

Conférence du 25 janvier 2017

Quand la gastronomie française s'invite sur les tables nipponnes

Pour notre conférence mensuelle du mercredi 25 janvier, nous avons eu l'immense plaisir d'être reçues au Park Side Dinner de l'Imperial Hotel par **Thierry Voisin**, chef du restaurant « **Les Saisons** » accompagné de **Bertrand Larcher**, fondateur des crêperies « **Breizh café** ».

Nos deux intervenants nous ont invitées à mieux comprendre les facettes de leur métier au Japon, les difficultés qu'ils ont rencontrées tout comme les atouts liés à la culture japonaise dans leur pratique quotidienne.



1- Comment votre aventure japonaise a-t-elle commencé ?

Thierry Voisin est né à Tours. La spécialité de sa grand-mère était déjà la cuisine et dès l'âge de 15 ans, il décide d'entrer dans une école hôtelière. Plus tard il rencontre Gérard Boyer, alors Chef au restaurant Les Crayères à Reims, et devient son bras droit. Au départ de Gérard Boyer, il le remplace comme Chef du restaurant. Mais un beau jour Gérard Boyer l'informe que l'Imperial Hotel de Tokyo recherche un chef pour son restaurant « Les Saisons ». Il postule, rencontre le propriétaire et démarre ainsi en 2005 cette aventure.

Bertrand Larcher, breton, est arrivé à Tokyo en 1995 après avoir rencontré sa femme japonaise à Genève. Il a d'abord travaillé au restaurant Les Bacchanales afin de bien comprendre comment fonctionnait le métier et bien appréhender ses difficultés. En parallèle il décide d'étudier le japonais. En voyant les crêperies de la Takeshita Dori, il a eu envie de faire connaître ce qu'était la Vraie crêpe bretonne. Il installe alors sa première crêperie dans le quartier de Kagurazaka proche à cette époque de l'école française et quartier « village » qui lui rappelle son village de Bretagne.

2- Citez nous une chose qui vous a étonnée :

BL : le niveau d'exigence

Les clients japonais n'étaient pas simples et décontractés.

TV : aucun poste ne manquait à l'appel

Au début Thierry Voisin a dû s'adapter à ce nouveau pays mais une fois en cuisine, il était dans son environnement et les cuisiniers ont dû s'adapter à lui. A chaque service le point des présences affichait 100% des postes tenus. Il était surpris de ne jamais avoir de malade jusqu'au jour où il a découvert que lorsque quelqu'un était malade, il était remplacé par l'un de ceux qui était normalement en congé pour ne pas porter préjudice au bon déroulement de la journée !

3- L'organisation et l'approvisionnement des restaurants en deux mots

L'organisation du restaurant « Les saisons » : le restaurant est ouvert toute l'année, tous les jours.

Côté client, la clientèle est à 95% japonaise, de 25 à 100 ans. Il existe des Imperial Members (environ 100 000 membres).

Côté personnel, tous les ordres sont donnés en français. Tous les ans en avril, de nouvelles recrues sont embauchées de manière très sérieuse car au Japon, souvent la 1ère embauche est pour la vie.

Les produits utilisés sont principalement japonais sauf pour certains champignons type Chanterelles et certains poissons.

LE BRETAGNE (BREIZH CAFE) est une entreprise familiale créée en 1996 à Kagurazaka. Son président étant Bertrand Larcher, la vice-Présidente, Yuko Larcher.

L'entreprise compte 15 enseignes, 10 au Japon dont 3 exploitées en franchise et 5 en France. L'Ouverture à Paris est prévue au printemps à Odéon, Paris. Bertrand Larcher souhaite privilégier le développement en propre et non, en franchise, pour le moment.

L'activité principale est la crêperie et l'importation de produits bretons depuis 25 ans. La clientèle est à 90% féminine. Il est important de séduire les 25-35 ans qui aiment sortir, ont de l'argent et aiment la gastronomie française.

Côté personnel, il faut savoir que le métier de crêpier est un VRAI métier (école SUGI). BL veut partager ce métier avec les jeunes. Il arrive qu'une équipe parte en France pour compléter la formation. Nous avons investi dans la formation des Artisans Crêpiers, en France, niveau CQP. Nous avons aussi créé d'une Ecole, Atelier de la Crêpe, située à St Malo.

Ils s'approvisionnent au maximum localement au niveau des produits sauf pour ceux que l'on ne trouve pas au Japon : artichauts bio, cidre, caramel au beurre salé, biscuits, breizh coke.

Ils trouvent à peu près tous les produits mais parfois chers donc il est également nécessaire d'avoir une bonne gestion.

4- D'après vous quelles sont les compétences à développer / clés du succès pour réussir au Japon ?

BL : la modestie

Il faut aussi bien sûr aimer le Japon et savoir communiquer. Il existe 160 000 restaurants à Tokyo, la concurrence est rude. Il faut être humble et beaucoup travailler. La clientèle japonaise est une clientèle exigeante, qui aime la qualité. Il faut lui proposer des nouveautés et ne pas oublier de suivre le rythme des saisons même dans nos métiers (sakuras, momiji...).

TV : la passion

Les questions :

* Pourquoi la Chandeleur est-elle si peu mise en avant ?

On y travaille et cette année est la 1ère où une manifestation est organisée en association avec Téfal.

* A quand la crêpe à emporter ?

BL y réfléchit. Il existe déjà les cakes salés au sarrasin à emporter.

* Comment font les restaurants pour proposer des menus à 1000 – 2000 JPY ?

Le menu du midi est souvent un produit d'appel et les clients satisfaits reviennent le soir.

La soirée s'est terminée par notre traditionnel networking autour d'un verre de cidre et d'un succulent buffet préparé par les soins des deux Chefs.



