

# 3 ASTUCES SECRÈTES POUR RÉDIGER UN MENU ATTRACTIF

FOOD MARKETING

avec  
exemples



# Fouzia Zina Meziane

consultante en marketing culinaire au Québec.  
Je suis une maman de 2 enfants et une passionnée  
par l'art culinaire, et les arts graphiques.

**20 ans d'expérience dans la restauration en tant  
que propriétaire et 25 ans dans le secteur des  
communications et du marketing.**

Ma mission est d'aider les restaurateurs et les chefs à  
booster rapidement leurs chiffres d'affaires et à  
propulser leurs établissements en prenant le virage  
numérique en toute sérénité.



Session  
**GRATUITE**  
[Cliquez ici](#)

# Sommaire

**1. Une description plus longue des aliments permet de vendre 30 % plus d'aliments**

**2. Utilisez un langage nostalgique et chargé d'émotions pour décrire vos plats.**

**3. Maximisez la diversité de vos choix de mots.**

**4. Exemple de description pour un menu qui donne faim.**





# les meilleures descriptions d'aliments qui vous donnent faim

Dans moins de 5 minutes, vous découvrirez comment rédiger un menu décrivant vos plats d'une manière vraiment vendeuse... Comment rédiger les MEILLEURES descriptions de plats qui vous donnent faim ( qui donnent faim à pratiquement tout le monde).

Les restaurateurs qui réussissent, s'appuient-ils sur les conseils et les secrets de rédaction de menus pour augmenter leurs ventes ? Bien sûr, ils le font. Ce ne sont pas seulement leurs délicieux plats qui attirent leurs clients comme des papillons de nuit vers une flamme.

C'est la façon dont leur menu est "renforcé" par des descriptions alléchantes des plats -> qui pèse aussi lourd dans les ventes de leur restaurant. En fait, saviez-vous que l'utilisation d'un langage soigneusement élaboré pour le menu peut attirer et ramener vos clients plus facilement que vous ne l'auriez jamais imaginé ?



# Descriptions des menus : les mots qui font vendre

---



Les mots peuvent être essentiels pour atteindre votre objectif, quel qu'il soit. Car ils peuvent captiver, influencer, et même vendre. C'est pourquoi les restaurateurs astucieux utilisent des libellés de menu créatifs... Car ils sont suffisamment puissants pour déclencher une réponse émotionnelle chez leurs clients.

En termes simples, cela signifie qu'en lisant des descriptions de menus de restaurants attrayants, les gens s'imaginent réellement en train de déguster les plats savoureux qu'ils sont en train de lire.

Selon une enquête menée par 3Gem au Royaume-Uni, les mots qui donnent faim sont "frais" (63 %), "épicé" (44 %) et "tendre" (59 %). En revanche, si la description d'un repas contient des mots comme "piquant", "parfumé" et "fouetté", les clients ont tendance à être un peu rebutés.

Selon la même étude, pour savoir comment décrire les aliments par écrit lorsqu'on s'adresse à un public de plus en plus respectueux de l'environnement, il faut utiliser des mots tels que "local", "élevé en plein air" et "saisonnier".

