entourée d'une mère fonctionnaire à La Poste et d'un père "*qui déchargeait les camions au marché des Capucins*". L'entrepreneur ne cache pas ses origines modestes, ce qui n'est pas sans rappeler le parcours du célèbre chef Thierry Marx, lui aussi passé des fourneaux aux plateaux de télévision.

Rien ne semblait alors prédestiner cet épicurien au monde de la restauration. Pourtant, depuis son enfance, il a toujours rêvé de "*monter des restaurants avec des panneaux publicitaires*". Et pour mettre son rêve en marche, il ne lésine pas sur les moyens.

La chance sourit aux audacieux

À 14 ans, il devient commis au sein de l'hôtel Saint-Paul, un restaurant triplement étoilé en... mentant sur son âge. Une audace qu'il justifie par "*sa volonté de respecter la parole qu'il s'était donné*" de réaliser son

souhait. Et ce n'était qu'un début.

Sept ans plus tard, il quitte les cuisines pour prendre les rênes de son premier établissement qu'il acquiert pour un franc (15 centimes d'euros) symbolique alors que le propriétaire en demandait 200 000 francs (12 000 euros). Il fera finalement faillite quelques années plus tard, sans que cela n'entache sa motivation. Il prend alors une location-gérance et lance un nouveau restaurant qui finit par brûler. Ébranlé mais pas abattu, il n'abandonne pas son rêve et réussit à *“convaincre les banquiers de la pertinence de son concept et de sa future réussite”*. Il fonde alors, en 2010, la formule du Bistrot Régent : un plat, une sauce, des frites à volonté, le tout pour 13,90 euros. L'idée d'une cuisine familiale lui aurait été soufflé par son grand-père *“qui aimait beaucoup cuisiner”* avoue-t-il. Deux ans plus tard, il ouvre son modèle à la franchise avec pour objectif d'investir tout le territoire français.

Une stratégie bien rodée qui sonne comme un plan de bataille

Pour y arriver, il développe une stratégie bien rodée. Les futurs restaurateurs sont triés sur le volet et formés pendant que le lieu est transformé pour répondre à la charte et au design du Bistrot Régent. Au final, l'opération prend six à huit semaines dont dix à quinze jours de fermeture maximum. Niveau communication aussi, la stratégie est très cadrée. Au niveau local, elle est poussée par un partenariat avec NRJ, Chérie FM et Nostalgie. Au niveau national, c'est le célèbre chef Philippe Etchebest qui se fait la voix des Bistrot Régent. Encore une fois, Marc Vanhove réussit à convaincre, non plus les banquiers, mais les bons partenaires.

Le concept fête cette année ses dix ans et le prix et la formule n'ont pas changé d'un pouce, sans doute parce qu'ils séduisent. *“Nous recevons 900 demandes par an dont la moitié sont farfelues”*, ce qui en laisse 450

à examiner pour n'en choisir, au final, qu'une bonne trentaine. Le chef d'entreprise se limite à ce nombre pour pouvoir *"les accompagner correctement"*. Pour faire sa sélection, Marc Vanhove se fie à l'humain avant tout. Son plus jeune franchisé n'a d'ailleurs que 21 ans, le même âge que lui à ses débuts. *"La passion est le moteur de ma vie, qu'elle soit amoureuse, familiale, professionnelle ou sportive. La passion me transporte gentiment"* indique-t-il. Et s'il la retrouve chez les autres, le match est bon.

Fort de son parcours et des déboires qu'il a connu à ses débuts, il a également monté un *"fonds de péréquation pour aider les franchises qui rencontrent des difficultés financières"* qu'il décrit comme *"l'une de ses plus grandes fiertés"* avec la fondation des Bistro Régent, évidemment.

La passion et l'humain comme leitmotiv

Plein d'humour et d'audace, il accepte la critique, bonne ou mauvaise, car *"elle est toujours très constructive et importante pour évoluer"*. Pour lui, rien n'est jamais gagné, d'où sa participation à la télé-réalité Patron Incognito au cours de laquelle il s'était infiltré dans ses propres restaurants pour vérifier leur bonne gestion. Pas d'erreur majeure à noter mais l'intéressé avait identifié des points d'amélioration. Le droit à l'erreur qu'il se donne, il le confère également à ses salariés et ses franchises, à condition qu'ils s'améliorent.

Ce côté "humain" se retrouve aussi dans ses investissements. Au cours de l'émission *Qui veut être mon associé*, il n'a pas hésité à soutenir des projets, pour plus d'1,3 million d'euros, dans des secteurs très éloignés du sien: déodorant écologique, sport outdoor, vêtements pour protéger les sportifs, ou encore jeu de société...*"Je mise toujours sur la personne et ensuite le produit pour être sûr de la réussite de mon investissement"* conclut-il.

Article écrit par Anne Taffin