

Les Trophées

# NOUS

CHRD

L'initiative récompensée

2015



Le 26 novembre dernier, nous avons profité du congrès de l'UMIH à Bordeaux pour organiser la remise de la 1<sup>ère</sup> édition des Trophées NOUS CHR D L'initiative récompensée. Nos lauréats méritent bien leur Trophée. Jugez plutôt.



Nous avons pensé qu'il serait opportun de mettre en avant des entrepreneurs de notre secteur qui ont osé. Osé créer leur entreprise, osé investir, osé se diversifier, osé innover, osé s'installer là où personne n'aurait cru à leur réussite, etc. C'est ainsi que nous est venue l'idée d'organiser les 1ers Trophées NOUS CHR D L'initiative récompensée. Avec un seul objectif, une seule idée : valoriser le dynamisme des entre-

preneurs, en quelque domaine que ce soit. Pour chacun des métiers que concerne le magazine, nos correspondants départementaux ont relayé notre recherche de candidats. Nous avons ajouté une catégorie aux Trophées : le développement durable. Depuis de nombreuses années, les entreprises du secteur sont sensibilisées et souvent très impliquées dans cette démarche. Nous avons d'ailleurs obtenu le label COP 21 pour cette catégorie des Trophées.

#### Le Jury des Trophées 2015

La rédaction a opéré une pré-sélection parmi les nombreux dossiers qui lui sont parvenus. Ils avaient en commun l'enthousiasme des candidats et la qualité de leurs initiatives d'entrepreneurs. Ils ont été soumis à un jury composé de la rédaction du magazine et de personnalités qui font autorité dans les métiers de notre secteur.

Christian Manté, directeur d'Atout France  
 Hervé Fleury, directeur de l'Institut Paul Bocuse  
 Corinne Ménégaux, directrice du salon Equip'Hôtel  
 Benoît Feytit, P.-D.G. de METRO Cash&Carry France  
 Gervan Branelec, P.-D.G. de la Sofibra (Hôtels Océania)  
 Bruno Lecoq, journaliste, directeur du magazine Le Monde de l'Épicerie Fine  
 Martine Courbon, présidente UMIH 63  
 Sébastien Hobbels représentant la rédaction de NOUS CHR D  
 Nathalie Hebting représentant la rédaction de NOUS CHR D  
 Delphine Guilloteau, chargée de mission environnement à l'UMIH

Sébastien Hobbels, à dr. auprès de nos lauréats lors de la remise des Trophées, le 26 novembre. De dr. à g. : Eric Dujourd'hui (créateur des Brasseries L'Edito) et son directeur général Laurent Jugand, Luc Richard et Ozgür Karakayan (propriétaire et directeur de l'hôtel Riberach), Eric Régis (responsable communication Auberge de la Tour), Martine Courbon (présidente de l'UMIH 63, membre du jury), Stéphane Pacheco (concepteur-réalisateur des animations du Club Zapata), Grégory Riva (exploitant Club Zapata), Michel Tschann (président de l'UMIH 06 Nice Hôteliers, chargé par le jury de remettre le Trophée développement durable à l'Hôtel Métropole Monte-Carlo).

## TROPHÉE CAFÉS, BRASSERIES

**Éric Dujourd'hui pour les Brasseries L'Édito (Reims, Dijon, Valenciennes, Saint-Quentin, Marne-la-Vallée, Dunkerque).**

Éric Dujourd'hui est jeune quarantenaire mais il mériterait déjà d'être distingué « pour l'ensemble de sa carrière », qui, de développements en réussites, n'est pas près de s'arrêter. Ce fils de restaurateurs, cuisinier de formation, a seulement 25 ans quand il achète sa 1<sup>ère</sup> affaire, un pub Au bureau, à Reims. Dès la première année, son engagement pour la qualité des produits, l'accueil et son implication déclenchent une vraie adhésion de la part de ses clients et de ses équipes ; c'est de suite un grand succès. En quelques années, il lance des nouveaux concepts de restauration et pub à Reims en reprenant et en transformant des brasseries sur la célèbre place d'Erlon.

