RESTAURATION COLLECTIVE

©SYLVIE HUMBERT

Le restaurant Le Bistrot, une nouvelle version de la restauration d'entreprise signée Eurest, sur la campus Evergreen (Compass) du Crédit Agricole, à Montrouge (92).

Une année de consolidation

Le classement annuel de *Néorestauration* révèle que les SRC ont tiré leur épingle du jeu. Le trio de tête reste inchangé : Elior, Sodexo, Compass. Quant aux challengers, le marché, bien que complexe, leur laisse entrevoir de belles perspectives de développement.

ENCARNA BRAVO

La restauration collective a commencé sa révolution, guidée par trois mots d'ordre : « nouvelle génération de clients », « digitalisation » et « équitable ». Malgré une conjoncture économique difficile, les acteurs du marché sont nombreux à afficher des résultats satisfaisants, à commencer par le numéro 1, Elior. *« En France, malgré un nettoyage de portefeuille, nous enregistrons un développement net de 4 % contre 1 % au global marché »*, analyse Philippe Salle, le PDG de la SRC. Pour sa part, Compass a connu une année stable. Les sociétés régionales et les PME n'ont pas non plus à rougir de leurs résultats : API Restauration, Vitalrest, MRS, Anthemis, Isidore, Verso Restauration, Armor Cuisine, Groupe Convivio, Geres... Une tendance confirmée par Pierre Allary, PDG de Multi Restauration Méditerranée : *« Une très bonne année sur le plan du développement, avec des contrats totalisant 1 million d'euros de chiffre d'affaires. Nous avons mis en place notre plan stratégique visant à pérenniser nos valeurs et l'amélioration de nos marges. Nous avons décidé de fermer certains comptes non rentables, qui pénalisent la croissance globale de la société. »*

5,06 Mds €

Le chiffre d'affaire global réalisé en 2016 par les trois SRC leaders du marché

Source : Elior, Sodexo, Compass

Une chose est certaine, la restauration collective a poursuivi son mouvement de concentration. Alors qu'en février 2016, Newrest avait annoncé le rachat de la filiale française d'Apetito, en janvier 2017, elle a acquis la totalité de Coralys, elle qui s'est fixée un objectif de chiffre d'affaires de 300 M € d'ici à

trois ans dans la restauration collective, et ainsi devenir un nouvel acteur majeur du secteur, l'alternative incontournable des grands groupes.

L'année a également été marquée par la reprise de Saveurs Restauration par Vitalrest, et celle d'Equilibre Restauration (SRC orléanaise) par Restauval, en novembre. Cette dernière opération participera au développement de la société en 2017, une quinzaine de contrats ayant été signés fin 2016, laissant apparaître de belles perspectives et d'ores et déjà une croissance à deux chiffres. Restauval vient de se lancer dans l'agrandissement de son siège social à Rochecorbon (37), afin d'étoffer ses équipes et, à partir de là, conquérir de nouvelles régions. À noter que depuis fin 2016, l'entreprise est aussi présente en Normandie.

L'innovation au cœur des stratégies

Le paysage se caractérise aussi par un intérêt croissant des leaders pour l'internationalisation. En Italie, Elior a opéré un nettoyage du portefeuille *« un peu fort »*, ce qui a eu un impact négatif sur la croissance, mais positif sur la rentabilité. La SRC s'est développée de manière équilibrée aux États-Unis, avec 4 acquisitions (en entreprise, santé, prison, éducation). Grâce à quoi *« nous sommes devenus le n° 5 aux États-Unis, avec un chiffre d'affaires de 1 milliard de dollars »*, se félicite Philippe Salle, pour un objectif, d'ici à 2020, de prendre la 4e position, avec un chiffre d'affaires prévisionnel de 1,5 Md $ (soit 1,37 Md €). Au Royaume-Uni, porté par le rachat de Winterfall, le numéro un français ambitionne de *« pousser les feux de la croissance, organique et externe, pour atteindre 600 millions de livres d'ici à 2020 (contre 400 M sur le dernier exercice) et une place dans le top 3 »*.