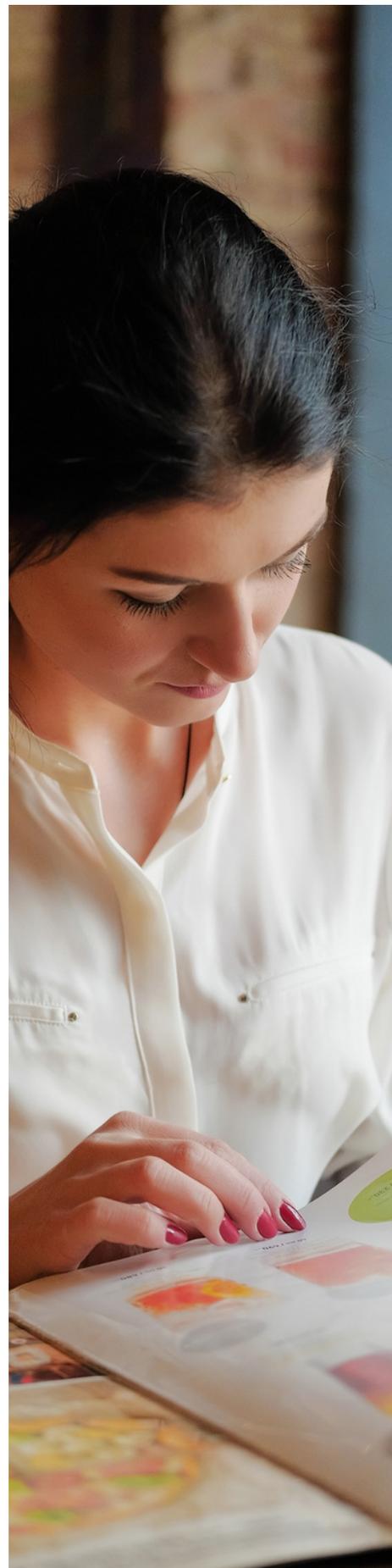
Nous avons créé cet ebook pour vous aider à comprendre comment façonner un menu de restaurant rentable en utilisant une écriture et une conception de menus créatives. Jetez-y un coup d'œil !

Et les inciter à passer à l'action et à commander davantage d'aliments au menu. En fait, des chercheurs de l'Université d'Utrecht, on découvert !

## **Comment rédiger une description de menu pour un aliment ? suivez ces 3 étapes.**

---

Maintenant, sans plus attendre, passons aux principales idées de rédaction de menu que VOUS devez absolument utiliser dans votre menu :





# 01

---

## Une description plus longue des aliments permet de vendre 30 % plus d'aliments

Voici une astuce importante du métier. Plusieurs études confirment que l'un des meilleurs moyens de satisfaire vos clients est de rédiger des descriptions de plats plus longs.

Prenons par exemple les exemples suivants de descriptions de menus : "Succulent filet de fruits de mer italien" contre "Filet de fruits de mer", qui coûte, disons 13 \$.

Plus vous incluez de mots de description des aliments dans votre menu, plus le prix semblera bas à vos clients. Parce qu'ils auront l'impression d'en avoir plus pour leur argent. Que ce sont eux qui font une bonne affaire.

Essayez donc d'utiliser davantage les mots fantaisistes suivants pour décrire les menus :

Adjectifs -> "tendre", "succulent", "satiné", etc.  
 Des termes culturels/géographiques -> "cajun", "italien", "espagnol", "péruvien", etc.  
 Et des termes nostalgiques comme "maison", "traditionnel", "de grand-mère", etc.



Une autre façon de tirer le meilleur parti de cette tactique est d'ajouter à votre menu un grand nombre d'ingrédients énumérés sous la rubrique des aliments. Et écoutez bien : selon la même étude de Cornell, les clients ont également jugé que les aliments décrits de manière plus détaillée étaient plus délicieux.





Ainsi, par exemple, au lieu de dire simplement, "Gâteau au chocolat", essayez d'utiliser certains des mots suivants pour décrire le menu :

"Gâteau au chocolat à 5 couches - gâteau au chocolat baigné de café, fourrage au chocolat belge, crème fouettée moelleuse et glaçage à la framboise".

Je ne sais pas ce que vous en pensez, mais ce n'est qu'un des exemples de descriptions de plats alléchants qui peuvent faire forte impression.

Conseil bonus : à condition que les éléments suivants s'appliquent également à vos aliments, vous pouvez aussi utiliser des formules de rédaction de menus comme :

"Sans gluten"  
"Pêché à la chaîne"  
"Élevé à la ferme"  
"Origine locale", etc.

... Que les clients semblent adorer. Compte tenu de l'engouement pour l'alimentation saine qui a pris le monde entier d'assaut.

