

ÉTÉ 2024

GOUR METS METS DE FRANCE

EDITION PROVENCE

SPÉCIAL PROVENCE

Gastronomie VINS

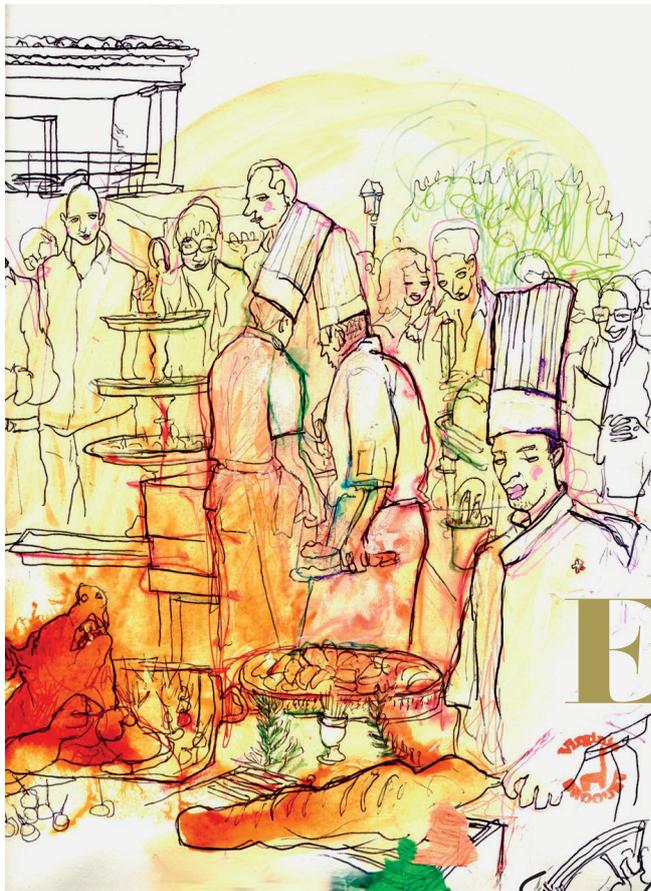
Art de vivre

ARTS & Artisans



On a tant à **parcourir** !...
rendre savoureux le plaisir de lire

dessin création originale de Virginie Broquet



dessin création originale de Virginie Broquet

Virginie Broquet

Edito



L'HUMAIN AVANT TOUT...

L'art de créer du lien, de porter l'expérience à son firmament et de plonger dans un univers. C'est tout cela que nous célébrons dans ce nouveau collector

Pour l'année 2024, Gourmets de France a souhaité saluer le travail remarquable des cuisines mais aussi des métiers de la salle. La création culinaire, l'art de la sommellerie, le sens du service et de l'hospitalité...

L'âme de la Provence (et d'ailleurs) autour d'une dégustation inédite, présidée par Fabrice Sommier à l'hôtel Métropole de Monte-Carlo. D

Des parenthèses Bien-être & Art de Vivre, avec des établissements hors du commun. Nous passons les portes de lieux authentiques et inédits, d'écrits confidentiels au cadre qui mettent en éveil vos sens et jouent sur la gamme de vos émotions pour vous faire vivre un instant hors du temps !

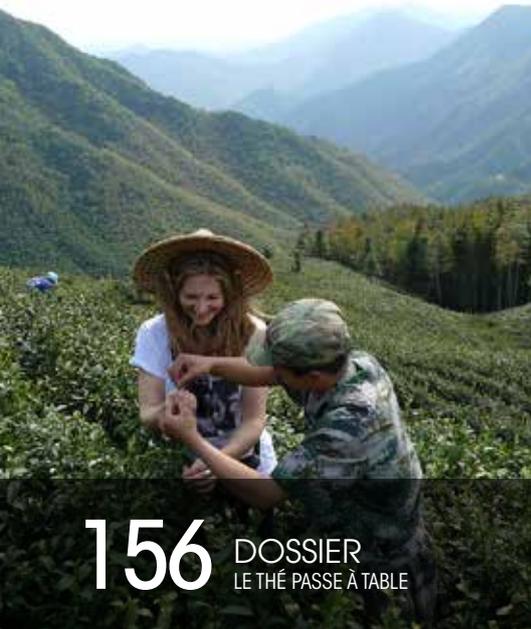
Les arts dans toute leur unicité. Nous levons le voile sur des artisans, artistes et designers passionnés qui manient avec brio leur savoir-faire pour faire rayonner l'excellence à la française. Créer des atmosphères conviviales, de partage et d'élégance fait partie des valeurs de Gourmets de France. Autour de nos tables se retrouvent d'innombrables maîtres faïenciers, céramistes, potiers, souffleurs de verre, couteliers, tisserands... Et nous vous en livrons quelques-uns.