Pour Sodexo, *« l'innovation est un enjeu crucial lorsqu'on sert 75 millions de consommateurs avec 450 000 collaborateurs. Nous avons renforcé la segmentation de nos marchés en lui donnant une dimension internationale. Le déploiement de nos activités est d'abord local, avec un ancrage territorial fort. Et la vision et la stratégie pour chaque segment s'enrichissent d'une expérience et de savoir-faire internationaux »*.

La SRC poursuit aussi l'accélération de sa stratégie digitale autour de l'innovation en investissant dans des start-up dans le bien-être et l'organisation au travail. Une tendance lourde chez les leaders. Mais toutes les sociétés pourront-elles investir ? Pour Pierre Allary, *« la digitalisation va demander des moyens importants aux PME du secteur. Il faudra réfléchir à mutualiser les moyens entre SRC régionales pour contrer les majors »*. *« La digitalisation m'a coûté 1 M €, dont le front office et le back office. Il semble difficile d'imaginer une petite entreprise régionale investir autant dans la digitalisation lorsqu'elle affiche 5 ou 6 M € de chiffres d'affaires »*, estime Gilles Terzakou, PDG de Multi Restauration Service.

+1,36 %

L'évolution du chiffre d'affaires enregistrée en 2016 par Elior Group versus 2015

Source : Elior

Des enjeux d'ordre qualitatif

Malgré la conjoncture économique difficile, les échéances politiques, le retour au moins-disant dans le scolaire et l'administration – merci les baisses de dotations des communes –, le marché reste porteur. Le marché privé scolaire et l'entreprise privée conservent un potentiel intéressant ; la santé représente un développement par opportunité, principalement sur le médico-social et le troisième âge. Selon Olivier Schram, cogérant de PH Partners, conseil en restauration, *« il y a plusieurs années, il était possible d'appréhender les évolutions d'une année sur l'autre en termes quantitatifs. Désormais, elles se font à la marge, les enjeux quantitatifs sont moins importants que ceux d'ordre qualitatif. Il est intéressant de voir comment les offres se transforment à la faveur des attentes du consommateur, en termes de formats alternatifs, de formats de vente et de modes d'approvisionnement. C'est sur ce plan que le métier affiche le plus de changements »*.

À l'heure où la digitalisation s'impose dans la restauration, les leaders investissent de façon conséquente dans la FoodTech. Pour les contrer, les SRC régionales devront sûrement mutualiser leurs moyens.

© SYLVIE HUMBERT

LE CLASSEMENT EXCLUSIF DES OPÉRATEURS EN FRANCE

Malgré la pression sur les prix, le chiffre d'affaires de la plupart des SRC progresse. Au total, les 19 premières de notre classement enregistrent 6,161 milliards d'euros en 2016.