# 02

---

## Utilisez un langage nostalgique et chargé d'émotions pour décrire vos plats.

Un souffle nostalgique du passé peut vraiment vous aider à aller loin avec vos clients. Et tant que vous utilisez le pouvoir des noms émotionnels pour la description de vos plats, vous ne pouvez que gagner.

Par exemple, au lieu d'écrire simplement "Lasagnes" ou "Quartiers" sur votre menu, vous pouvez voir grand et utiliser les exemples suivants de rédaction de menu :

"La recette de lasagnes de grand-mère".

"Quartiers traditionnels siciliens".

Trouver des moyens créatifs de rappeler à vos clients les choses qui leur tiennent le plus à cœur - comme leur famille ou leurs origines - représente en soi une méthode de vente puissante.



# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :

## Adjectifs liés à l'origine des ingrédients :

Authentique + Grec, Péruvien, Américain, du Midwest, du Sud-Ouest, Italien, Sicilien, Espagnol, Français, Roumain, Chinois, Vietnamien, Indien, Thaïlandais, Mexicain, Anglais, Allemand, Hollandais, Singapourien, Irlandais, etc.

## Adjectifs liés à l'apparence du plat:

En petites bouchées, doré, cuivre, en poudre, glacé, saupoudré, arrosé, caramélisé, cristallisé, gelé, flambé, brillant.

## Adjectifs des plats à base de légumes VS à base de viande :

Faible en matière grasse, kascher, sans gluten, végane, végétarien, cru, très bleu, saignant, à point et bien cuit



# 03

## Maximisez la diversité de vos choix de mots.

La persuasion est fortement liée à la diversité lexicale. Mais qu'est-ce que cela signifie exactement ? Eh bien, Hosman (2002) a découvert que les gens sont plus facilement persuadés si le texte qu'ils voient ou le discours qu'ils entendent contient une variété de synonymes.

Hosman souligne l'importance d'utiliser ce concept, appelé ratio type-token ou TTR. Le TTR est un indicateur qui peut être calculé à l'aide de la formule suivante :

Ratio Type-Token = Nbre de mots différents / Nbre total de mots.



Plus le TTR est élevé, mieux c'est, car vos clients percevront les messages avec un TTR plus élevé comme étant plus intéressants. Et, par conséquent, ils les évalueront plus favorablement.

Cependant, veillez à n'utiliser que des mots simples pour décrire les aliments d'un menu, plutôt que des mots plus sophistiqués qui pourraient dérouter vos clients. Et qui peuvent faire plus de mal que de bien.



À propos, voici la meilleure façon de déterminer si votre menu est facile à comprendre ou non : lisez-le à un enfant de 7 ans. Ou au moins mettez-vous à la place d'un enfant de 7 ans. Je ne plaisante pas.

Certains des plus grands copywriters de l'histoire utilisent la même méthode. Parce que c'est honnêtement le moyen le plus simple de s'assurer que tout le monde trouve votre menu irrésistible. En résumé, utilisez des mots différents, mais simples, pour décrire au mieux vos plats.



Nos astuces de rédaction de menus vont certainement mettre du piquant et vous aider à vendre vos plats comme des petits pains. Je vous en prie, ne laissez pas votre menu être victime de ce style de rédaction ennuyeux. Nos suggestions de rédaction de menu agiront comme un défibrillateur et vous aideront à redonner vie à tout le potentiel de votre menu.

