

EDITO : Bonjour, dans un premier temps je vais vous parler du troisième restaurant ouvert en trois ans par le couple Le Quellec qui développe une philosophie et un concept intéressant aussi bien pour le consommateur que pour le restaurateur et dans un second temps je vous expliquerez le mode de consommation des clients actuellement qui se résume à consommer moins, mais mieux que ce soit en restauration comme en hôtellerie. Car il me paraît important en tant que future employée en restauration de s'intéresser aux intérêts des clients.

Pour traiter ces deux sujets j'ai utilisé deux articles paru la semaine dernière dans le journal de l'hôtellerie restauration.

VIVE, maison mer

Le nouveau restaurant au main de David Le Quellec

Cette opportunité leur est tombée dessus, ils ont repris le Rech, l'ancien restaurant de poisson ouvert par Alain Ducasse. Après avoir ouvert La Scène (2*) où Stéphanie Le Quellec propose sa cuisine et MAM leur concept de traiteur, c'est David le Quellec qui se retrouve derrière le comptoir avec un contact direct avec le client pour proposer toujours une cuisine autour du poisson.

Ils ont bâti leur nouveau restaurant autour des produits de la mer, mais aussi comme le dit la cheffe autour du mot JOYEUX. Leur proposition va alors dans ce sens avec notamment des plats à partager, mais aussi David qui se retrouve directement au contact de la clientèle et peut échanger directement avec elle.

Seulement ils n'échappent pas au manque de personnel, il leur manque 30 % des effectifs, ils ont donc l'obligation de fermer le lundi et dimanche soir, alors qu'ils auraient pour projet de tenter les semaines de 4 jours pour leurs salariés.



Consommer moins, mais mieux.

Dans le cadre du salon EquipHotel, le cabinet CHD expert a réalisé une enquête qui révèle que le client en 2022 préfère consommer moins mais mieux que cela soit au restaurant ou à l'hôtel. Son objectif premier c'est de se faire plaisir, mais avec un tarif attractif même si tout de même 93 % des consommateurs sont prêts à accepter les prix à la hausse si ils sont justifiés (inflation des matières premières). Au delà de ce que le client a dans son assiette, sa satisfaction est une expérience complète soit la flexibilité dans la réservation, le renouvellement de la carte, les produits frais et de saisons, mais surtout on notera que l'échange et la recommandation des serveurs est primordial pour 35 % des interrogés.

Les exigences vont de même du côté de l'hôtellerie, les clients ne souhaitent pas qu'une simple chambre, mais aussi une bonne connexion, la qualité de l'accueil, etc...

De plus la clientèle fait de plus en plus attention à la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE) qui influe sur leur choix de réservation.