GOUR METS DE FRANCE

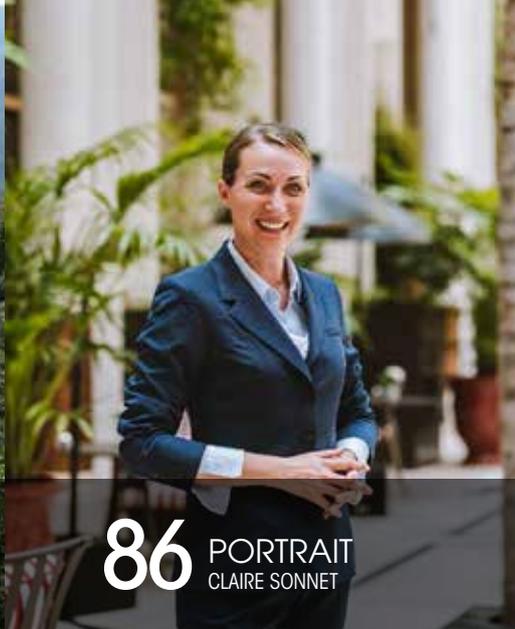
EDITION PROVENCE

Retrouvez-nous sur
www.gourmetsdefrance.fr

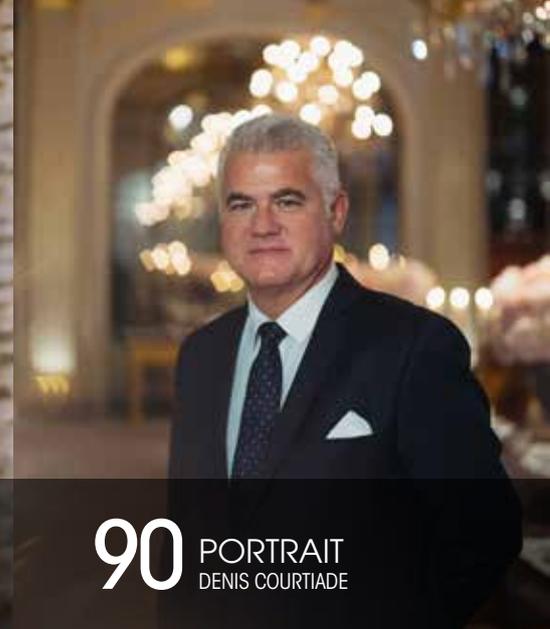




156 DOSSIER
LE THÉ PASSE À TABLE



86 PORTRAIT
CLAIRE SONNET



90 PORTRAIT
DENIS COURTIADÉ



174 ART DE VIVRE
LILY OF THE VALLEY



182 ART DE VIVRE
DOMAINE LES MÉSAIRES

Sommaire

04 Agence événementielle
L'HÉDONISTERIE
Par Gourmets de France

16 LA DÉGUSTATION BOX
Par Gourmets de France

18 NOS CHEFS

20 YANNICK ALLÉNO

28 CHRISTOPHE BACQUIÉ

34 JOSÉ BAILLY

38 VIRGINIE BASSELOT

42 ERIC CANINO

48 MAURO COLAGRECO

56 PHILIPPE COLINET

60 CHRISTOPHE CUSSAC

66 THOMAS DANIGO

70 DIMITRI DROISNEAU

76 ALAIN DUCASSE

86 CLAIRE SONNET

90 DENIS COURTIADÉ

94 FABIEN FERRÉ

100 DENIS FÉTISSON

104 VINCENT MAILLARD

110 ALEXANDRE MAZZIA

116 BRUNO OGER

122 NICOLAS PIERANTONI

128 MARCEL RAVIN

134 MAISON HUGOU TRUFFES

136 NOS PÂTISSIERS

136 MAISON BÉCHARD

138 MITRON BAKERY
by Mauro Colagreco

142 PAINS&TRADITION

144 CYRIL LIGNAC

148 SANDRO MICHELI

152 PHILIPPE SEGOND

156 LE THÉ PASSE À TABLE

Dossier par Lydia Gautier

162 L'ART DE VIVRE

164 CHÂTEAU CRÉMAT

170 HÔTEL L'ESCALET

172 VILLA L'ESCALET

174 LILY OF THE VALLEY

182 DOMAINE LES MÉSAIRES

186 NOS VIGNERONS

188 CHÂTEAU DE CHAUSSE
Rosé Château Côtes de Provence Bio 2023

192 MAS DE LA DAME
Coin Caché Rouge 2022



164 ART DE VIVRE CHÂTEAU CRÉMAT



170 ART DE VIVRE HÔTEL L'ESCALET

GOURMETS DE FRANCE

EDITION PROVENCE

Gourmets de France est une publication gratuite, avec 3 numéros par an, éditée par la SAS Comevents, siège social 11 rue Lt Paul Dhalluin 19100 Brive. Dépôt légal à parution. La rédaction décline toute responsabilité pour tous les documents, quel qu'en soit le support, qui lui seraient spontanément confiés. Droits réservés, toute reproduction, même partielle interdite.