		CA HT FRANCE (EN M €)			MILLIONS DE REPAS		
	GROUPES	2016	2015	Évolution	2016	2015	Évolution
1	GROUPE ELIOR	**2 170,7**	2 141,5	+ 26,40 %	**291,3**	289,2	+ 0,74 %
2	GROUPE SODEXO FRANCE	**1 722,7***	1 974,0	- 12,73 %	**308,0**	316,0	- 2,53 %
3	COMPASS GROUP FRANCE	**1 165,0**	1 164,0	+ 0,09 %	**204,4**	201,5	+ 1,44 %
4	API RESTAURATION	**535,0**	485,0	+ 10,31 %	**141,6**	130,5	+ 8,51 %
5	GROUPE CONVIVIO	**130,9**	124,3	+ 5,33 %	**37,3**	35,2	+ 5,97 %
6	MULTI RESTAURATION SERVICES (MRS)	**109,9**	100,3	+ 9,59 %	**14,3**	13,1	+ 9,21 %
7	NEWREST RESTAURATION (acquisition Apetito France)	**80,1**	71,2	+ 12,39 %	**14,7**	14,8	- 0,61 %
8	GROUPE VITALREST (acquisition de Saveurs Restauration)	**53,5**	33,5	+ 59,70 %	**12,0**	8,0	+ 50,00 %
9	CORALYS	**45,9**	40,8	+ 0,09 %	**9,9**	9,0	+ 10,37 %
10	RESTORIA	**44,1**	39,6	+ 11,39 %	**12,9**	11,6	+ 11,26 %
11	ISIDORE RESTAURATION	**24,2**	23,5	+ 12,50 %	**6,3**	6,1	+ 4,43 %
12	RESTAUVAL SAS	**20,8**	19,1	+ 8,90 %	**4,5**	4,1	+ 8,56 %
13	ANTHEMIS	**15,6**	14,7	+ 6,04 %	**NC**	NC	NC
14	MULTI RESTAURATION MÉDITERRANÉE	**11,4**	11,6	+ 8,90 %	**2,1**	2,2	- 6,43 %
15	IMESTIA	**8,4**	9,1	- 7,54 %	**NC**	NC	NC
16	ARMOR CUISINE	**7,4**	6,1	+ 21,58 %	**2,3**	1,9	+ 23,63 %
17	SOBRIE RESTAURATION	**7,3**	7,5	- 2,18 %	**2,6**	2,6	- 0,81 %
18	GERES RESTAURATION	**4,7**	4,7	+ 0,62 %	**0,8**	0,8	-
19	VERSO RESTAURATION	**4**	3	+ 25,03 %	**1**	0	+ 19,08 %

* Estimation *Néorestauration*.

© CHRISTOPHE PANÉPINTO

© FRÉDÉRIC MALIGNE

© ELIOR GROUP

La qualité semble primer sur la quantité, avec des produits locaux, issus de circuits courts, labellisés... Des critères communs à tous les segments de la restauration collective.

L'ENTREPRISE À L'HEURE DES DÉFIS ET DES GRANDES MUTATIONS

Outre une pression économique forte, au point que des SRC préfèrent parfois renoncer à un contrat plutôt que de devoir servir une prestation de piètre qualité, à l'instar de Denis Durand, PDG de Restauval – *« Nous avons choisi de ne pas nous battre sur les prix. Nous continuons sur notre lancée modestement, mais sûrement. L'objectif est de poursuivre notre développement, et de croître ! »* –, le segment de l'entreprise est assurément le plus sous-traité en France, donc le plus concurrentiel... La marge de progression, même si elle est constante, est légère. *« La vraie question, c'est comment augmenter et le taux de fréquentation et le ticket moyen ? »*, analyse Philippe Salle, PDG d'Elior. Pour le premier levier, la solution passe notamment par l'optimisation des outils digitaux. Dans cet esprit, Elior a posé la première brique en 2016 avec Time Chef, une plate-forme qui permet au convive d'obtenir des informations sur le menu, de consulter son solde, de remettre de l'argent sur son compte... Celle-ci sera, d'une part, généralisée à 1 000 sites en 2017 et, d'autre part, se transformera : de passive, elle deviendra active à partir de 2018, l'objectif consistant à travailler sur la fidélisation des convives pour améliorer et augmenter les flux... Chez les autres acteurs aussi, la digitalisation gagne du terrain. Plutôt chez les majors du marché, soyons honnêtes. Les autres font de la résistance, ne souhaitent pas se lancer dans le digital, soit pour des raisons de coût, soit pour le risque lié à la confidentialité des données personnelles collectées dans le cadre professionnel. S'agit-il de barrières pour ne pas agir ? Encore des efforts à fournir !

60 %

La part de salariés se restaurant sur leur lieu de travail pendant les pauses

Source : Elior

Il est désormais essentiel pour les collectivités de séduire une clientèle dite captive, mais qui l'est en réalité de moins en moins. Celle-ci est en effet attirée par l'offre commerciale proposée hors des murs de l'entreprise.

