

**LES TROPHÉES**  
**Chef d'entreprise**  
 magazine

# Ils ont gagné en 2008...

Les lecteurs de *Chef d'Entreprise* ont élu les frères Bergerault, à la tête de l'Atelier des Chefs, "Dirigeants de PME 2008". Un an plus tard, leurs cours de cuisine à petits prix font toujours recette. Retour sur une année riche en aventures gourmandes. Par **Gaëlle Jouanne**

François et Nicolas Bergerault, dirigeants de l'Atelier des Chefs.



Il trône dans une vitrine située au cœur de l'accueil du siège parisien de l'entreprise. Le trophée "Dirigeants de PME 2008" reçu, en juin dernier, par Nicolas et François Bergerault, les cofondateurs de l'Atelier des Chefs, a eu « un impact considérable sur les salariés », se souvient l'aîné, Nicolas. Pendant un mois, la statuette a fait le tour des bureaux de la société, symbole d'une collaboration fructueuse entre les différents services. Ce prix, les deux frères l'ont dédié à leurs coéquipiers au lendemain de la cérémonie. « Nous voulions par-

tager cette victoire avec eux », confie Nicolas Bergerault.

Par leurs votes, les lecteurs de *Chef d'Entreprise Magazine* ont salué le concept et la croissance d'une petite affaire créée en 2004, sur une idée simple : proposer des cours de cuisine à petits prix. Un concept qui a très vite trouvé son public : quatre ans plus tard, l'entreprise affiche un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros et emploie 77 salariés. La reconnaissance de leurs pairs et de la presse a donné un coup de fouet aux dirigeants, qui continuent à aller de l'avant en dépit de la crise. « Ce ralentissement économique nous a fait peur, admet Nicolas Bergerault. Nous pressentions une baisse de fréquentation de nos ateliers. » Pourtant, si les entreprises ont réduit leurs opérations de team building culinaires (-20 % sur cette cible au premier trimestre 2009), les particuliers, eux, se sont inscrits en masse. Et les douze Ateliers français, londonien et bruxellois ne désemplassent pas : leur affluence a même bondi de 20 % depuis le début de l'année. « Les gens hésitent de plus en plus à aller au restaurant... », analyse Nico-

las Bergerault. Alors ils apprennent les secrets de la gastronomie "home made", sans trop déboursier. » Le coût, voilà l'atout qui différencie l'Atelier des Chefs de ses concurrents, particulièrement des grands restaurants qui mettent en place des cours de cuisine. Pour 17 euros, un prix inchangé depuis l'année dernière, les clients apprennent, en trente minutes, la recette du mignon de porc en croûte de moutarde, du risotto végétarien ou du suprême de volaille au chorizo. Les "apprentis", au nombre de 1 500 à 2 000 par jour, dégustent ensuite, sur place, les fruits de leur travail. Et peuvent se procurer les ustensiles utilisés par le chef dans un espace "boutique", qui pèse environ 15 % du chiffre d'affaires. La formule est déclinée pour les enfants et les événements familiaux ou amicaux. Les fêtes traditionnelles servent également de support à des cours thématiques : le chocolat à la période de Pâques, par exemple.

**Des projets malgré la crise.** La société résiste donc à la crise mais a dû, néanmoins, restreindre ses ambitions, après avoir connu une perte de 200 000 euros l'an dernier, en rai-

Les lauréats 2008 au grand complet.



**L'ATELIER DES CHEFS >> Repères**

- **ACTIVITÉ :** Cours de cuisine
- **SIÈGE :** Paris (VIII<sup>e</sup>)
- **FORME JURIDIQUE :** SAS
- **DIRIGEANTS :** François et Nicolas Bergerault, 40 et 32 ans
- **ANNÉE DE CRÉATION :** 2004
- **EFFECTIF :** 77 salariés
- **CHIFFRE D'AFFAIRES 2007 :** 4,7 M€
- **RÉSULTAT NET 2007 :** 200 k€
- **CHIFFRE D'AFFAIRES 2008 :** 7 M€
- **RÉSULTAT 2008 :** - 200 k€



PHOTOS RENAUD CALLEBAULT

Avec ses cours de cuisine à petits prix, L'Atelier des Chefs séduit près de 2 000 personnes par jour.

son d'investissements massifs dans le réseau. En 2009, les frères Bergerault comptent bien renouer avec les profits. S'ils poursuivent leur politique de croissance – avec l'inauguration, en mars 2009, d'Ateliers à Dubaï (en joint-venture avec Le Méridien) et aux Émirats arabes unis –, ils ont reporté à 2010 leurs projets d'ouverture d'un deuxième

Atelier en Grande-Bretagne et d'un premier en Espagne. « Il s'agit de se montrer prudents, de faire fonctionner l'existant, sans pour autant se priver de la croissance que pourront générer des projets d'envergure sur lesquels nous avons œuvré des mois durant. »

Cette croissance raisonnée et raisonnable, les deux dirigeants l'imagi-

nent à la fois en propre et en franchise. L'idée étant d'ouvrir des succursales dans les grandes villes (notamment dans le Sud et l'Est de l'Hexagone, encore mal couverts), et de signer des contrats de franchise dans les villes françaises de taille moyenne. Leur ambition ? Construire un réseau de trente Ateliers d'ici à 2011. La stratégie consiste à occuper le terrain avant que les autres ne le fassent... Pour financer ces projets, les deux dirigeants ont levé, en 2008, 2 millions d'euros auprès de partenaires financiers. Un apport en argent frais complété par un prêt d'un million d'euros.

Enfin, pour booster la fréquentation des cours, les deux frères ont enrichi leur site web depuis l'année dernière. D'un simple site de réservation, [www.atelierdeschefs.com](http://www.atelierdeschefs.com) est devenu un espace culinaire qui propose près de 1 400 recettes écrites et filmées en vidéo, ainsi qu'un blog et une e-boutique proposant les ustensiles utilisés durant les cours. Le nombre de visiteurs uniques devrait avoisiner les 500 000 pour l'année 2009. La consultation est gratuite... Nicolas et François Bergerault réfléchissent à une manière de capitaliser sur ce trafic considérable. D'ores et déjà, ils valorisent leur fichier d'adresses électroniques. Avant de dispenser des cours de cuisine (payants) sur Internet ? Ils y réfléchissent. ■

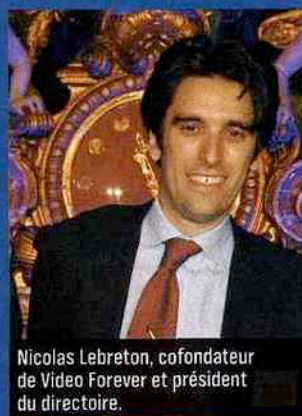
**Ils ont également été récompensés :**

■ Le deuxième prix du Dirigeant de PME 2008 a été décerné à la société Michel et Augustin qui régale les gourmands avec ses Petits sablés ronds et bons, sa Vache à boire aromatisée et sa gamme de fruits entiers mixés. L'entreprise a de nouveau performé en 2008 et réalisé 10 millions d'euros de chiffre d'affaires contre 3 millions en 2007.

■ Le troisième prix est revenu à Video Forever, une PME qui s'est lancée, il y a quatre ans, sur le créneau de la numérisation des films de famille afin de leur redonner une seconde vie. L'entreprise a doublé son chiffre d'affaires entre 2007 et 2008 et atteint les 3 millions d'euros.



Augustin Paluel-Marmont (à gauche) et Michel de Rovira célèbrent leur distinction autour de Carlos Brandao, de la JCEF.



Nicolas Lebreton, cofondateur de Video Forever et président du directoire.