

## Le chef assaisonne la toile

Ils n'ont plus le temps de cuisiner mais Nicolas et François Bergerault ne manquent pourtant pas de recettes. Quatre ans après avoir ouvert leur premier atelier de cours de cuisine en plein Paris, les voici sur le net où ils se verraient bien devenir le *facebook* de la fiche cuisine.

Démarrée par un simple mail un soir de décembre 2001, normal que cette histoire finisse un jour sur le web. Normal mais pas si simple. Nicolas Bergerault dirige une filiale de Nestlé au Canada quand il envoie ce message à son frère cadet de huit ans, François, consultant bien rémunéré à Paris. Son idée, extrapolée depuis des magasins canadiens de livres de cuisines où l'on dispensait aussi la manière de les réaliser : créer la première FNAC de la cuisine. L'idée met trois ans à germer. Pas facile de quitter un job dans lequel on gagne bien sa vie pour se risquer dans un projet qui fait sourire tous les banquiers. La cuisine n'a pas encore envahi les rayons des librairies et les chaînes de télévision sur le câble. Qu'à cela ne tienne, le *love money* et quelques économies feront l'affaire. Sept ans et deux *business plans* plus tard, l'Atelier des chefs emploie 70 personnes, annonce un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros fin 2008 (20 millions fin 2010) et dispose de treize sites de cours de cuisine à Paris, Nantes (en franchise), Lille, Bordeaux, Lyon, Dijon, Londres, Bruxelles et ... Dubaï dans l'enceinte d'un hôtel de la chaîne Méridien avec lequel l'Atelier des Chefs vient tout juste de contracter. Le potentiel de l'enseigne ? Une vingtaine en France, cinquante dans le monde, répond, presque modeste, François Bergerault.

Le concept, lui, n'a pas bougé d'un ingrédient : prenez des locaux adaptés (la verrière du premier atelier rue de Penthièvre à Paris est un *must*), ajoutez y un chef expérimenté, des élèves (hommes et femmes) avides d'apprendre en une demi-heure ou une heure une recette à refaire chez soi pour épater les amis, terminez par la dégustation de la dite recette autour d'une table d'hôtes. Convivialité assurée. On en redemande. Chaque élève revient 1,5 fois par an. Le tour est joué. À l'heure du déjeuner, la formule fait un tabac. Au point qu'il faut réserver au moins un mois à l'avance. On est loin des cours institutionnels dispensés par les Ritz-Escoffier et autres Lenôtre. Au moment de régler l'addition (17 euros à l'heure du déjeuner), petit passage par le rayon librairie et accessoires de cuisine où les frères Bergerault ont compris qu'ils feraient là l'essentiel de leurs marges. Le succès est tel qu'il devient même un *incentive* de luxe pour les entreprises. Rien de tel que d'éplucher des courgettes à côté de son chef lui-même en train de pleurer devant un plat d'oignons pour tisser des liens. Les entreprises comptent aujourd'hui pour moitié dans l'activité de l'Atelier des chefs.

Prochaine étape : faire de l'entreprise une marque, un label. Le site, tout juste ouvert, accueille déjà 40 000 visiteurs uniques. Une majorité s'y inscrit aux cours. Les autres viennent acheter des accessoires, dialoguer sur les blogs ou regarder les recettes filmées. « *Il y a une place à prendre entre les sites des chefs réputés qui donnent des cours et nous qui nous adressons au grand public avec des recettes simples, pas très chères et de grande qualité* », plaide François Bergerault. Surtout, le site crée de la notoriété au plan national. Une notoriété nouvelle dont l'enseigne entend bien se servir pour attirer des annonceurs (avec des services premium) et créer, à la manière d'un *facebook*, une communauté de fidèles.

« *Si Londres marche, la suite ne sera pas compliquée* », sourit François Bergerault qui rêve de planter des petits drapeaux sur son planisphère en Espagne, Allemagne ou en Italie pour marquer l'avancée de l'Atelier des chefs. En attendant, un jour, qu'on imagine proche, les États-Unis. Restez branchés. ■

#### **LEURS ADRESSES PREFEREES**

**www.lesechos.fr** promis ceci n'est pas juste pour vous plaire, mais c'est réellement le site que nous consultons pour avoir régulièrement les cours de bourse, les infos financières, etc