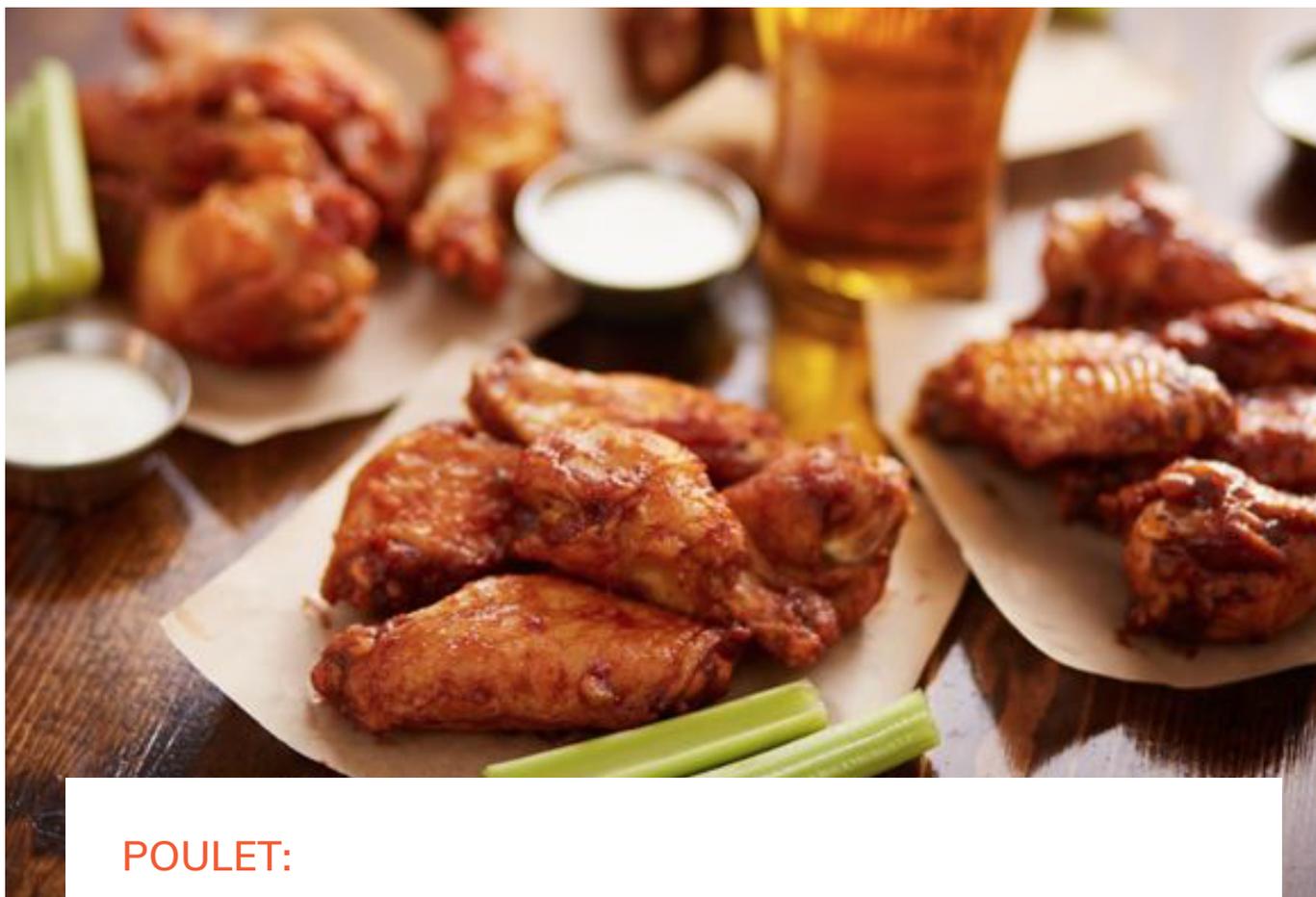
Je ne saurais trop insister sur le fait qu'utiliser un langage chargé d'émotion, c'est comme ajouter du sel et du poivre à votre nourriture. C'est le fromage de vos macaronis. La gelée à votre beurre de cacahuète. Les carottes à vos petits-pois. La sauce à votre purée de pommes de terre.



04

**Quelques  
exemples de  
description pour  
un menu qui  
donne faim.**

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## POULET:

rôti (poulet rôti), croustillant (ailes de poulet croustillantes), grillé, fumé (poitrine de poulet), tendre, succulent, cuisses de poulet désossées, sans peau.

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## BŒUF:

Bio, nourri à l'herbe, bœuf haché épicé, poivré, peu de matière grasse, âgé, épicé, mijoté, Angus, nos, mariné, pauvre (en matière grasse), tendre, premier choix (filet de bœuf premier choix).

