

## Exclusive Restaurants



Un réseau regroupant des restaurants indépendants haut-de-gamme dans toute la France ? Cela existe et s'appelle Exclusive Restaurants.

# Une exigence qui rapporte

Les groupes de restauration prennent de plus en plus de place sur le marché français (voir notre enquête) mais les indépendants sont toujours là et sont importants aux yeux des clients. Face à la concurrence et aux élans marketing des chaînes, ils doivent parfois se battre pour rester attractifs. Le réseau Exclusive Restaurants, lancé en 2002, se donne comme objectifs de les aider et d'optimiser leurs remplissages. **Par Anthony Thiriet**

Plus besoin de présenter les réseaux Relais & Châteaux ou Châteaux & Hôtels Collection qui ont aujourd'hui un poids significatif dans le monde de l'hôtellerie. « Cela n'existait pas en restauration. Nous avons eu l'idée de dupliquer le concept en l'adaptant au secteur », indique Mickaël Hadjadj, président d'Exclusive Restaurants.

Les établissements indépendants n'ont pas la même force que les groupes et il leur est souvent difficile, voire impossible de développer leur clientèle ou de négocier de réels partenariats. « Nous leur proposons de rejoindre un réseau qui leur permet d'attirer de nouveaux clients de

type CSP+ ». Lancé dès 2002, le regroupement Exclusive Restaurants accueille tous types d'établissements, du bistro au restaurant gastronomique en passant par la brasserie.

### La qualité avant tout

« Notre critère, c'est la qualité. Nous ne cherchons pas à multiplier les adhésions. Ce qui compte, c'est que chacun de nos membres respecte des critères que nous jugeons importants pour le client final », continue le président.

Pour pouvoir postuler au réseau, les établissements doivent avoir au moins 3 mois d'existence. « Nous devons être ca-

pables d'analyser leur fonctionnement, de détecter leurs points forts et leurs points faibles et d'envisager des pistes de développement », explique Mickaël Hadjadj.

Ensuite, pour chaque demande d'adhésion, Exclusive Restaurants déploie d'importants moyens permettant de la valider ou de la rejeter. Des clients mystères testent plusieurs points et une équipe visite l'établissement et demande à observer la cuisine. Les établissements sont ainsi jugés sur tout un tas de critères regroupés dans une charte et répartis en 7 univers : l'expérience à l'arrivée, l'accueil, le service, le cadre et le confort, la cuisine, la prestation assiette et les sani-

## Parole d'adhérente

**Audrey Fouchard, Directrice commerciale du groupe Richard Restauration  
10 restaurants à Paris, dans le Triangle d'Or, en emplacements n°1**

« Nous travaillons avec Exclusive Restaurants depuis un an et nous en sommes ravis. Nous sommes un groupe familial et nous n'avons pas d'équipe commerciale en interne. Ce réseau nous permet d'accueillir de nouveaux clients, aussi bien des grands comptes que des particuliers. Il nous permet aussi d'avoir une meilleure visibilité. Exclusive Restaurants amène du sang neuf à notre groupe. »

taires (voir les extraits de la charte p. 23). Chaque point est noté et la moyenne générale doit dépasser 75 %.

### Des contrôles permanents

Si le restaurateur a la chance de faire partie des 2 % de candidats acceptés, il n'est cependant pas à l'abri d'une mauvaise surprise. « Nous réalisons 4 visites par an. Cela nous permet d'être sûrs de la stabilité du service et de mieux juger le fonctionnement du lieu. » C'est aussi l'occasion pour Exclusive Restaurants de prendre des photos et des notes afin de mettre à jour ou d'agréments la fiche Internet de l'établissement. Les tests d'évaluation sur tous les critères sont quant à eux réalisés au moins une fois par an. « Nous ne reconduisons que 85 % des adhésions chaque année. Parmi les 15 % non renouvelés se trouvent les fermetures d'établissements. Pour le reste, c'est souvent un non-respect des engagements qui justifie l'arrêt de la collaboration », indique le président. Il faut savoir qu'en cas d'exclusion du réseau, rien n'est remboursé. Malgré cette pression continue, les membres seraient satisfaits à plus 90 % de leur adhésion et des services rendus.