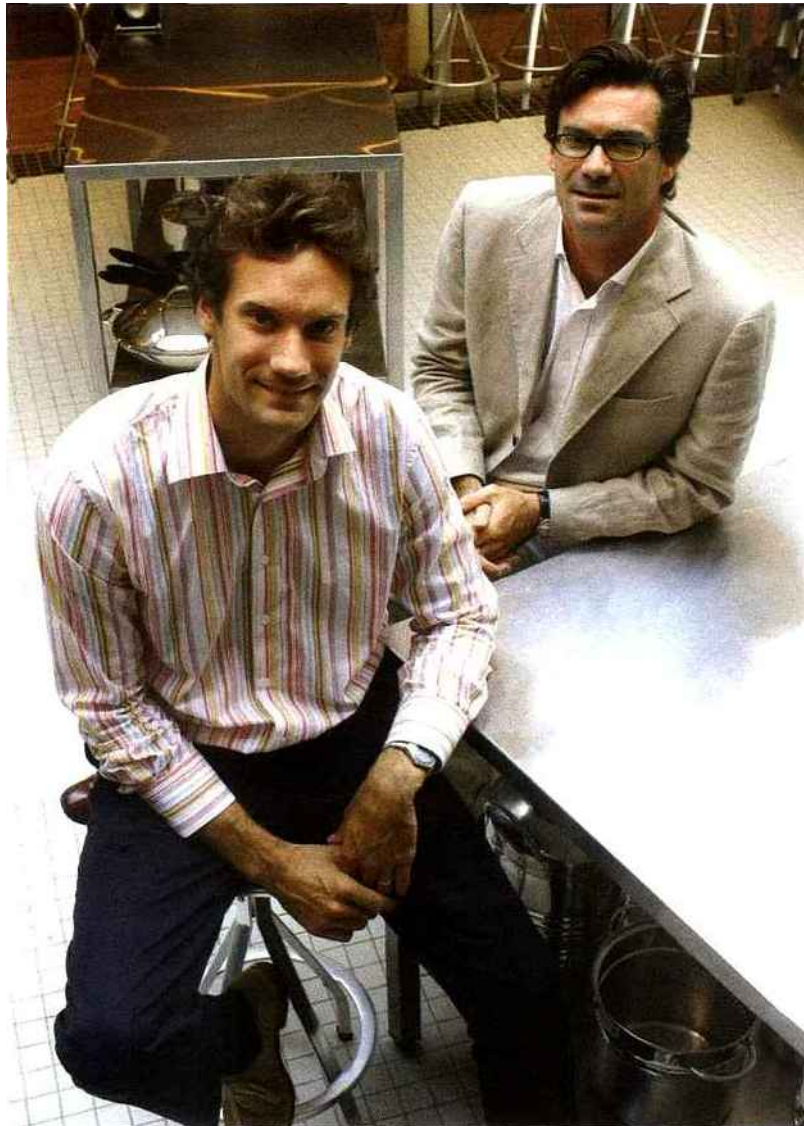
**www.priceminister.com** pour nos achats en ligne. Un site bien fait. Nous aimons surtout le rôle d'intermédiaire que joue Price Minister au moment du règlement

**www.itunes.fr** pour acheter de la musique et écouter les nouveautés. Nous sommes absolument bluffés par les innovations techniques mises en avant en permanence sur le site d'iTunes et par leur capacité à le faire évoluer, tant en terme de modèle (présence sur les téléphones) qu'en terme de contenu (téléchargement de podcasts, de séries TV. )  
En revanche, nous ne sommes jamais très à l'aise

avec leur navigation qui est à notre sens un peu fouillée  
**www.facebook.com** nous utilisons ce site à des fins professionnelles. Premièrement, en y intégrant des groupes sur L'atelier des Chefs, pour communiquer au plus grand nombre des promotions

autour de nos ateliers, ensuite en recherchant des vieilles connaissances quand nous arrivons dans une ville ou un pays, que nous connaissons peu, afin de demander quelques éclaircissements pour comprendre où nous installer

**www.dailymotion.com** nous y allons régulièrement consulter des vidéos. Soit parce que nous n'avons pas pu les voir à la TV, soit parce que l'on nous a parlé d'un marketing viral particulièrement pertinent et que ça nous intéresse de voir à quoi cela ressemble. Enfin, nous utilisons ce site pour mettre en avant des vidéos de L'atelier des Chefs, vidéos de recettes ou de techniques culinaires qui, selon nous, gagnent à être vues par le plus grand nombre pour ensuite générer de la curiosité sur notre marque.



NICOLAS BERGERAULT (DERRIERE), FERU DE CUISINE, A ENTRAINE  
AVEC LUI SON FRERE FRANÇOIS DANS L'AVENTURE DE L'ATELIER DES CHEFS.