**Concepts forts**

Début 2010, l'idée de créer une enseigne s'appuyant sur une identité forte, une carte offrant un large choix de produits, produits frais et cuisinés, un décor et une ambiance, devient pour lui une évidence. C'est le lancement du concept L'Édito, avec une 1<sup>ère</sup> ouverture à Saint-Quentin et c'est un succès. Il transforme alors ses affaires en Edito avec toujours un décor haut de gamme, des emplacements n° 1, une capacité importante où l'on sert souvent plus de 500 couverts/jour avec une restauration non stop et 7/7.

Fort de six établissements à Reims, Dijon, Valenciennes, Saint-Quentin, Marne-la-Vallée, Dunkerque, ces brasseries génèrent en 2015 plus de 30 millions de chiffre d'affaires et servent plus d'un million de couverts par an.

L'entreprise est ainsi passée d'une dizaine de salariés au début des années 2000 à 500 en 2015 (dont la moitié pour les Edito). S'il voit le café en grand, en très grand, Eric Dujourd'hui ne sacrifie rien de sa passion du métier et s'implique personnellement dans chacun de ses établissements. Il y passe ainsi au moins un jour par semaine, veillant à la qualité de l'accueil et des produits dans chacun de ses établissements. Bien-être, service, authenticité et

passion sont les valeurs que revendique cet amoureux du métier. Ce n'est donc pas un hasard si les Edito de Reims, Dijon et Saint-Quentin affichent le titre de Maître Restaurateur.

Éric Dujourd'hui et son frère Pierre soulignent le rôle essentiel des hommes et des équipes dans leurs affaires. « C'est grâce à l'implication de nos équipes et leurs efforts quotidiens que nos brasseries sont des lieux de vie, d'échanges et de qualité pour



nos clients. Notre développement, nous le devons aussi à nos associés Laurent Jugand, Directeur Général du groupe et Bruno Tisserand qui ont su nous faire confiance pour investir avec nous dans notre projet. » Eric Dujourd'hui a d'ailleurs tenu à être accompagné par Laurent Jugand lors de la remise de son Trophée.

**Développements**

Outre une diversification avec un hôtel et des franchises de restauration rapide, il poursuit le développement des Edito en 2016 à Lille-Seclin et à Rouen en 2017. Le développement du groupe s'écrit aussi en 2016 à Verdun où Eric Dujourd'hui et son associé Eric Legrand ouvrent un tout nouveau concept Le Sherlock Pub.

Ce concept pourra s'adapter en centre ville, avec un investissement moins important et une surface plus petite que les brasseries, tout gardant l'ensemble des valeurs du groupe, accueil, qualité et décor. L'histoire se construit jour après jour pour notre entrepreneur.

**Ce que le jury a particulièrement aimé**

- L'exceptionnelle croissance de l'entreprise.
- L'implication personnelle du chef d'entreprise dans la qualité.

## TROPHÉE HÔTELS

**Luc Richard, Karin Pühringer et Ozgür Karakayan**  
**Hôtel cave restaurant Riberach**  
 (Belesta, Pyrénées-Orientales)



Restauration ? Développement durable ? Hôtellerie ? Reconnaissons que nous hésitions un peu sur la catégorie dans laquelle faire concourir Ribérach, tant cet écolodge faisait un « client » sérieux dans les trois catégories.

Luc Richard et Karin Pühringer, couple d'architectes, ont commencé par produire du vin catalan en 2006. Manquant d'espace, ils ont racheté l'année suivante la cave coopérative du village, devenue une friche indus-

trielle depuis 1995. Un investissement de 230 000 euros avec l'idée de se diversifier dans l'oénotourisme haut de gamme en transformant le bâtiment. Aujourd'hui, ils produisent 30 000 bouteilles de vin bio sur 10 ha.

**Ecolodge, ecoloft**

Le projet hôtelier paraît démesuré, reposant sur la transformation en loft de la cave. Il a nécessité un investissement total de 4,5 M euros, grâce à un financement de banques... suisses, les Français n'ayant pas cru au projet. Après démolition des installations intérieures de la cave et de ses nombreuses cuves en béton, ils ont construit des chambres et tout ce qu'il faut pour en faire un hôtel-restaurant avec spa. Deux cuves réunies font ainsi une chambre de 24 m<sup>2</sup>. Au total neuf chambres doubles, sept junior suites, deux chambres familiales : 18 chambres au total, en 4 étoiles. Avec, en plus, une salle de séminaire pouvant accueillir jusqu'à 200 personnes et depuis 2014, un

*Coup de pâtes*  
 TRADITION & INNOVATION

DES PRODUITS "SAVEUR DE L'ANNÉE" QUI VOUS SONT 100% DÉDIÉS !