Gourmets de France Production
11 rue Paul Dhalluin 19100 BRIVE-LA-GAILLARDE
0 555 881 992 - www.gourmets-de-france.fr

Gourmets de France Rédaction
Darwin, 87 Quai des Queyries, 33100 Bordeaux
Directrice de la publication : Françoise Malafosse
Responsable de rédaction : Michel Malafosse
Conseil éditorial : Juliette Crémoux - Dan Malafosse
Chargée événementiel : Chloé Malafosse
Responsable artistique : Comevents
Rédaction : Candice Ménard - Isabelle Dert Bono
Direction : Michel Malafosse 06 08 06 49 36
Maquette : Roland Soulier - Françoise Malafosse
Photographes : AMAURY BRAC - INGRID LOVTROM PHOTOS - MIKA PHOTOS - NR PHOTOGRAPHE ou mentions stipulées.
Crédits photos : Agence Capitano, Bobbyalyn, Coline Clais-Soulhat, Elia Kuhn, Grégoire Gardette, Hervé Fabre, Ihj photo, James McDonald, Jean-François Mallet, Joann Pai, Kevin Tchobanian, La photographe sucrée salée, Live and Shoot, Lydia Gautier, Lydia Roussel, Matteo Carassale, Olivier Kaba, Philip Ducap, Philippe Martineau, Pierre Monetta, Rebecca Rubcke, Stanislas Desjeux, StudioPhenix, Yann Deret.
Impression : Monterreina
ISSN : 2258-8655



- 196 CHÂTEAU DEMONPÈRE
Cuvées Prestige Rosé & Cuvée Notre-Dame des Anges Rosé
- 202 CHAMPAGNE DRAPPIER
Clarevallis
- 206 CHÂTEAU FONT DU BROC
Rosé Font du Broc 2023
- 210 CHÂTEAU LÉOUBE
Léoube Collector Rosé
- 214 CHÂTEAU MONTAURONE
Blanc
- 218 DOMAINES OTT
Château de Selle Rosé
- 222 DOMAINE PASCATI
Signature
- 226 DOMAINE DE LA PERTUADE
Domaine Blanc
- 230 DOMAINE RABIEGA
Clos Dière - L'CEuf 2020
- 234 DOMAINE TROPEZ
White Tropez Rosé
- 238 TORPEZ
Bravade
-
- 240 ARTS DE LA TABLE
- 242 VIRGINIE BROQUET
- 244 CHEF & SOMMELIER
Et l'effervescence devient Exaltation
- 246 CRISTALLERIE DE MONTBRONN
Une expérience inoubliable d'Art de Vivre à la Française

