

## Atelier des chefs : + 27 % de fréquentation

■ Ouvert en septembre 2010, cet atelier de cours de cuisine a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de presque 550 K€.

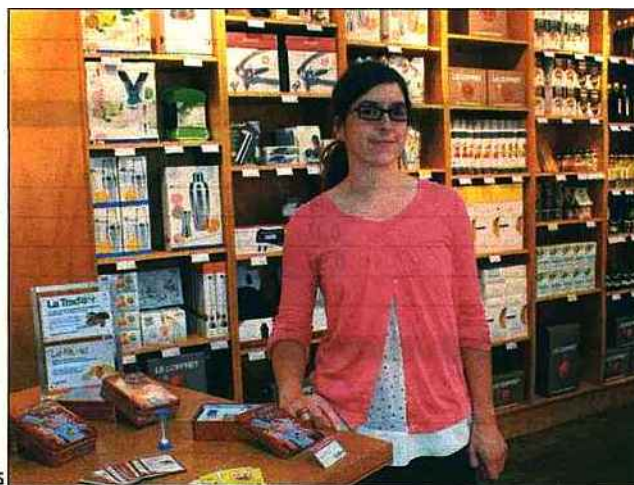
**Gastronomie.** À Toulouse, un atelier dispense des cours (très) particuliers où novices de la cuisine peuvent travailler avec un chef professionnel de renommée nationale.

# L'éducation culinaire fait recette

À Toulouse, l'atelier des chefs a vu sa fréquentation augmenter de plus de 27 % depuis sa création en septembre 2010. Son chiffre d'affaires, en 2011, est de 542 109 € (12 M€ au total pour le groupe dont le siège se situe à Paris). Un résultat suffisant pour asseoir sa place sur un marché de la gastronomie « tendance » mais de plus en plus concurrentiel. Un effectif de six salariés, deux plongeurs, deux chefs cuisiniers et deux managers animent le lieu de 250 m<sup>2</sup>.

« Le principe est simple : n'importe qui, novice ou expert, peut apprendre à cuisiner sa recette avec un chef professionnel de la région », explique Gaëlle Grand, responsable boutique et clientèle. La spécialité de ces professionnels consiste à s'adapter à tous les publics. « Nos cuisiniers doivent être très pédagogues et rassurer les apprentis qui se méfient du jugement », pré-

vient la commerciale. Le Toulousain et chef étoilé Michel Sarran y a déjà joué les professeurs. « Nous prenons en compte les modes de vies de chacun et nous mettons en place plusieurs sessions comme sur la tranche du déjeuner avec des formules rapides ou comme le samedi en proposant des plats qui nécessitent du temps. Du coup, il est compliqué de définir notre clientèle qui est très éclectique », précise Gaëlle Grand. Quant à la recette qui attise les désirs d'apprentissage des plus réfractaires, il s'agit du Burger Périgord à base de confit de canard et de foie gras. Les macarons, eux aussi à la mode, trouvent facilement leur public. Particularité : « un samedi par mois, le chef amène ses clients sur le marché des Carmes et les guides dans la sélection des produits. Quel poisson choisir ? Pourquoi tel légume et pas un autre ? »,



Gaëlle Grand, manager boutique et clientèle à l'atelier des chefs.

détaille la manager. À l'avenir, sans développer d'autres enseignes dans la région, l'établissement souhaite tout de même assurer sa notoriété et fidéliser ses élèves. « Pour cela, il faudra poursuivre les cours sponsorisés par des marques, renforcer notre approche des entrepri-

ses », prévoit la jeune femme. D'ores et déjà, le principe d'une carte d'abonnement devrait voir le jour à la fin de l'année. L'atelier des chefs a déjà implanté une société en nom propre à Londres et vise un développement européen.

**BENJAMIN TEOULE**