



Pourquoi les grands hôtels misent sur la gastro

Même si le restaurant gastronomique ne rapporte plus grand-chose, il est toujours prisé par certains hôteliers. Exemples et explications en Suisse romande. *Par Knut Schwander*

Autour de la rade, à Genève, l'évolution est spectaculaire. En une quinzaine d'années, tous les cinq étoiles ont fait de leur restaurant une vitrine. Fini le temps des restaurants de palace figés et sans âme. Les prestigieuses tables-signature ont le vent en poupe. Le Président Wilson a engagé Michel Roth, le chef du Ritz à Paris. Le Mandarin Oriental s'est assuré la collaboration de Vineet Bhatia, star étoilée de la cuisine indienne revisitée. Le Beau Rivage prévoit d'investir dès cet été dans un cadre renouvelé pour la cuisine de son chef vedette, Dominique Gauthier (une étoile au Michelin, 18/20 au GaultMillau). Et l'Hôtel de la Paix va offrir un nouvel écrin aux créations du chef, Jérôme Manificier, «promu romand de l'année» du GaultMillau 2015. Des contrats de franchise et des travaux



PME Magazine
1203 Genève
022/ 919 79 00
www.pme.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 20'268
Parution: mensuelle

N° de thème: 571.212
N° d'abonnement: 1083336
Page: 100
Surface: 186'776 mm²

qui se chiffrent en centaines de milliers de francs.

Tout ça alors que la restauration est en crise, et qu'elle l'était déjà avant l'évolution du taux de change de l'euro... De plus en plus de professionnels de la branche susurrent que la grande gastronomie, ça ne rapporte plus grand-chose. Et que pour gagner de l'argent, il vaut mieux ouvrir une pizzeria. En effet, si l'on cumule tous les frais, il y a de quoi s'interroger. Une décoration élaborée coûte des dizaines ►





Les activités sportives ont dépassé la gastronomie au palmarès des passe-temps les plus en vogue.

► ou des centaines de milliers de francs. L'argenterie et la vaisselle sont chères et chez Benoît Violier, par exemple, on estime la casse à 1000 francs par mois!

Puis, il y a les vols de marchandises et d'objets qui se chiffrent également en milliers de francs. S'y ajoute l'achat de produits luxueux: 5000 francs le kilo de truffes blanches, 50 à 90 francs le kilo de homards... Et surtout, les charges de personnel: un bon chef dans un quatre étoiles gagne dans les 9000 francs par mois, un maître d'hôtel expérimenté 5500 à 6500 francs. Pas besoin d'être comptable pour en déduire qu'un restaurant gastronomique n'est pas automatiquement rentable.

Ceci d'autant plus que le ticket moyen est à la baisse, que les gens ont de moins en moins de temps pour les repas d'affaires et que les activités sportives ont dépassé la gastronomie au palmarès des passe-temps les plus en vogue. Une évolution qui encouragerait plutôt à supprimer les grandes tables de prestige dans les hôtels.

Vision à court terme

C'est d'ailleurs l'option récemment choisie par l'Hôtel d'Angleterre et l'Hôtel de la Cigogne, à Genève, ou l'Hôtel du Sapin, à Charmey, qui ont tous trois préféré troquer leur table gastronomique contre une offre plus abordable et moins complexe. C'est aussi le choix du Montreux Palace qui a renoncé, voilà plusieurs années déjà, à jouer dans la cour des grandes tables pour décliner des

formules plus relax, comme le Montreux Jazz Café et le Pavillon en été. Néanmoins, ces quatre exemples restent des cas isolés.

