

"Il fenomeno" Eataly débarque à Paris

LSA lsa-conso.fr/il-fenomeno-eataly-debarque-a-paris,316836

Morgan Leclerc



L'Osteria del Vino joue la carte gastro.

Chiffres

- 2 500 mètres carrés de surface commerciale répartis sur 3 niveaux
- 7 points de restauration différents
- 8 activités de marché (boucherie, fromagerie, etc.)
- Stands de production de mozzarella et pâtes fraîches
- 1 école de cuisine

Source : Eataly

Eataly a enfin posé ses valises à Paris, capitale de la gastronomie et du bien-manger. Après des années d'études et de réflexion (le démarrage des discussions date de 2014) ce véritable « restaurant-magasin » a ouvert au public le 12 avril dans le quartier du Marais, 37 rue Sainte-Croix-de-la-Bretonnerie. Sur 2 500 m² et trois niveaux, les visiteurs peuvent papillonner d'un espace à l'autre pour déguster sur place les spécialités de la péninsule, remplir leur sac de provisions ou même prendre des cours de cuisine. Avec une théâtralisation et une offre qui font tout le sel de l'enseigne créée par Oscar Farinetti en 2007. Proche du mouvement Slow Food, le fondateur a distillé son amour de la nourriture et son lien quasi charnel à la cuisine et à la terre jusque dans les rayons, où tout a été soigneusement sélectionné : produits de

qualité, plutôt issus de petits producteurs, avec un mantra rappelé sur les murs et dans le discours : « Nous cuisinons ce que nous vendons, et nous vendons ce que nous cuisinons. » En somme, l'excellence culinaire italienne, associée au bon et sain.

Parmi les plus de 6 000 références proposées (où l'on ne trouvera ni Nutella, ni Barilla ou Martini), 90 % mettent pour la première fois les pieds en France. Avec, côté restauration, une profusion de charcuterie, de pizzas faites sur place, de pâtes fraîches et de spécialités des différentes régions du pays. Sans oublier une impressionnante cave. Dès l'entrée, le bâtiment donne le ton en s'ouvrant sur un grand espace baigné d'un puits de lumière. Surnommé « la piazza », il accueille de nombreuses places assises. « Tous les produits sont transformés dans des cuisines ouvertes. Ce sont des recettes simples, familiales et traditionnelles. Avec trois à quatre ingrédients au maximum », explique Thierry Bart, le directeur des opérations, qui est issu du monde de la restauration, en faisant visiter les lieux où l'on parle français, mais aussi – et beaucoup – italien parmi les 300 salariés. Au fil du parcours, des phrases et des panneaux annoncent la philosophie des lieux, qui est de manger, mais aussi d'apprendre et de comprendre l'origine des produits.

Avec les Galeries Lafayette

Voilà pour le concept. Sur un plan économique, ce « marché italien » est le 39^e ouvert depuis la création de l'enseigne, en 2007, à Turin, avec une répartition équitable entre l'Italie et le reste du monde. « La marque Eataly, c'est une start-up de 500 millions d'euros. Nous ne sommes pas élitistes, avec un expresso à 1 €, des menus à moins de 20 €. Nous sommes humbles et fiers », a commenté Andrea Guerra, président exécutif d'Eataly, qui aimerait idéalement disposer d'un lieu comme celui-ci « dans chaque capitale ».

Le destin de ce lieu parisien est entre les mains des Galeries Lafayette, qui ont obtenu la franchise pour la France. « Ce n'est pas notre savoir-faire de développer la gastronomie, c'est pour cela que nous nous sommes associés avec Eataly », a expliqué Nicolas Houzé, le directeur général. Il inscrit ce nouveau lieu dans l'écosystème du BHV, avec une complémentarité par rapport à l'offre du grand magasin. Cette implantation est un pari, et un nouveau moyen de fixer et d'attirer la clientèle. D'autant que la fermeture des voies sur berges aux voitures, fin 2016, a entraîné une chute de la fréquentation du BHV de 20 %, ce qui rendait encore plus prégnant la nécessité de recréer du trafic.

En termes de chiffres, motus sur les dépenses engagées pour créer de toutes pièces ce petit bout d'Italie. Mais le retour sur investissement doit, lui, se faire sur trois ans, avec plus d'un million de clients attendus par an. Cela tombe bien, puisqu'Eataly Paris sera ouvert tous les jours de 8 heures à minuit. Des bars, qui jouxtent le bâtiment principal et seront ouverts jusqu'à 2 heures du matin, seront, quant à eux, inaugurés fin avril.