© FRÉDÉRIC MALIGNE

Vers des espaces partagés

Une évolution est également nécessaire sur la scénarisation de l'offre. *« La restauration d'entreprise telle que nous la connaissons n'existera plus dans dix ans »*, prédit Gilles Terzakou. Plus que jamais, les collectivités se doivent de séduire une clientèle dite captive, mais qui l'est en réalité de moins en moins, attirée par l'offre commerciale proposée hors des murs de leur entreprise. Avec les salariés trentenaires est arrivé le souhait de manger autrement et à n'importe quelle heure. Pour le PDG de MRS, *« on a besoin de créer une agora, une place du village où l'on peut se relaxer, communiquer, discuter et se restaurer de 8 à 20 heures »*. Des modifications qui le conduisent à dire : *« Mon métier n'est plus restaurateur, mais animateur d'espace de convivialité. »* Et Olivier Schram, codirigeant PH Partners, d'ajouter : *« Il faut croire que cet environnement est en train de se craqueler et d'évoluer, car les convives ne consomment plus de la même manière. Et que le temps de travail empiète de plus en plus sur la pause méridienne. L'attention est davantage portée sur l'évolution du cadre, le front office, les formats de consommation et de distribution. D'où l'importance de sortir du self traditionnel. Déjà, certains opérateurs conçoivent des espaces partagés qui ne sont plus exclusivement dédiés à la restauration. Une tendance*

qui s'affirme. ». Car les SRC doivent innover, pas seulement dans l'offre alimentaire, en termes d'agencement de l'espace aussi. Les loyers élevés, les investissements, la maintenance, les frais de fonctionnement... rendent le coût du restaurant d'entreprise démesuré rapporté à son temps d'utilisation ultra-limité. D'où le besoin d'envisager les choses différemment.

Pour rentabiliser l'espace et booster le ticket moyen, « *nous nous développerons différemment, en transformant un espace dédié à la restauration entre 12 et 14 heures en un espace de vie, de réunion, de travail, de 9 à 17 heures* », explique Philippe Salle, pour Elior. Pertinent, puisque cela permet de faire dépenser plus à différents moments de consommation, et que cela permet, en prime, de rentabiliser les équipes arrivées tôt le matin, « *de 7 personnes sur un site pour 300 à 400 convives* », et le lieu, vide, sinon, pendant plusieurs heures. C'est sur ce créneau de l'entreprise qu'une équipe britannique d'Elior a gagné le concours d'innovation interne, avec un concept de take-away intéressant. « *Nous ne voulons pas attaquer la livraison B to C*, rappelle Philippe Salle, *nous pourrons proposer aux salariés de repartir le soir avec un dîner préparé dans nos cuisines.* »

78 %
La part d'actifs ntéressés par des produits bio sur leur lieu de travail
Source : Baromètre Agence Bio/CSA 2017

Un retour à la qualité

Il semblerait que tous les acteurs ne soient pas convaincus de l'intérêt d'apporter des modifications, et se révèlent inquiets à l'idée de proposer une offre alternative. « *Leur première crainte ? Voir cette nouvelle prestation cannibaliser l'offre du self. Or, c'est l'effet inverse qui se produit !* », explique le cogérant de PH Partners.

Les entreprises y gagnent d'autant plus qu'elles soignent la qualité de leurs produits. Et qui dit qualité dit traçabilité, origine, labels, circuits courts, local... Des critères communs à tous les segments de la restauration collective. « *Pour nos approvisionnements, nous bénéficions d'un réseau de producteurs locaux, avec qui nous avons mis en place des accords*, ajoute le PDG de MRS. *Pour les légumes en provenance d'Angers, il y a un an, nous nous sommes engagés sur un prix.* » Pour Denis Durand, « *les décisionnaires semblent moins éloignés du terrain. Souvent, celui qui passe commande est aussi consommateur. Je constate que les attentes sont plus axées sur la qualité du service et de la cuisine. Autrement dit, le retour aux bases d'une bonne cuisine* ».

En tout cas, le secteur de la collective en entreprise bouge. Il a encore du chemin à parcourir, comme le souligne Olivier Schram. « *Je suis tout de même étonné du retard de la profession, en particulier sur le click & collect, le manque d'espace consacré au "retail", ou encore la fidélisation ; des options qui peuvent parfaitement trouver leur public en entreprise* ».