- 252 MAISON CYNA
Façonner le verre parfait
- 254 FAÏENCERIE GEORGES
Deux nœuds verts depuis 1898
- 256 FAÏENCERIE LOUIS SICARD
La Provence en Faïence
- 258 FORGE DE LAGUIOLE
La référence de l'authentique
- 260 GARNIER THIEBAUT
Des petits moments de bonheur aux grands moments d'exception
- 262 JEAN DUBOST
104 ans d'histoire et de passion française
- 266 KOMET
Une production artisanale de céramique au coeur du bassin millavois
- 268 LA ROCHÈRE
Verrerie française depuis 1475
- 270 LA TABLE PARISIENNE
La qualité à tous les prix !
- 272 NON SANS RAISON
Créateur de paysages gustatifs singuliers
- 274 POPOLO
Bienvenue à la Dolce Vita
- 276 QEEBOO
Une façon d'être à soi
- 278 ROYAL LIMOGES
200 ans d'excellence garanti "fabriquée et décorée à Limoges"
- 284 WERNS
Bannir l'ennui !

Décrocher l'Eden

POUR VOUS, RIEN N'EST TROP RARE.

À la genèse de notre histoire, il y a une véritable volonté de toujours promouvoir le beau et le bon. Ces deux arcs de la tradition gastronomique française sont les piliers sur lesquels repose notre envie de vous faire découvrir et partager des moments de délectation, des intervalles de bonheur ou pour le dire autrement, des pauses hédoniques.



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE
ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
by GOURMETS DE FRANCE



Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

Enthousiasme les soirées estivales



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

Transforme le moment en expérience



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

On a tant à partager



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

On a tant à célébrer



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

*Des scénographies, de la création, de l'art
et des artisans !*



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

EVENTS

UUELTO

Une certaine idée de l'innovation!



LAMBORGHINI MONACO



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

*Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !
Des expériences inédites !*



HÉDONISTERIE
Gourmets de France

ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

Des scénographies et des expériences insolites !



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

Se rapprocher des étoiles



L'HÉDONISTERIE
gourmets de France

ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS
& Wedding Planner

L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance

Avec l'Hédonisterie : les possibilités sont infinies !