### Doper la fréquentation

La cible moyenne des membres du réseau est la clientèle d'affaire de 30-50 ans. « Elle n'est pas facile à attirer et à convaincre sans une réelle démarche commerciale. Nous mettons les moyens nécessaires pour y arriver. » Le fonctionnement d'Exclusive Restaurants passe

entre autres par une centrale de réservation intégrée, avec un service administratif et financier permettant d'assurer le suivi des commandes. Mais c'est aussi et surtout une équipe de commerciaux et d'employés qui se mettent au service des restaurants pour doper leurs fréquentations. « Ce n'est pas rentable de nos jours de mutualiser un commercial entre plusieurs restaurants. C'est encore moins rentable d'avoir un commercial en interne. C'est par contre agréable et utile de pouvoir compter sur des commerciaux externalisés lorsqu'on en a besoin. Avec nous, les efforts sont déployés aux bons moments, auprès des bonnes cibles et avec la force qu'il faut. Le retour sur investissement est donc garanti. »

**Les réservations par les grands comptes sont une réelle source de développement pour les indépendants**

Mickaël Hadjadj

Exclusive Restaurants a d'autres tours dans sa poche pour attirer de nouveaux clients, comme la mise en place d'accords avec des hôtels ou des chaînes hôtelières rendus possible grâce à la force de son réseau. D'une manière plus globale, le travail de commercialisation est entier et précis. « Nous apportons un service commercial dédié, avec une dizaine de commerciaux qui font du terrain. Cette équipe peut travailler sur des actions spécifiques. Elle est continuellement aidée par notre service marketing et communication et par notre service développement. » Et pour boucler la boucle, Exclusive Restaurants demande un bilan à chaque client après chaque prestation.

### Une offre unique nationale

Quel est l'avantage pour le client final ? Les particuliers possèdent une carte de fidélité valable dans l'intégralité des



Mickaël Hadjadj et Alexandra Aiguier d'Exclusive Restaurants aux côtés d'Audrey Fouchard, directrice commerciale du groupe Richard Restauration, devant le Berkeley, l'un des restaurants membres du réseau Exclusive Restaurants.



Les critères d'Exclusive Restaurants sont répartis en 7 univers, dont le cadre et le confort.

restaurants du réseau. Elle leur permet de bénéficier de services exclusifs fortement appréciés. Pour les professionnels, ce qui fait la force de ce réseau c'est son cadre haut de gamme et sa présence sur l'ensemble du territoire. « De grands comptes nous font confiance les yeux fermés. Ils nous donnent quelques critères et nous leur réservons le lieu et le service adapté. » Exclusive Restaurants travaille ainsi régulièrement avec 200 grandes entreprises nationales. S'il peut être facile pour un restaurateur de remplir sa salle au déjeuner et au dîner, c'est plus difficile pour lui de faire le plein dans ses espaces privés, pendant

## Le chiffre

**2%** des demandes sont acceptées.  
Sur une moyenne de 300 demandes, seuls 6 à 10 établissements peuvent rejoindre le réseau Exclusive Restaurants chaque année. Cela prouve son niveau d'exigence.



Exclusive Restaurants apporte des revenus complémentaires aux établissements indépendants.

## Développement en franchise

**Exclusive Restaurants s'agrandit depuis 2002.** « Nous nous sommes rendus compte qu'il était primordial d'être proche de nos membres. Nous avons donc opté pour un développement en franchise », indique le président. La France a été coupée en 4 régions et chacune d'elle accueillera un bureau de gestion. Le premier a ouvert ses portes le mois dernier dans la zone Sud-Est. Le personnel a été formé pendant 3 jours à Paris.

et en dehors des heures de repas. C'est aussi sur ces points qu'insiste Exclusive Restaurants : il est souvent possible de développer les résultats d'un établissement grâce aux réservations d'entreprises. D'une manière générale, l'objectif d'Exclusive Restaurants est d'optimiser le remplissage du lieu. Avec comme avantage complémentaire une garantie de réservation, ce qui ne fait prendre aucun risque au restaurateur.