« Le monde évolue vite, parfois avec contradiction : local et mondial, traditionnel et moderne... Pour préserver l'équilibre et l'inclusion, les organisations doivent être plus attentives à la voix de l'individu. »
Sylvie Metayer, directrice générale entreprises au niveau mondial de Sodexo

EXIGENCES À LA HAUSSE, BUDGETS À LA BAISSE À L'ÉCOLE

Dans l'enseignement, la sous-traitance est faible, donc le potentiel fort pour les SRC, dont la plus grande préoccupation des sociétés concerne les exigences à la hausse et des budgets à la baisse, qui les obligent à faire des prouesses pour résoudre l'équation, ou à renoncer. Denis Durand, président fondateur de Restauval, confirme que *« le marché est tendu en raison de la pression économique et de celle exercée par les chefs d'établissement. On nous demande de proposer une prestation maximale pour un prix minimal, cela revient à faire le grand écart ! »* Résultat : certains acteurs ne répondent plus à ce type d'appels d'offres. Pour d'autres, l'enseignement offre encore des perspectives de développement. Enfin, surtout le marché privé scolaire, le plus porteur, à en croire certains comme MRM – qui affiche cette année une marge d'exploitation en hausse. Sur ce segment, les sociétés doivent prendre en compte l'importance des réseaux et de l'influence de la connectique.

Au global, dans l'enseignement, le marketing a laissé place au « bien-manger ». L'époque des concepts « marketés » pour attirer les jeunes convives est bel et bien révolue. Les nouvelles attentes se traduisent précisément dans les cahiers des charges en termes de qualité de produits, d'origine, de circuits courts, d'achats responsables... La tendance est au contenu de l'assiette. Les prestataires multiplient les gages de qualité. Compass Group* a signé une convention de partenariat avec Bleu-Blanc-Cœur pour s'approvisionner en viande, et avec la Nouvelle Agriculture® de Terrena pour la viande de lapin et les volailles. Un mouvement de fond qui pousse les sociétés, à l'instar de Coralys, à se fixer comme objectif, pour 2017, de faire appel à un maximum de fournisseurs locaux. Pour Olivier Schram (PH Partners), *« nous ne sommes pas dans le même genre d'aspirations selon le secteur. Les approvisionnements locaux, les circuits courts, la sensibilisation au gaspillage sont de vraies préoccupations dans le public. Alors que le secteur privé semble plus focalisé sur des questions relevant de l'évolution des formats de vente, notamment pour les collégiens, lycéens et étudiants »*. Il est essentiel pour les sociétés de travailler sur des offres qui évoluent selon le temps consacré au repas, et de l'hyper mobilité qui caractérise cette génération.

© NICOLAS KALOGEROPOULOS

La tendance, dans l'enseignement, est au contenu de l'assiette. Message reçu par les prestataires, qui multiplient les gages de qualité.

* Compass Group est devenu membre du conseil administratif de Bleu-Blanc-Cœur en 2016.

Pour répondre à l'attente croissante d'approvisionnements de proximité, les SRC s'organisent. *« Nous avons aussi mis en place une approche combinant lutte contre le gaspillage et partenariat pour gérer les biodéchets, avec un tri en amont et un traitement externalisé en aval »*, commente Pierre Allary, président directeur général Multi Restauration Méditerranée (MRM).

SANTÉ, UN MARCHÉ À FORT POTENTIEL

Dans le secteur de la santé aussi, le discours ambiant sur la restauration proposée aux convives revendique de miser sur l'équilibre nutritionnel et faire de la qualité, mais celle-ci a un coût, que tous les décisionnaires ne sont pas prêts à payer. D'un côté, un niveau d'exigence élevé dans les cahiers des charges (local, bio, produits frais...) et de l'autre, des enveloppes budgétaires revues à la