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## POISSON :

Sans arêtes, fumé (saumon), salé (sardines), croustillant, doré, poisson d'eau douce, poisson de mer, cuit, frit.

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## SNACKS (HORS D'OEUVRE) :

Épicé (snacks), toasté (pains), chaude (tortilla de blé), moelleux (bretzels, tortilla de blé), cuit (bâtonnets de mozzarella).

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## FROMAGES :

Frai, mozzarella coulante, moelleux, fondant, léger, crémeux, velouté, effrité, fumant, noisette Roquefort, Camembert, Cotija, Chèvre, Feta, Mozzarella, Emmental, Cheddar, Gouda, Taleggio, Parmigiano-Reggiano, Manchego, Monterey Jack, Gorgonzola, Pecorino Toscano, Fontina d'Aosta, Mozzarella di Bufala, Provolone, Asiago, Robiola Piémontais.

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## SAUCES :

Faites maison, sucrée, piquante, épicée, ranch, laiteuse, crémeuse, blanche, balsamique, marinade (sauce).

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## RIZ:

Épicé, basmati, à la vapeur, sauté, sauvage, marron, collant, moelleux, gonflé, japonais, doré, chinois, indien, oriental, mou, en grain, court, de taille standard, riz long grain

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## PIZZA :

Rustique, traditionnelle, faites maison (pâte à pizza), mozzarella coulante, cuite, italienne, méditerranéenne, végétarienne.

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## SOUPE :

Faite-maison, traditionnelle, crémeuse, cuisson lente (soupe de poulet), mijoteuse (soupe de poulet), soupe de courge, aux légumes, bon pour la santé, dorée, jaune, potiron, gourmet, savoureuse, délicieuse, bio, en purée, courge, préparée, végane (ou végétalienne), soupe de légumes.

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## DIPS (SAUCE POUR TREMPER) :

Crémeux (guacamole), acide (sauce à la crème), sauce à 3 saveurs (ou remplacez par le nombre désiré).