PLAQUE FEUILLETÉE  
 ISIGNY

Primée aux Saveurs de l'année 2014, cette plaque de pâte feuilletée au petit goût de noisette incomparable, est réalisée à partir d'une farine française et de beurre AOP Isigny Sainte-Mère.

Ce produit haut de gamme possède un feuilletage aéré couleur doré, une texture croustillante, très peu de dessèchement dans la durée et une odeur subtile de beurre. Cette plaque vous permettra d'envisager la réalisation de quiches, de tartes sucrées et salées, de vols-au-vent au gré de votre imagination.

IDÉALE POUR VOS CRÉATIONS  
 SUCRÉES ET SALÉES.



CANELÉ BOUCHÉE  
 GRAND SIÈCLE

Élu Saveur de l'Année 2015, ce Canelé Bouchée Grand Siècle a ainsi ravi les papilles des plus exigeants.

Le Canelé est le petit bijou de la pâtisserie bordelaise mais surtout une spécialité régionale mondialement connue. Les chefs du département R&D ont travaillé en partenariat avec les équipes de Negrita® en alliant le Vieux Rhum Negrita® à la vanille bourbon de Madagascar dans un canelé parfumé, fondant et à la croûte caramélisée.

CE PRODUIT RAFFINÉ ET ÉLÉGANT  
 DEVIENDRA LA STAR DES RÉCEPTIONS  
 ET DES CAFÉS GOURMANDS.



FIGOTTE® SOLÈNE®  
 CÉRÉALES

Élu Saveur de l'année 2016, cette Figotte® est enrichie en céréales (blé, sésame, lin brun), ce qui lui confèrent une bonne qualité nutritionnelle en fibres et minéraux. Sa jolie croûte dorée, fine et croustillante souligne sa belle forme allongée.

La Figotte® Solène® est un petit pain goûteux, qui développe des arômes légèrement torrifiés maltés, grâce aux temps de fermentation longs. Sa mie alvéolée et irrégulière lui donne un aspect traditionnel.

CE PAIN SERA IDÉAL POUR  
 VOUS ACCOMPAGNER DU PETIT  
 DÉJEUNER AU DÎNER.

[www.coupdepates.fr](http://www.coupdepates.fr)



spa. L'entreprise a créé 18 emplois, six foyers se sont installés dans le village de 230 habitants.

### Éloge de la lenteur

L'importance du projet est aussi dans sa radicalité au regard de l'écologie. L'hôtel produit sa propre énergie photovoltaïque, le confort thermique est assuré par une géothermie, l'eau du puits est récupérée, la piscine est traitée sans chlore... On vient

ici pour le calme, « c'est un éloge de la lenteur », commente le directeur M. Karakayan. On vient et on reste, parfois jusqu'à 25 jours. Des caractéristiques qui font une marque de fabrique qui contribue beaucoup à la fréquentation de l'hôtel. La localisation près d'un axe de fort passage est un plus, mais l'équipe se livre à un travail très lourd de commercialisation qui lui permet de viser un taux d'occupation de 50 % cette année et 60 % en 2016, avec une clientèle majoritairement du Benelux. Avec un chiffre d'affaires de 1,3 million d'euros, l'hôtel est à l'équilibre, ce qui ne constitue pas une maigre performance.

Prenant la parole lors de la remise des Trophées, Luc Richard a expliqué son succès avec une grande modestie : « nous sommes des architectes, nous savons que nous devons nous entourer de spécialistes pour chacune de nos activités : des œnologues pour



la vigne, une équipe expérimentée pour l'hôtel sous la direction d'Ozgiir Karakayan, un chef talentueux pour le restaurant La Coopérative ». Ainsi, le chef Laurent Lemal, présent depuis l'ouverture, a obtenu sa première étoile Michelin en 2014 et a remporté le Bocuse d'Or 2015.

#### Ce que le jury a particulièrement aimé :

- La beauté de l'ensemble.
- Un pari vraiment audacieux... et gagné.