« Le profil des donneurs d'ordre a changé. Ce sont des chefs d'entreprise de plus en plus professionnels, avec des méthodes de management qui s'inspirent du management entrepreneurial. Dans le privé, ils n'abordent plus la restauration de la même façon que les chefs d'établissement issus du sérail. »
Corine Krief, directrice communication et RSE Compass Group France

baisse, et ce depuis des années. Dans cet univers, *« le poste restauration est perçu comme un centre de coût, pas comme un facteur capable d'avoir un impact bénéfique sur le métabolisme et le moral »*, explique Philippe Salle, dont la société, Elior, multiplie les chantiers sur le segment. Il a entamé une collaboration avec Gustave Roussy et le chef Alexandre Bourdas pour élaborer une offre de restauration adaptée aux patients atteints de cancer, et planche sur un portail destiné à ce segment de la santé pour 2017-2018..

Il n'empêche, si le secteur de la santé devient plus segmenté, donc plus délicat à gérer, il se porte plutôt bien. Rares sont les opérateurs à renoncer à ce marché à fort potentiel, qui représente près de 8 Mds € de chiffre d'affaires en 2015, soit le plus important de la restauration collective. Il n'est externalisé qu'à hauteur de 30 %, ce qui laisse entrevoir aux SRC de belles perspectives de développement. Reste que la santé est devenue complexe. Seules quelques sociétés privées ont opté pour la spécialisation. Sachant qu'il existe de tels écarts entre les types d'établissements – des hôpitaux aux maisons de retraite, en passant par le handicap et les cliniques –, qu'il est important de

© MEDIREST

© THOMYKEAT/ELIOR

Revendiquée par tous, la qualité a un coût que certains décisionnaires ne sont pas prêts à assumer. De plus, les offres doivent être de plus en plus formatées en raison de l'écart existant entres les différents types d'établissements.

proposer des offres plus « formatées ». Plusieurs repas à fournir tous les jours de l'année, une population vieillissante, un nombre croissant d'établissements. *« La santé se structure »*, explique André Rodionoff, directeur général de Newrest. La population intègre les structures plus tard, généralement dans un état de dépendance avancé, et souvent dénutrie. Un constat qui entraîne une augmentation des longs séjours, dans des services et établissements pour personnes âgées, s'accompagnant d'attentes spécifiques en matière de nutrition, de textures, de régimes...

D'une culture à l'autre

Sogeres-Sherpas a lancé son offre Émotions, conçue pour réveiller les papilles des personnes âgées résidant dans des maisons de retraite, soit plus de 250 recettes tradictionnelles faites à partir de produits du terroir. *« Nous reproduisons en Ehpad une cuisine de famille, simple et chaleureuse, pour que les résidents ressentent le plaisir d'être comme à la maison. Nous leur offrons une cuisine de qualité qui respecte l'héritage culinaire français »*, ajoute Pascale Boussidan, chef de service marketing Sogeres-Sherpas. Parallèlement, le marché se caractérise par des séjours plus courts dans les centres hospitaliers et les cliniques, avec pour conséquence le développement des offres ambulatoires, moins élaborées, mais plus adaptées au patient de passage pour un examen. Sodexo France a choisi de s'associer avec Michel Bras pour repenser la cuisine pour les personnes âgées dépendantes ; de son côté Medirest a lancé son programme Délices du Soir, en fait la transformation en potage du plat principal d'un repas complet.

La restauration « santé » ne se limite pas à la prestation des patients. *« Il faut prévoir de restaurer le personnel, dont les attentes sont différentes »*, souligne Olivier Schram, de PH Partners. La restauration est parfois confiée à deux opérateurs. Et d'ajouter : *« Du côté des prestataires, on est en train de passer d'une culture à une autre. »* ●

L'AVIS DE... **Karim Tounsi***, créateur de la gamme Autremets

« Une alternative au mixé ! »

© DR

« La gamme Autremets repose sur le finger food, technique d'alimentation où les doigts remplacent les couverts. C'est une alternative au mixé, destinée aux personnes souffrant de troubles de déglutition, de mastication. Elle facilite leur prise alimentaire, leur permet de rester autonomes et de retrouver l'envie de manger. Car la transformation en bouillie s'accompagne d'un manque d'appétence augmentant le risque de dénutrition. Qu'il s'agisse d'un gratin dauphinois, de poulet haricots verts ou de bœuf carottes, si la forme et la texture changent, le goût est conservé. »

*Il a intégré l'incubateur Agrapole/Isara-Lyon en avril 2015. Après avoir remporté l'Ecotrophelia d'argent en 2014, il a créé sa propre entreprise.