Objectif : 2 500 couverts par jour

Dans le détail, 60 % de l'espace sont consacrés à la restauration et 40 % au retail, des proportions similaires étant attendues en termes de chiffre d'affaires qui, selon nos estimations, serait fixé à 30 à 35 millions d'euros par an. Pour y parvenir, les prévisions sont de deux à trois services pour les restaurants le midi, un l'après-midi et de nouveau deux à

trois services en soirée. « Cela représenterait 2 000 à 2 500 couverts par jour. Ce serait bien pour démarrer », calcule Thierry Bart. Côté distribution, Eataly Paris s'est attaché les services de Bruno Ruberti, directeur retail, précédemment chez Auchan.

Pour un consultant spécialiste du secteur, la collaboration entre les Galeries Lafayette et Eataly pourrait servir d'exercice grandeur nature pour retravailler le concept de Lafayette Gourmet, en déplaçant le curseur vers plus de restauration. En attendant, les Galeries Lafayette vont observer de près les premiers retours. Un service de livraison et d'e-commerce sera proposé, mais dans un deuxième temps seulement. Car l'objectif est avant tout de faire découvrir les lieux. Et, en fonction des résultats, il sera temps de réfléchir à l'expansion du concept en France. L'Ouest parisien pourrait accueillir « son » Eataly. Mais du côté des Galeries, on maintient qu'aucun autre projet d'implantation n'est en cours pour l'heure. Chi va piano, va sano e va lontano. Inutile de traduire.

La restauration, point central de l'expérience

Dans la « piazza » centrale, une centaine de places assises permettent de se poser pour grignoter les spécialités issues des différents stands, comme le Mozzarella bar, le Pasta fresca bar, ou la Salumeria (spécialités de charcuteries et fromageries). À moins que l'on ne succombe à un verre de la Vineria, façon Enoteca (vins et cocktails). Du côté de la Panetteria (autrement dit la boulangerie), pains et pizzas sont réalisés tout au long de la journée, avec des focaccias et de la pizza alla pala à déguster à tout moment. Au premier étage, un restaurant Pasta e pizza offre 160 places assises et les plats les plus typiques et les plus connus de la cuisine italienne. En sous-sol, joutant la cave, l'Osteria del Vino dispose de 60 places assises et met en valeur les vins et des plats plus complexes et réputés comme les risottos, les truffes, les légumes de saison, avec une carte légèrement plus dans l'esprit gastronomique. Et au rez-de-chaussée sur cour, les amateurs de café, de petits déjeuners et de douceurs sucrées pourront trouver de quoi satisfaire leur gourmandise de 9 à 21 heures, avec des pâtisseries et glaces traditionnelles.



La plus grande cave de vins italiens de Paris

Situé au rez-de-chaussée, le rayon épicerie est très bien fourni, avec une grande largeur d'offres sucrée ou salée. Pâtes, huiles d'olive, olives, sels, antipasti, conserves, grissini, biscuits, etc. sont vendus dans ce qui ressemble à une épicerie fine de 300 m², visible depuis la rue au travers de grandes baies vitrées. Achetés en direct auprès des producteurs en Italie, la majorité des produits sont proposés pour la première fois en France. On peut découvrir, par exemple, les pâtes artisanales Giuseppe Afeltra, de Gragnano, ou celles de la maison Rigorosa. Les produits sont issus de l'agriculture bio ou raisonnée ou participent du mouvement Slow Food, dans une large gamme de prix. Et c'est Lavazza qui a été choisi comme fournisseur de café pour le bar à expresso. S. Lav. Eataly abrite en sous-sol la « plus belle cave de vins italiens de Paris. Au moins 50 % de nos vins n'y ont jamais été vendus », souligne Nicolas Houzé, directeur général du groupe Galeries Lafayette. 1 250 nectars sont référencés, tous issus de la Botte et, pour la plupart, bio, en biodynamie ou nature. Ces vins sont classés du nord au sud du pays, à des prix allant de moins de 6 € à plus de 1 000 €. Les présentoirs sont sobres, en bois blond. Certains vins viennent de l'une des neuf propriétés viticoles d'Oscar Farinetti, le créateur d'Eataly. Les plus belles pépites de cette cave sont une série de Borgogno, avec des millésimes allant de 1961 à 2008. Ils sont conservés au Paradis, la cave fermée, thermorégulée et à l'hygrométrie maîtrisée qui héberge les vins d'exception.

S. Leb.

1250 : le nombre de crus référencés

Épicerie : un vrai petit supermarché

Situé au rez-de-chaussée, le rayon épicerie est très bien fourni, avec une grande largeur d'offres sucrée ou salée. Pâtes, huiles d'olive, olives, sels, antipasti, conserves, grissini, biscuits, etc. sont vendus dans ce qui ressemble à une épicerie fine de 300 m², visible depuis la rue au travers de grandes baies vitrées. Achetés en direct auprès des producteurs en Italie, la majorité des produits sont proposés pour la première fois en France. On peut découvrir, par exemple, les pâtes artisanales Giuseppe Afeltra, de Gragnano, ou celles de la maison Rigorosa. Les produits sont issus de l'agriculture bio ou raisonnée ou participent du mouvement Slow Food, dans une large gamme de prix. Et c'est Lavazza qui a été choisi comme fournisseur de café pour le bar à expresso.