### Échange de bons procédés

Le modèle économique est simple et semble fonctionner : le restaurateur paye une adhésion annuelle allant de 2 000 €

à 4 000 € par an selon la taille et le type de l'établissement. Le réseau Exclusive Restaurants est ensuite *incentivé* sur le chiffre d'affaires qu'il génère. Cela n'a aucune influence pour le client final. Le restaurateur prend ce coût à sa charge mais cela ne le dérange pas puisqu'il est lié à des revenus complémentaires.

« Pendant la première année, un restaurant nous coûte deux fois son adhésion. Nous mettons en effet un maximum de moyens pour comprendre son fonctionnement, proposer des solutions et trouver les clientèles potentielles. La rentabilité n'apparaît qu'après deux ans d'adhésion », précise Mickaël Hadjadj.

En 2010, Exclusive Restaurants a engendré plus de 20 M€ de chiffre d'affaires, 60 % étant issu des entreprises. L'an dernier, 450 000 réservations ont été réalisées via la plateforme. Depuis son lancement, le réseau a travaillé avec 800 000 clients finaux différents, tous regroupés dans une base de données.

« En plus des réservations effectives par notre portail, nous entraînon des réservations directes », précise le président. Avec tous ces services rendus, ce dernier pense que son entreprise est aujourd'hui « une aide incontournable pour un restaurant indépendant qui veut se développer. » ●

## La charte Qualité d'Exclusive Restaurants

**L'accueil, l'art de la table, le lieu et la qualité des produits doivent faire de l'expérience du client un moment inoubliable. Voici une partie des exigences d'Exclusive Restaurants auprès des établissements signataires de sa charte :**

- **Expérience à l'arrivée :** Les extérieurs doivent bénéficier d'un éclairage en bon état. L'affichage des informations utiles aux clients doit être lisible. Les informations doivent être traduites en anglais. Tous les éléments à l'entrée et aux abords doivent être propres, entretenus et en état de fonctionnement. Le client doit avoir la possibilité de se stationner.
- **Accueil :** La carte Exclusive Guest doit être reconnue et donner le droit à un apéritif offert. La prise en charge doit être efficace et immédiate, par un personnel poli, aimable et souriant avec une présentation propre et soignée. Le menu présenté doit être en parfait état. Le restaurateur doit être capable de satisfaire la clientèle internationale.
- **Service :** Le personnel doit rester attentif et prévenant tout au long du repas. Les informations et les conseils promulgués sur les menus sont spontanés et judicieux, notamment pour le choix des vins. L'attente entre les plats doit être raisonnable. L'appellation des mets de la carte doit être conforme aux plats servis. Le départ du client doit s'accompagner d'une prise de congé chaleureuse, aimable et souriante.
- **Cadre et confort :** Un vestiaire ou un porte manteau doit être à disposition de la clientèle. L'aménagement et la décoration du restaurant doit le rendre accueillant, confortable, chaleureux et convivial. La salle de restaurant doit être ventilée pour ne pas sentir les odeurs émanant des cuisines. Les bruits venant de la cuisine ou du service sont à proscrire. Les tables doivent être raisonnablement espacées. Elles doivent être dressées correctement avec des éléments de qualité, de façon identique et d'une propreté irréprochable. L'ambiance générale doit être harmonieuse.
- **Cuisine :** L'espace cuisine doit être propre, en bon état, avec des outils de production à l'hygiène irréprochable. Le personnel de cuisine doit porter une tenue professionnelle. Il se compose d'au moins une personne habilitée et formée. En cas d'absence de diplôme, l'expérience professionnelle est prise en compte sur la base de 5 ans. Les produits doivent être frais, de qualité. Plan de nettoyage et de désinfection affichés.
- **Prestations assiette :** Le pain doit être frais et de qualité. Tous les mets doivent être présentés harmonieusement et à bonne température, les portions doivent être satisfaisantes. Le café doit être agrémenté de chocolat ou mignardises. La carte des menus doit être variée.
- **Sanitaires :** Les toilettes hommes-femmes doivent être distincts, propres et en bon état du sol au plafond. Tous les éléments doivent être complets et en état de fonctionnement. Les sanitaires doivent être bien ventilés.