EVENTS



ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS

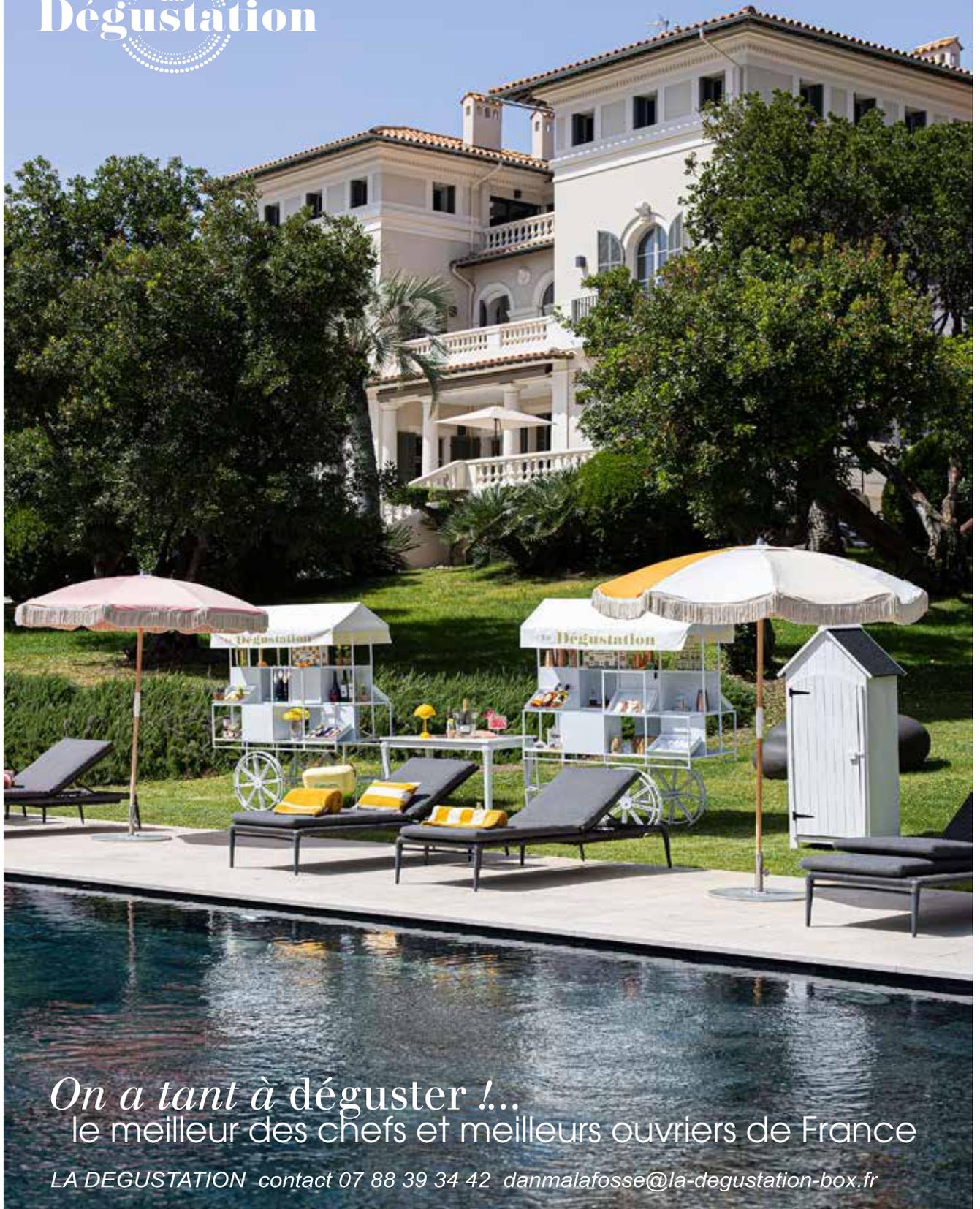
& Wedding Planner



L'HÉDONISTERIE ... HELLO Chloé - 07 62 00 20 95 Instagram  hedonisterie_gourmetsdefrance



La
Dégustation



On a tant à déguster !...
le meilleur des chefs et meilleurs ouvriers de France

LA DEGUSTATION contact 07 88 39 34 42 danmalafosse@la-degustation-box.fr

La Dégustation

Prend ses quartiers d'été et vous propose une version POOL PARTY



On a tant à déguster !...
le meilleur des chefs et meilleurs ouvriers de France



LA DEGUSTATION contact 07 88 39 34 42 danmalafosse@la-degustation-box.fr



CHEFS - DIRECTEURS DE SALLE & SOMMELIERS

YANNICK ALLÉNO & GUILLAUME BELLAYER

Franck Damatte Chef sommelier & Vincent Bertois Directeur de salle.

ALEXANDRA & CHRISTOPHE BACQUIÉ

JOSÉ BAILLY

Violaine Thopart Responsable de salle & Eléa Nougarolles Cheffe sommelière.

VIRGINIE BASSELOT

Robin Salvadori Chef sommelier.

ÉRIC CANINO

Nicolas Lopez Directeur de salle.

MAURO COLAGRECO & JEAN-CHRISTOPHE BOURGUIGNON

Louis Hocquet Directeur de salle & Guillaume Dussaussoy Chef sommelier.

PHILIPPE COLINET

Laurine Chekkali - Directrice du restaurant

DENIS COURTIADE *Directeur de salle formateur.*

CHRISTOPHE CUSSAC

Marco Tognon - Directeur de salle Frédéric Woelfflé - Chef sommelier

THOMAS DANIGO

Marine Bon-Mugnaini - Directrice de la restauration

DIMITRI DROISNEAU

Marielle Droisneau Directrice de salle & David Piquet Chef sommelier.

ALAIN DUCASSE & EMMANUEL PILON

Claire Sonnet Directrice de salle & Maxime Pastor Chef sommelier.

FABIEN FERRÉ

Jonathan Pral Chef sommelier.

DENIS FÉTISSON

Stéphane Gress - Chef sommelier.

VINCENT MAILLARD

Romain Mancosu Directeur de salle & Marco Isnardi Chef sommelier.

ALEXANDRE MAZZIA

Jean-Philippe Rock Directeur de salle & Kévin Bardau Chef sommelier.

BRUNO OGER

Éric Descazaux Directeur de salle & Axel Dervieux Chef sommelier.