S. Lav.

1500 : le nombre de références

Les produits frais font leur show

Installée à l'extérieur, l'offre de fruits et légumes s'étend sur près de 300 m². En cohérence avec le concept du Slow Food, l'origine France est privilégiée dans l'assortiment proposé, tout comme le bio et des produits issus d'une agriculture raisonnée. Les habitants du quartier ou les clients de passage pourront s'approvisionner de 8 h 00 à 21 h 00 tous les jours de la semaine. Pour la petite touche italienne, Eataly a prévu de faire pousser sur le toit du magasin des herbes aromatiques tout droit venues de la Botte. Quant au rayon boucherie, il est piloté par le boucher star Yves-Marie Le Bourdonnec, très proche du monde de l'élevage. L'offre proposée sera essentiellement d'origine française, mais pas seulement. Le boucher a aussi sélectionné la race bovine piémontaise, issue de l'association d'éleveurs La Granda, située dans la province de Coni. La charcuterie vient bien sûr d'Italie, avec un large assortiment de jambons secs, mortadelles et coppas, dont les employés du rayon maîtrisent parfaitement l'art du tranché fin. Un peu plus loin, la boulangerie propose un large choix de pains, confectionnés pour certains à partir de grains de blé ancien pauvres en gluten. À poser sur ces belles tranches, un morceau de fromage. Eataly dispose d'une belle cave d'affinage dans laquelle sont entreposées des meules de parmesan. Il est possible d'en acheter une et de venir se faire couper son fromage. Les mozzarellas sont fabriquées dans le magasin à partir de lait de bufflonnes... auvergnates.



M. C.

300 m² : la surface du marché fruits et légumes, ouvert 365 jours/365

Un personnel italien jusqu'au bout des ongles...

Eataly assume la discrimination positive ! L'enseigne est revenue à ses origines pour dénicher ses employés. 65 % des salariés de ce premier magasin parisien sont en effet transalpins ou d'origine italienne. 80 d'entre eux ont même été recrutés en Italie et beaucoup formés également de l'autre côté des Alpes.

Originalité : ces nouvelles recrues sont, en grande majorité, issues de l'univers de la vente. Et ont ensuite choisi une spécialisation. En un mois, les voici formées aux savoir-faire des fromagers, bouchers, boulangers... « Mon contrat a débuté il y a un mois,



témoigne ainsi un salarié parisien formé par une équipe italienne. À l'origine, je suis vendeur, et j'ai choisi de me spécialiser dans la boulangerie pour apprendre les cuissons au four à bois », explique-t-il, s'habituant peu à peu à venir travailler à partir de 3 heures du matin pour servir au plus tôt des pains briochés. « Mais bien sûr, je peux être en renfort sur d'autres postes », précise-t-il.

J. D.

300 : le nombre d'employés

Un écosystème de la taille d'un centre commercial

Plus de 50 000 m² ! C'est ce que totalise, désormais, l'ensemble des emprises commerciales du groupe Galeries Lafayette dans le quartier du Marais, dans le 4^e arrondissement de Paris. Soit un « écosystème » inscrit dans un vaste quadrilatère, délimité par la rue du Plâtre, au nord, et celle de Rivoli, au sud, dans le



bloc urbain compris entre les rues du Temple et des Archives. Eataly, ouvert au 37 de la rue Sainte-Croix-de-la Bretonnerie est juste en face du n°44, où débouche Lafayette Anticipations, la fondation d'entreprise du groupe. Le concept de gastronomie italienne reprend les espaces auparavant dédiés au restaurant d'entreprise et à l'infirmerie du BHV, et à son antenne BHV Médical. Une cour intérieure débouche sur l'entrée arrière du BHV Homme, qui lui-même fait face au vaisseau amiral historique du BHV, de l'autre côté de la rue de la Verrerie. Le grand magasin a également essaimé au-delà de son emprise en ouvrant des food courts et des concepts lifestyle et haut de gamme. Une véritable entreprise de « couture commerciale urbaine », que Nicolas Houzé justifie par la volonté « d'étoffer un Marais sud jusqu'alors moins bien loti que le Marais Nord, avec les nombreux enseignes à proximité de la très courue rue des Francs-Bourgeois ».

D. B.

Conférence de rédaction exceptionnelle

Malgré l'imminence de l'ouverture et les derniers réglages et travaux à mener, les équipes d'Eataly ont accueilli LSA pour une conférence de rédaction exceptionnelle au sein d'Eataly Paris Marais, lundi 8 avril. Après une visite du lieu, Nicolas Houzé, directeur général du groupe Galeries Lafayette, Amandine de Souza, directrice générale du BHV Marais, et Thierry Bart, directeur du magasin, ont échangé sur les sujets d'actualité du magazine que vous tenez entre vos mains.