Ainsi, à Lausanne, le Palace comme le Beau Rivage ont fait de leurs restaurants de vrais étendards de prestige, avec Edgard Bovier en ville et Anne-Sophie Pic au bord du lac. Et l'«épidémie» a gagné les stations de montagne (à Zermatt et à Crans, les grandes tables fleurissent) tout comme les villes. Ainsi à Neuchâtel, le Palafitte bénéficie – à l'instar du Beau Rivage d'Ouchy – de la vision stratégique de la Fondation Sandoz. Pour Edouard



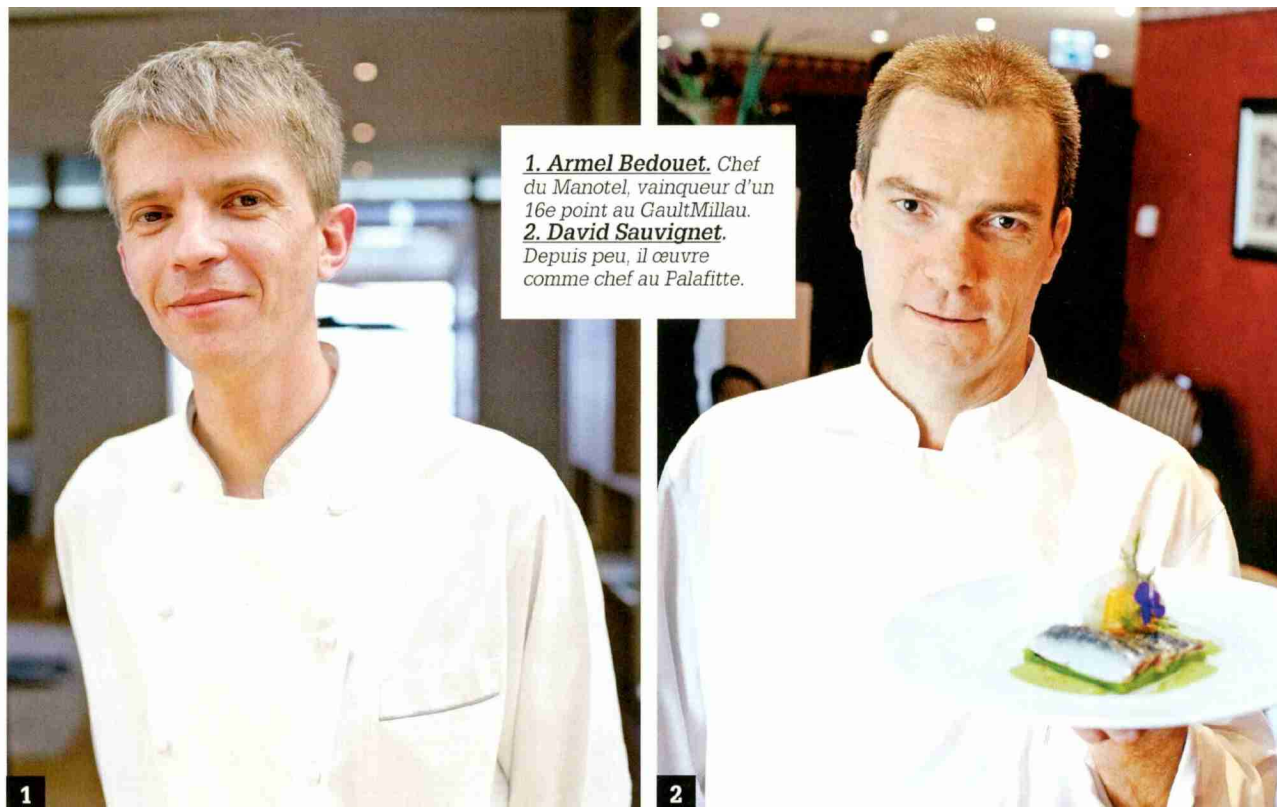
PME Magazine
1203 Genève
022/ 919 79 00
www.pme.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 20'268
Parution: mensuelle

N° de thème: 571.212
N° d'abonnement: 1083336
Page: 100
Surface: 186'776 mm²

Millet, directeur de la restauration des deux établissements, un restaurant de qualité est clairement un atout pour un hôtel: «Si l'on considère que 50% du chiffre d'affaires proviennent du restaurant et l'autre moitié de l'hôtel, les chambres dégageront 60 à 70% de marge brute, alors que la restauration n'en dégagera que 10%. Renoncer à un restaurant peut donc sembler un choix plus rentable. Seulement, c'est une vision à court terme.»