NICOLAS PIERANTONI

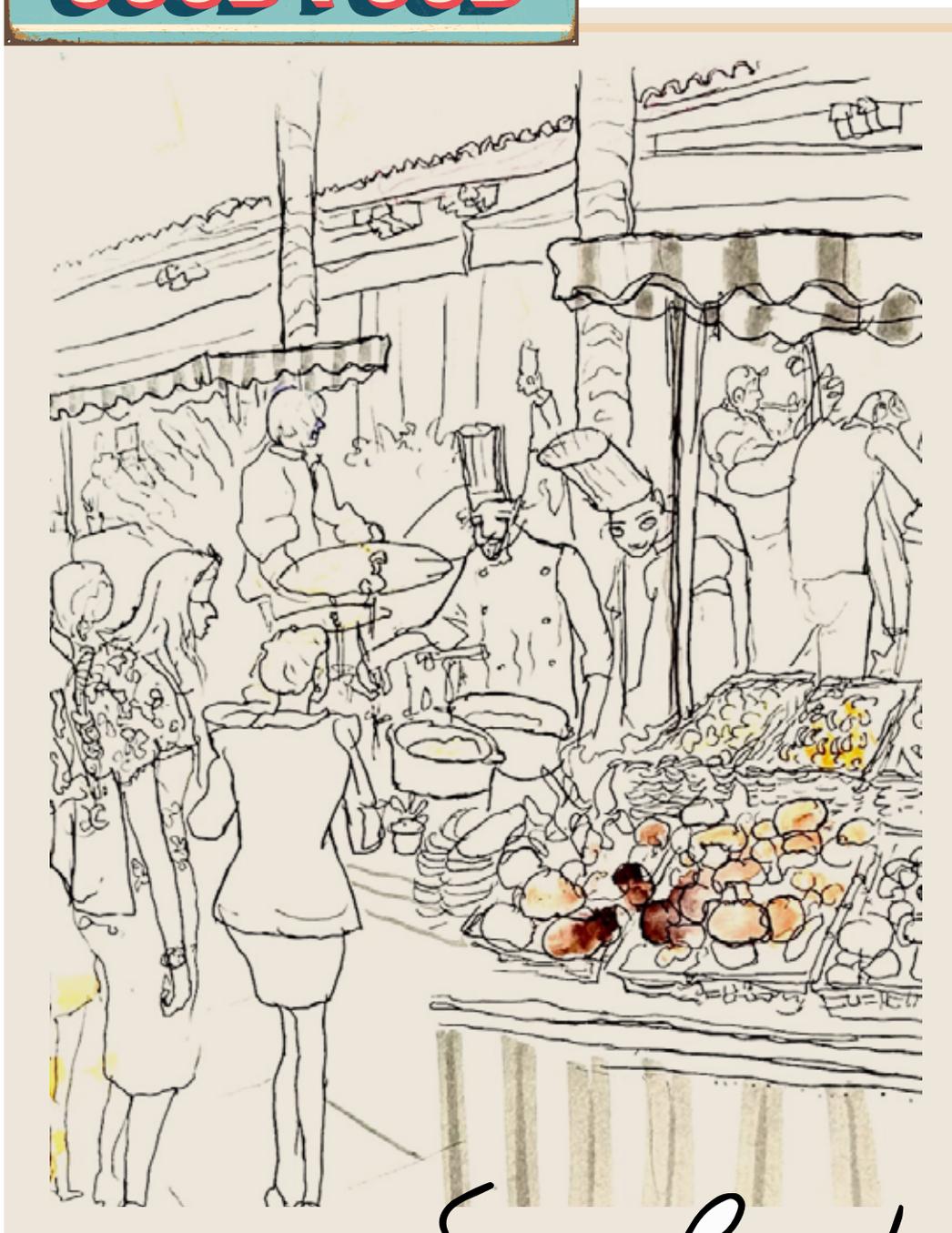
Julien Freulon Chef sommelier.

MARCEL RAVIN

Jérémy Testa et Jérémy Silman Directeurs de salle & Gérard Veyrat de Lachenal Chef sommelier.