... un peu de légèreté



## TROPHÉE RESTAURANTS

Lorraine et Renaud Darmanin **Auberge de la Tour** (Marcolès - Cantal)

Souhaitant revenir dans la région natale de Lorraine, les époux Darmanin ont repris le fonds de l'Auberge de la Tour en 2010 à Marcolès (Cantal), un village plutôt dynamique.

**D'énormes travaux à réaliser**

L'établissement vétuste, d'énormes travaux de rénovation ont été engagés durant l'hiver 2013-2014.

La cuisine de 20 m<sup>2</sup> a été agrandie et réaménagée pour faire place à un espace de 100 m<sup>2</sup> composé d'un poste de cuisson avec un piano central, d'un poste froid pour les entrées, d'un poste pâtisserie et de plusieurs chambres froides.

À l'étage, trois chambres haut de gamme et répondant aux normes accessibilité ont été aménagées.



Pour ces deux phases de travaux, la mairie, propriétaire des murs, s'est chargée du gros œuvre. Lorraine et Renaud Darmanin ont financé le reste. Le premier prêt a été difficile à obtenir, le chiffre d'affaires, au moment de la reprise, étant peu élevé. Les banques ne voulaient prendre le risque, de financer une affaire devant faire vivre une famille de quatre personnes. Mais le parcours exceptionnel de Renaud a été un gros avantage pour l'étude de marché effectuée par la mairie. Ils ont également bénéficié de subventions régionales et européennes.

**Un chiffre d'affaires en pleine expansion**

Le C.A. de l'auberge est passé de 91 000 € au moment de la reprise en 2010 à 246 201 € en 2011, puis à 319 371 € en 2013 (exercice sur 10 mois) et à 371 038 € en 2014 (sur 6 mois compte tenu de la fermeture pour travaux). « *Notre activité ne cesse de croître et pour que cette dynamique perdure nous devons être à l'écoute des exigences de notre clientèle et continuer d'investir* ».

La clientèle est essentiellement française, belge, suisse et espagnole. Ce développement, dans un village de 500 habitants, s'explique par une bonne gestion de la communication : journaux locaux et émissions de télévision, ainsi qu'une participation aux



Concernant l'hôtel, c'est plus difficile. « *On est à 100 % entre le 14 juillet et le 15 août, et à 20 % de remplissage de reste de l'année* ».

**La mixité du personnel**

Celle-ci s'est faite par hasard. Une première annonce a permis l'embauche d'un Mauricien. L'établissement travaille avec une association qui lui



manifestations locales et régionales. Depuis leur arrivée, le village s'est agrandi et de nouveaux commerces ont ouvert. « *C'est un engrenage positif. On a bien vu qu'un hôtel restaurant qui marche et qui est dynamique amène plus de touristes et par conséquent plus d'activité pour tout le monde* ».

Le restaurant gastronomique fait salle comble en haute saison : 45 couverts midi et soir. À cela s'ajoute l'activité banquet de plus en plus importante.

permet d'engager des stagiaires d'Amérique du Sud et d'Asie. « *Cette mixité enrichit non seulement nos connaissances, mais également et surtout notre cuisine. Notre personnel parle plusieurs langues, ce qui est un atout considérable pour notre clientèle étrangère* ».

**Ce que le jury a particulièrement aimé :**

- L'explosion du chiffre d'affaire.
- La mixité du personnel.

## TROPHÉE ETABLISSEMENTS DE NUIT

Grégory Riva

**Club Zapata** (Narbonne, Aude)

gérer les sorties de l'établissement à cette heure pas trop avancée de la nuit. Voilà qui bouleverse des codes établis.

À l'intérieur, place au spectacle, aux danseuses et à la vidéo avec des animations riches en effet spéciaux très élaborés. Les animations sont conçues autour d'un thème, notamment de grands films : Matrix, Une

Les métiers de la nuit se réinventent, le Zapata en est la preuve vivante et c'est bien sûr ce qui a convaincu le jury. Grégory Riva qui a longtemps exploité une discothèque connaît tous les écueils du métier et a imaginé un concept capable de les éviter. Zapata, c'est un mélange forcément révolutionnaire, de bar, discothèque et cabaret, parc d'attractions, qui réunit le meilleur des quatre pour la joie de son public. Ici, la nuit est courte mais intense avec une entrée autorisée seulement entre 22 h et minuit, fermeture à 2 h. Des horaires qui présentent de nombreux avantages. D'abord, d'éviter une plage horaire longue et les charges, notamment salariales, qui lui sont inhérentes. « *Quand les gens entrent, ils restent jusqu'à la fermeture, contrairement aux bars de nuit où l'on va de l'un à l'autre.* » Il est en outre plus aisé de



Nuit en enfer, 300 Rise of an empire... Les lieux sont un élément fort du concept en étant décorés à la manière d'un parc d'attractions.