C'est pourquoi, depuis un peu plus d'un mois, c'est David Sauvignet qui œuvre comme chef au Palafitte. Habitué à comptabiliser points et toques, il est là pour contribuer à faire de cet hôtel magique sur pilotis une destination à part entière. «En été, 40% des clients qui réservent une table dorment à l'hôtel, constate Edouard Millet. De plus, pendant la récente fermeture du restaurant pour des travaux de rénovation, nous avons constaté qu'une partie non négligeable de la clientèle de ►





La clientèle des séminaires apprécie que les pauses repas donnent du lustre à ses événements.

► l'hôtel avait renoncé à venir.» Un restaurant de qualité serait donc bien plus qu'une simple carte de visite... Ce n'est pas Paul Muller, président du groupe Manotel, épicurien et gastronome, qui dira le contraire. Au Royal Manotel, l'un des six hôtels du groupe, le restaurant Duo porte bien son nom, puisqu'il offre deux espaces, une brasserie et un gastro. Et pas n'importe quel gastro, puisque son chef, Armel Bedouet, vient d'y remporter son 16^e point au GaultMillau.

Une bonne affaire? «Les deux tables cumulées arrivent à l'équilibre, alors que le gastro seul engendrerait des pertes», remarque Paul Muller. S'en passer serait néanmoins une erreur stratégique: «Ce que notre clientèle recherche, c'est vivre une expérience, à l'hôtel comme au restaurant.» Sous cet angle, ce dernier devient un atout d'image incontournable.

Vendre du rêve

Pour dynamiser sa société, Paul Muller a développé avec succès une offre qualitative adaptée aux différents profils des hôtels du groupe: «Notre optique consiste à faire usage des meilleurs produits, quel que soit le type de restaurant.» Une recette valable pour les plats décontractés et gourmands de l'Nv'Y, les spécialités suisses de l'Edelweiss, ou la cuisine signature d'Armel Bedouet au Royal: «Certes, les meilleurs produits sont 10 à 20% plus chers. Mais ce n'est pas ça qui fait la différence. D'ailleurs, si on met le

prix au centre, on a perdu d'avance», avance l'hôtelier. Si l'on n'agit pas sur le prix des produits et que les charges fixes sont incompressibles, comment ne pas sombrer? «Il faut un axe: les meilleurs produits ne sont pas uniquement les plus luxueux et les plus chers: les poissons du lac, par exemple, n'atteignent pas le prix du homard. Ensuite, il faut savoir les magnifier: c'est le wouaw effect.» Plutôt que de faire des économies de bouts



PME Magazine
1203 Genève
022/ 919 79 00
www.pme.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 20'268
Parution: mensuelle

N° de thème: 571.212
N° d'abonnement: 1083336
Page: 100
Surface: 186'776 mm²

de chandelle, Paul Muller s'attache à vendre un concept qui tient la route. Une démarche couronnée de succès, notamment pour la clientèle des séminaires qui apprécie que les pauses repas donnent du lustre à ses événements. «Le restaurant gastronomique vend du rêve, pour les séminaires comme pour les clients individuels», confirme Stéphane Schlaepfy qui dirige depuis quinze ans l'Hôtel Cailler, à Charmey. Cuisinier de formation, puis diplômé de l'École hôtelière de Lausanne, il est formel: «Dans un quatre étoiles, il faut un restaurant gastronomique qui tienne la route. Le fait d'apparaître dans des guides atteste d'un standard qui est une vraie valeur ajoutée, même si son effet est difficilement chiffrable.»

L'Hôtel Cailler propose deux restaurants, une brasserie et un gastronomique. «Les vendredis, samedis et dimanches, ils sont tous les deux complets, ce qui représente 150 couverts.» Si le gastronomique seul n'engendre pas de bénéfice, la brasserie et tout l'établissement bénéficient de son aura positive. Un plus qui n'a pas de prix. ■



1. Anne-Sophie Pic.
Beau-Rivage Palace.
2. Jean-Marie Pelletier.
Hôtel Cailler, Restaurant
Quatre saisons.