CLAIRE SONNET *Directrice de salle.*

GOOD FOOD



Suzanne Broquet

CHEFS
SOMMELIERS
DIRECTEURS DE L'HOSPITALITÉ



YANNICK ALLÉNO

Guillaume Bellayer, chef de cuisine
& Franck Damatte, chef sommelier
Vincent Bertois, directeur de salle





Dans l'enceinte du mythique Hôtel Hermitage Monte-Carlo, Pavillon est une table cosmopolite qui bouscule les codes et propose une gastronomie de comptoir tout en simplicité. Un parti pris au service de l'excellence, du partage et de la modernité qui incarne à merveille la vision de Yannick Alléno, l'un des plus grands chefs au monde. Pavillon se veut une « maison », un nouveau lieu de vie où l'on propose une expérience des plus sérieuses sans se prendre au sérieux. « Une gastronomie sans cravate » résolument tournée vers l'autre et qui vient teinter d'Azur les assiettes du chef ! À la barre de ce bastion incontournable, on retrouve Guillaume Bellayer aux fourneaux, Franck Damatte en sommellerie et Vincent Bertois en salle. Un trio aussi détonnant que le grand maître des lieux !



« De nos jours, les clients sont de plus en plus éduqués vis-à-vis de la gastronomie.

Ils ont déjà certaines attentes... »

Quelle est votre valeur ajoutée et que représente pour vous votre métier ?

F.D : Je pars du principe qu'être sommelier, c'est être un passeur, un ambassadeur de ce que font les vignerons. Pour cela, j'opère un gros travail de sourcing à la base.

Je me rends dans les vignobles pour rencontrer les vignerons et aller goûter les vins directement sur fût.

Pour le client que l'on sert, cela est beaucoup plus parlant et authentique de découvrir l'identité d'un vigneron. On prime avant tout l'humain et on raconte des histoires.

« Notre mission est de retranscrire la complexité d'un plat mais également la recherche du chef qu'il y a derrière. »

V.B : J'ai une expérience plutôt à l'internationale et j'ai eu la chance de travailler aux États-Unis, au Moyen-Orient et en Asie. **Cela m'a permis d'approcher différentes cultures et donc de m'adapter à différents profils clients.** Pour moi, il est important de savoir qui sont nos

clients pour mieux les servir. En tant que directeur de salle, nous sommes le lien entre la salle, la sommellerie et la cuisine. On a principalement un métier d'accueil mais aussi de management. Le côté relationnel est primordial dans le sens où on échange avec les clients pour partager et mettre en valeur la cuisine du chef. Nous sommes des porte-paroles ou comme le dirait si bien Yannick Alléno, nous sommes - avec les sommeliers - le « verbe » du chef.

Comment votre trio chef, sommelier et directeur de salle prépare-t-il l'expérience du client ?

V.B : Il y a tout un processus d'accueil. De nos jours, les clients sont de plus en plus éduqués vis-à-vis de la gastronomie. Ils ont déjà certaines attentes... Il y en a qui découvrent pour la première fois les lieux et notre concept tandis que d'autres sont des habitués qui aiment découvrir les nouveaux produits que le chef met en avant au fil des saisons. Lorsque l'on présente un plat, nous ne sommes pas dans une description linéaire mais privilégions plutôt des adjectifs forts et bien choisis qui poussent à la projection, à l'imaginaire. **Nous sommes dans le ressenti et l'émotion !** Notre mission est de retranscrire la complexité d'un plat mais également la recherche du chef qu'il y a derrière.



Les gens apprécient de moins en moins les services « guindés »... Et comme le dit Yannick Alléno, **nous nous devons de proposer un service décontracté mais pour autant irréprochable**. On s'adapte au client tout en gardant un certain nombre de codes.

F.D : Tout le panel aromatique est déterminé par la cuisine de Yannick Alléno qui travaille beaucoup avec les œufs de poissons, les herbes aromatiques, les racines, les extractions... Il faut être préparé à ce type de cuisine qui est légère mais forte en goût. Avec le chef, nous travaillons et imaginons ensemble les accords mets & vins. On fait des accords par harmonie ou encore par opposition, en fonction du moment. Le midi j'aime bien contraster, trancher dans l'opposition mes accords tandis que le soir je vais avoir tendance à me diriger vers l'harmonie, quelque chose de plus digeste. Certains clients habitués ont parfois des exigences pour des vins en particulier ou même étrangers. Si nous le pouvons, nous conservons quelques bouteilles en back-office mais pour autant ces vins n'apparaîtront pas forcément sur notre carte.

G.B : On a une clientèle très hétéroclite et internationale qui s'échelonne tout au long de l'année. Nous sommes en quelque sorte un bistrot moderne qui tend à personnaliser son expérience en fonction du client.

