

⇒ **MARKETING VENTE**

## **Londres donne une bonne leçon à Paris**

La restauration en France regorge d'idées mais elle manque d'enthousiasme estime [Thierry Poupard](#) qui compare les prestations de deux côtés de la Manche.

N'hésitez pas à réagir ou à poser des questions en écrivant à [tp@thierrypoupardservices.com](mailto:tp@thierrypoupardservices.com)

### **Chronique bimensuelle n° 34 du 1er février 2008**

La Convention Internationale de la Restauration (CIR) est toujours l'occasion de découvrir ou de revisiter la profession à travers les concepts, l'accueil et le service prodigués par nos voisins européens. Et la dernière édition qui s'est tenue le 25 janvier à Londres n'a pas dérogé à cette règle.

Oubliée la déconfiture des années soixante-dix pour cette capitale qui compte désormais parmi les métropoles les plus dynamiques et dont la croissance va encore accélérer avec l'organisation des JO de 2012. On ne sait pas si Luc Chatel s'y rend périodiquement, mais il devrait imposer aux professionnels de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme une visite de Londres pour s'en inspirer. Car la comparaison avec Paris est un vrai choc : les taxis sont nombreux, tous les commerces, sans exception, sont ouverts le dimanche, le personnel de service ne manque pas, les gens sont polis et aimables. On a l'impression que tout est fait dans un objectif de réussite et de progrès, y compris dans la restauration, naturellement. Le taux de TVA standard à 17,5% ne pose pas de problème, le droit de service de 12% s'applique uniformément et l'addition mentionne clairement que le pourboire (gratuity) est laissé à l'appréciation du client. De quoi motiver le personnel pour réaliser une bonne prestation ; ce qui est le cas. De toutes nationalités, serveuses et serveurs ont l'accueil chaleureux et le sourire facile. Et ils sont en nombre suffisant pour assurer correctement le service et réduire l'attente. A croire qu'à Londres la main d'œuvre est bon marché et les charges sociales inexistantes. Un seul bémol, quand même, mais de taille : les prix sont encore plus élevés qu'à Paris.

Et lorsque le contexte législatif se fait contraignant, le restaurateur anglais ne manifeste pas ; il réagit avec célérité. La loi anti-tabac a un effet négatif sur la fréquentation des pubs ? Qu'à cela ne tienne, ils muent progressivement en restaurants (moins de bière, plus de repas). S'il est impossible de placer un panneau d'affichage sur un axe fréquenté pour signaler le restaurant situé dans la rue adjacente, on engage un homme sandwich qui déambule à l'angle des deux rues. On dirait que chaque problème trouve sa solution. Croissance économique aidant, le boom de la restauration à Londres ne se dément pas : il y a 134 Prêt à Manger (plus que le cumul des 37 Pomme de pain, 34 Paul, 28 Brioche Dorée et 11 Croissanterie de Paris) et 87 Starbucks, pour ne prendre que ces deux chaînes en exemples. Le fameux dôme O<sup>2</sup> ne compte pas moins de 21 restaurants et les commerces de la magnifique gare de Saint Pancras sont des restaurants pour 80% d'entre eux, dont un bar à champagne unique. Le Fish & Chips fait vraiment partie de l'histoire ancienne.

De ce côté-ci de la Manche, c'est un peu le règne du statique, du résigné, du négatif. Certains ne voient même dans la restauration qu'une gigantesque machine à collecter taxes et charges diverses au bénéfice de l'Etat alors qu'elle ne devrait être que fourmillement d'idées, de projets, d'innovations et d'améliorations au profit du restaurateur, du personnel et des clients. Lorsque germe quelque chose de nouveau, il y a toujours une bonne raison pour ne rien changer. Au mieux, on obtient une réponse du type « je n'ai pas de problème avec ça ». Jamais de « Oui ! », « Bravo ! », « Wahoo ! », « Super ! »... C'est oublier que le succès d'un lancement de produit, d'une évolution de gamme, d'une rénovation de décor, d'un changement du système de caisses, d'un briefing avant service, d'une amélioration de la prestation, d'un meilleur merchandising, d'une augmentation des ventes et de la marge repose sur l'enthousiasme. Car l'enthousiasme est synonyme d'énergie et de rapidité, facteurs clés de progrès. Le paradoxe de la restauration en France est qu'elle réussit parce qu'elle regorge d'idées, mais qu'elle pêche par manque chronique d'enthousiasme. Or, comme pour guérir d'une maladie, la tête doit positiver. Alors mettons de côté jérémiade, récrimination, auto satisfaction, scepticisme, ou autre manifestation d'immobilisme pour rechercher et accueillir tout ce qui peut améliorer la progression du restaurant ou de la chaîne. Avec enthousiasme !

**@ Thierry Poupard**