

La passion de la restauration

Détenteur d'un baccalauréat en marketing de l'Université Bishop, Spiro Krallis entre à l'emploi de la multinationale NCR. Un bon poste. Une belle entreprise. De belles possibilités de développement, **mais ce n'est pas ça qu'il recherche.** Six mois plus tard, il quitte l'entreprise pour occuper un poste d'assistant gérant chez Burger King.



RICHARD JOHNSON

rjohnson@journalmtl.com

« **J'** ai toujours voulu travailler dans la restauration. Ça m'a toujours fasciné. » Puis, il passe à la Cage aux Sports, et chez Giorgio's où il met en pratique les différents aspects de l'art de la gestion. « Ce sont de très belles entreprises, et j'ai beaucoup appris. »

Pendant tout ce temps, il peaufine son concept de sandwicherie et, en 1989, il ouvre son premier Dagwoods, à Kirkland. Aujourd'hui, l'entrepreneur de 44 ans exploite une bannière qui compte une quinzaine de restaurants.

Le concept est simple : proposer des sandwiches de haute qualité parmi les plus frais et les plus savoureux qu'on puisse trouver à Montréal. Tout en insistant sur le sourire et la bonne humeur. L'expérience Dagwoods, c'est un beau clin d'œil.

Constance

« Faut pas chercher longtemps, dit Spiro Krallis. La clé de notre réussite se trouve dans nos bons sandwiches, dans la constance que nous avons maintenue au fil des ans de même que dans notre service rapide et amical. Qualité du produit et qualité d'exécution. Tous les jours. »

Tout comme la majorité des beaux succès en affaires, le concept a le mérite d'être simple, et c'est du côté de l'exécution qu'on fait la différence. Il faut beaucoup de patience et une attention constante dans le contrôle de la qualité.

Dans un univers économique où la compétition ne pardonne pas, tous les détails, même les plus petits, comptent. Ça va de l'horaire de travail du personnel à la formation en passant par la motivation, la commande et la gestion des stocks, le contrôle de la caisse, les rapports journaliers et les commandes à livrer. En effet, quelque 20 % des revenus passent par le service de traiteur.

Il faut posséder des qualités de direction et d'organisation, être méticuleux et posséder un grand sens pratique. Le service et la

propreté de l'établissement doivent être une préoccupation constante. Ah oui, il ne faut surtout pas compter ses heures.

En fait, c'est l'homme- ou la femme-orchestre, une personne qui peut tout aussi bien fabriquer le sandwich, préparer les ingrédients, bricoler, faire la livraison, prêter l'oreille à un employé, jaser avec les clients et faire un rapport de route sur l'ordinateur.

Négocier avec les courtiers, les banquiers, les assureurs, les propriétaires immobiliers, les avocats, les comptables, les informaticiens tout en organisant des fêtes, sur une base régulière, pour les employés.

Sourire

« Je suis très conscient de l'importance de nos employés. Je les aime, je les respecte et les écoute. Les employés sont notre image et notre gage de succès. Quoi de plus beau qu'un sourire ! »

« C'est peut-être ce qui explique que 55 % de notre nouvelle clientèle est recrutée par le bouche à oreille. Nos clients reviennent avec leurs amis. C'est magnifique car nous ne pouvons pas rivaliser avec les colosses en ce qui concerne les campagnes publicitaires. Nous devons donc travailler plus fort, offrir plus, et mieux. »

Mon plus grand défi

« Assurer, jour après jour, la constance dans la qualité de notre service. Notre offre doit être supérieure à la norme tous les jours. »

Vite Vite Vite

■ Ma plus grande priorité ?

Ma famille. Ma femme Petra et nos cinq enfants, âgés de 3 à 11 ans. Petra est d'origine allemande, et les enfants sont trilingues (allemand, anglais, français).

■ Vacances ?

Deux semaines à Myrtle Beach, et les week-ends. Quelquefois, on passe deux ou trois jours ensemble, en amoureux.

■ Mon rêve ?

Réussir ma famille, et réussir mon entreprise. Bâti quelque chose de beau et de solide.

■ La compétition ?

Les Subway, Tim Hortons et autres sandwicheries de ce monde.

■ Encore un autre Grec dans la restauration ?

Oui, plusieurs restaurateurs sont d'origine grecque, mais dans notre famille, je suis le seul restaurateur. Mes parents sont des professionnels.



PHOTO ALBERT VINCENT

■ Spiro Krallis, président de Dagwoods.

La clé : l'enthousiasme

S'il veut développer un bon réseau de franchises, Spiro Krallis ne fonce pas la tête baissée. « J'avance avec prudence. Ce n'est pas une course. Notre réputation est bonne, et c'est elle qui nous sert de locomotive. Donc, pas de croissance tapageuse. »

Le coût total pour une franchise Dagwoods, clés en main, oscille entre 140 000 et 175 000 \$. Ce coût comprend l'équipement, le bail et la redevance de franchisage. Les frais de redevance sont de 5 %. Les frais publicitaires sont de 3 %.

Le franchisé doit posséder au moins 30 000 \$ en ressources personnelles non empruntées de même qu'un avoir net de 100 000 \$ pour être admissible à un prêt aux petites entreprises. « Nous avons de bonnes relations avec certaines institutions financières qui nous connaissent, et les dossiers ne traînent pas. »

Et si vous n'êtes pas admissible à un prêt, M. Krallis affirme qu'il est possible de compenser vos lacunes financières par

l'enthousiasme, votre expérience en restauration et votre profonde volonté de réussir. « Si vous assurez la gérance d'un restaurant Dagwoods pendant six mois, vous pourriez être admissible à notre financement maison. »

Une erreur que je ne recommencerais pas

« Il m'est arrivé de ne pas respecter mes propres critères. J'ai ouvert un établissement plus grand que prévu dans un emplacement qui ne convenait pas à notre profil. Je me suis laissé séduire au lieu de respecter nos critères. Erreur coûteuse. Quand tu as un bon plan, tu dois le respecter, même si d'autres options semblent prometteuses. »

Dagwoods

- **Fondation :** 1989
- **Président et propriétaire :** Spiro Krallis
- **Employés :** 175
- **Revenus :** 4,5 M\$
- **Établissements :** 15
- **Siège social :** Kirkland
- **Site Internet :** dagwoods.ca