© AUTREMETS

© AUTREMETS

Vgroupe marie utile et ludique

Yoan Cayzac et Nicolas Scellier forment un duo détonnant. Créée en 2007, leur agence Vgroupe est spécialisée dans la conception de bars et de restaurants. Dernier en date, le Café de l'Église, place Franz-Liszt, dans le très branché 10e arrondissement de Paris.

AGNÈS DELCOURT

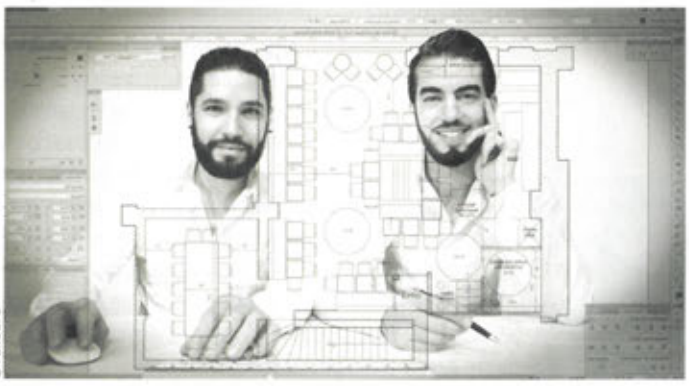
Ils se sont connus sur les bancs du lycée, ont commencé des études de design et d'architecture, puis ont travaillé aux côtés de Jean-Louis Costes dans l'hôtel de la rue Saint-Honoré. Leur expérience très concrète des métiers de la restauration et de l'hôtellerie amène Yoan Cayzac et Nicolas Scellier, dit Tacos, à mettre en œuvre, dès 2006, le restaurant l'Atelier, sur les quais d'Ivry-sur-Seine. L'année suivante naît l'agence Vgroupe. *« Nous avons une approche très pragmatique de notre travail,* explique le second. *Nous créons des projets dans leur intégralité, partie technique comprise. Notre imaginons des espaces utiles et ludiques, où les besoins de la clientèle sont prioritaires. C'est notre manière de revendiquer l'esprit initial du Bauhaus. »*

Au Cartel Club, ils encanaillent la bourgeoisie de l'ouest parisien avec des murs défraîchis et des cageots en guise de tables. Avec le bar à chicha XS Paris, à Ivry-sur-Seine (94), ils revisitent l'esprit du cabaret et transforment le lieu en comédie club, avec des fauteuils aux velours somptueux. Pour le Café de l'Église, ils retrouvent l'ambiance des anciens bistrots de quartier où chacun peut se retrouver à tout moment de la journée. *« Nous aimons les décors qui perdurent grâce à des images fortes. »*

Une activité de services autour des cocktails

Ils ont créé, il y a deux ans, leur propre bar-restaurant à Paris (10e). Le Lavomatic se découvre en poussant le bouton d'une machine à laver. Par une porte étroite, les clients accèdent à l'étage au décor ludique. En guise d'assises, des packs de lessive inspirés de l'œuvre d'Andy Warhol, des tapis colorés signés Verner Panton, des citations inscrites sur les tabourets du bar... Un lieu speakeasy plein de surprises.

Et pour aller encore plus loin dans sa vision à 360° du processus de création, le tandem a imaginé une activité de services autour des cocktails, mettant à la disposition des professionnels une brigade de barmen aguerris... Encore une manière de faire du design autrement ! •


© VGROUPE

1
© VGROUPE

1 et 2. Cartel Club, à Paris (8e). **3 et 4.** XS Paris, à Ivry-sur-Seine (94). **5 et 6.** Le Lavomatic, à Paris (10e).