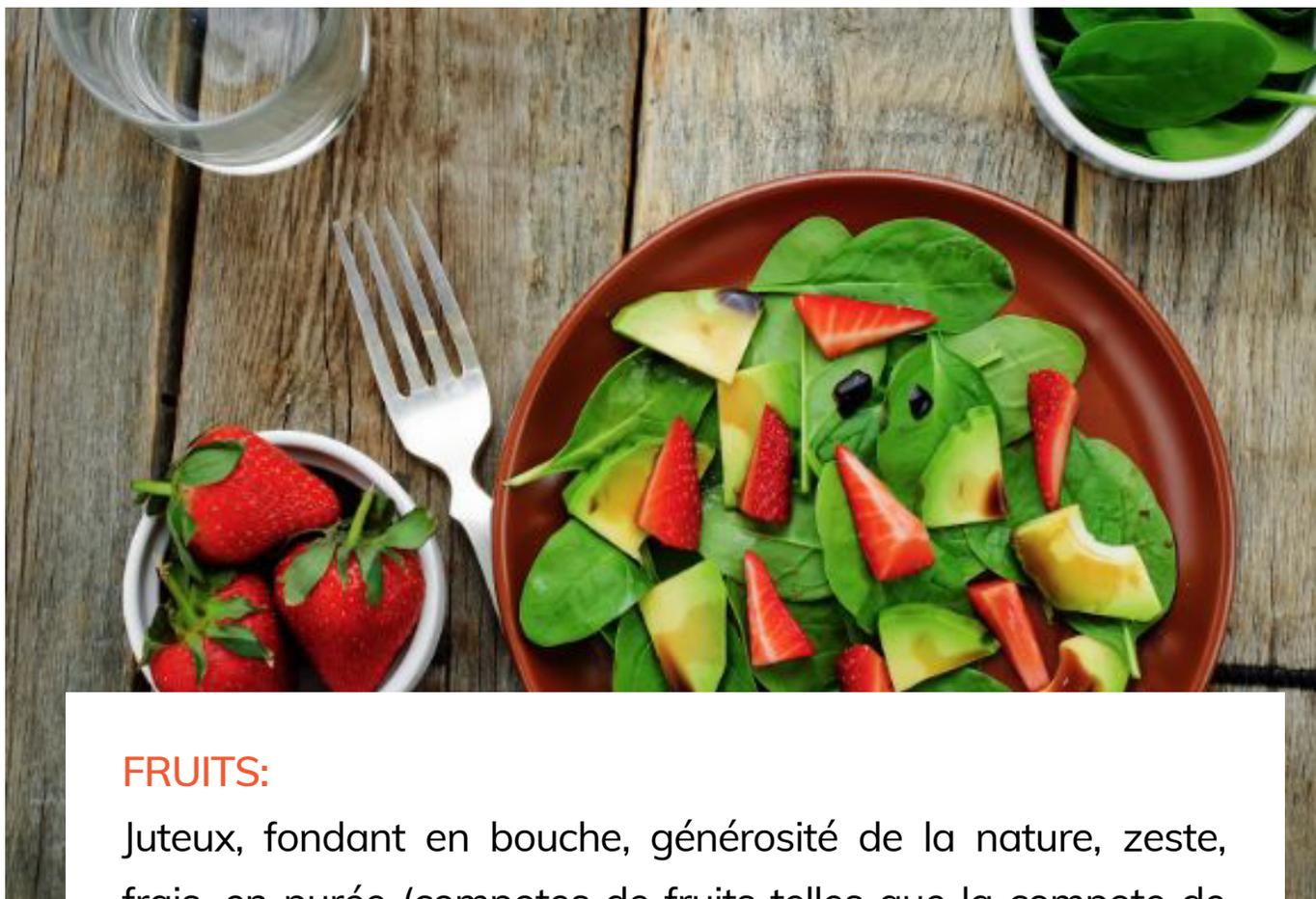
# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## LÉGUMES:

Croustillants (échalotes croustillantes), chips (laitue), caramélisés, épicés (hummus épicé), au beurre, frais (salade), grillé (maïs, patates), du soleil (tomates), patates douces, jeunes (carottes), fermenté (choux), gratté (gingembre), aromatique (herbes), purée (de patates).

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## FRUITS:

Juteux, fondant en bouche, générosité de la nature, zeste, frais, en purée (compotes de fruits telles que la compote de pomme), confits, glacés, dénoyautés, de saison, sans pépin, bio, tropicaux, exotiques, du terroir, frais du jardin, rempli de vitamines (smoothie aux fruits tropicaux rempli de vitamine), riche en vitamines.

# Mettre en valeur le visuel, le goût, la texture ou le type de cuisson :



## DESSERTS:

Croquant, sucré, salé, flocons (tarte aux pommes aux flocons d'avoine), crumbles (crumble au fromage, tarte aux crumbles), gluant (caramel gluant), moelleux (moelleux au chocolat), glacé, épicé (tarte à la cannelle épicée), collant (muffins collants à la myrtille), noix, soyeux, mentholé, satiné, nu (gâteau), doux-amer (pépites de chocolat), chocolaté (glaçage), caramel salé (brownies).

# Parlons ensemble de votre projet

FOOD MARKETING



Session  
**GRATUITE**  
[Cliquez ici](#)

**FOUZIA ZINA MEZIANE**  
Experte en Food Marketing

# Augmenter rapidement les réservations grâce à notre système simple et en ligne

FOOD MARKETING



Réservation de table

Nombre de personnes

Aujourd'hui

14:30

Commentaires (optionnel)



Appel  
**GRATUIT**  
[Cliquez ici](#)



*Saveurs culinaires*



*Tablier  
Expertise  
Précision  
Tradition  
Brigade*

*Partage  
Plaisir*



@  
**MARKETING  
CULINAIRE**  
@



  
Yulmaz