Le Club Zapata a ouvert en mars 2015 dans une zone industrielle de Narbonne, ville où Grégory Riva possède un de ses trois restaurants. L'établissement fait le plein tous les soirs avec une capacité de 400 personnes et semble bien parti pour atteindre son objectif de chiffre d'affaires : 600 K€ cette année, un million en n+1. Gregory Riva entend dupliquer rapidement le concept dans d'autres villes.

**Ce que le jury a particulièrement aimé :**

- Un concept fort et novateur pour la nuit.
- La reproductibilité.

## TROPHÉE DÉVELOPPEMENT DURABLE

**Pierre Ferchaud (directeur général) et Élodie Robert (responsable Qualité, hygiène et environnement)**

**Hôtel Métropole Monte-Carlo**

Depuis 2007, l'Hôtel Métropole Monte-Carlo a mis en place une politique environnementale intitulée Green attitude, dont l'objectif principal est de réduire l'impact de son activité sur la planète et de préserver la biodiversité. C'est à l'occasion de la semaine européenne de développement durable que l'établissement met en lumière ces différentes actions.

Le personnel a également été placé au cœur d'une campagne de communication, relayée sur Facebook et LinkedIn : Chaque service a posé avec des messages forts : « *Laissons une trace dans l'histoire, pas dans la planète !* » (russe, anglais et italien), « *Agissons maintenant !* » (chinois, anglais et russe) et « *Plus tard il sera trop tard...* » (chinois, anglais et italien).



La clientèle est accueillie avec un pot de miel des ruches parrainées, afin d'être sensibilisé à la protection des abeilles, et avec qu'un cake green spécialement imaginé par les boulangers.

Côté restauration, des smoothies aux fruits de saison au bar et une glace à l'ananas et au basilic, entièrement naturelle sont proposés aux convives.

De manière plus pérenne, l'hôtel est signataire de la Charte responsabilité sociétale monégasque et du programme Mr Goodfish (préservation des espèces marines menacées), s'est engagé à ne plus servir de thon rouge et privilégie les produits frais, de saison, et locaux. L'établissement est également labellisé Clef Verte.

**Les actions futures**

« *Nous réfléchissons à l'installation des poubelles de tri dans les chambres. Le remplacement des ampoules par des LED n'est pas évident car il n'y a pas de système de ramassage à Monaco. Mais nous mettons petit à petit en place des petites actions, comme des détecteurs de mouvements pour gérer la consommation électrique, et une meilleure gestion du papier : version électronique du check-in, papier toilette et ramettes de papier labellisés, etc. Nous signerons en janvier la charte Monaco contre la déforestation.* »

Ce trophée a été labellisé COP21.

**Green attitude comme culture d'entreprise**

L'hôtel participe à cette opération depuis trois ans. « *Cette année, nous avons eu l'idée d'ouvrir la semaine par l'organisation d'une conférence pour nos collaborateurs, car ce sont eux les relais, auprès de notre clientèle. Certaines actions sont par ailleurs entièrement faites pour eux.* » Pierre Frolla, apnéiste monégasque, spécialiste de la sensibilisation aux fonds marins a ouvert cette semaine par une conférence.

À la cafétéria du personnel a été organisée une journée sur le thème Bio et Green Attitude, avec une décoration dédiée, des messages affichés, une vaisselle écologique, du café issu du commerce équitable, etc.

**Sensibilisation de la clientèle**

Une brochure a été mise dans tous les chambres, présentant l'ensemble des engagements, et les possibilités d'actions des clients, comme exprimer sa volonté de ne pas changer ses serviettes tous les jours.

**Ce que le jury a particulièrement aimé :**

- L'implication du personnel.
- La diversité des actions.