Peut-on parler de scénarisation ?

G.B : Nous ne sommes pas dans la scénarisation. Tout d'abord, nous avons une très grande carte avec beaucoup de choix ce qui rendrait la tâche impossible. En revanche, nous voyons notre restaurant comme une scène, dans le sens où **nous sommes sur un concept de cuisine ouverte sur les clients**.

V.B : On essaie de ne pas être « scriptés ». On veut éviter les redondances et la lassitude des clients. Chaque service est libre tout en respectant des standards. Chaque serveur garde sa personnalité, ses sensibilités, ce qui offre un côté humain personnalisé pour chaque client.





Quelles sont, selon vous, les qualités nécessaires à vos métiers ?

F.D : Pour ma part, je dirais l'empathie et la psychologie. Mon métier, c'est parvenir à estimer en 30 secondes les souhaits du client.

V.B : Ce serait l'empathie, l'anticipation et la capacité de jongler entre le triangle accueil, cuisine et salle. Il faut être aussi capable de s'adapter et ainsi personnaliser l'accueil et le service pour chaque client. **Personnellement, j'aime beaucoup connaître mon type de client pour répondre au mieux à ses attentes.** J'aime également laisser une certaine liberté à mon équipe tout en leur donnant un cadre. En enlevant cette pression et cette contrainte, on parvient à faire ressortir le meilleur de chacun.



« Être passionné, investi et généreux. On est dans un métier de partage ! »

Comment gérez-vous les « No-Show » ou encore les personnes mécontentes du service ou de la cuisine ?

VB : Il arrive que des clients soient plus exigeants que d'autres. Généralement, on le sent dès le début et on va faire en sorte d'apporter une attention toute particulière à ce type de clients... Pour éventuellement ne pas arriver au stade du mécontentement. Dans le cas où cela n'est pas suffisant, encore une fois on s'adapte au contexte et

à la situation. On va essayer avec tact de comprendre la raison et ainsi pouvoir proposer une solution. Dans tous les cas, nous devons faire preuve d'empathie et d'ouverture.

G.B : On se doit de satisfaire le client. Dans un premier temps, il faut déterminer si ce mécontentement vient d'une erreur de notre part ou si nous ne répondons tout simplement pas aux attentes du client. Si un plat n'est pas au goût du client, on va lui offrir autre chose. Si la table ne lui convient pas, nous lui en proposons une autre dans la mesure du possible.

F.D : C'est très rare que cela arrive mais bien souvent la raison principale est due au placement. Les clients veulent généralement être placés en première ligne mais on ne peut pas toujours répondre aux souhaits de chacun. Si le placement est apprécié, les clients sont alors généralement

dans de bonnes prédispositions pour la suite de l'expérience.

Qu'est-ce que vous apporte une cuisine en comptoir, pleinement ouverte sur la salle ?

G.B : Une ouverture sur les clients... Cela m'a fait beaucoup grandir et m'a appris le côté un peu « scène » de la cuisine. Il arrive parfois que l'on soit interpellé par des épicuriens... C'est un nouvel environnement, une nouvelle approche de la cuisine. **On apprend alors à communiquer différemment avec les équipes mais aussi les clients.** Bien évidemment, la gestuelle et la parole sont plus contenues. Au début, tous ces yeux braqués sur nous, étaient un peu déstabilisant puis finalement le naturel est revenu, occultant peu à peu cette présence constante.

V.B : Le concept crée un vrai partage et une proximité différente. **Ce comptoir que nous avons avec la cuisine est là pour mettre en lumière les principaux acteurs.** Lorsque l'on parle d'expérience, c'est justement ce concept qui rend l'expérience unique. Lors du service nous sommes amenés, nous aussi, à nous retrouver derrière ce comptoir, en face du client. C'est une approche différente qui aide en quelque sorte à briser la glace.

Pour le service, est-ce toujours aisé de passer du comptoir à la salle ?

F.D : La transition se fait bien. On a généralement une équipe qui est au comptoir exclusivement et une autre pour les tables en salle. On passe d'un poste à l'autre... Cela dépend du service mais aussi des clients qui seront présents. **On s'adapte !**

Comment est faite la carte par rapport aux autres établissements de Yannick Alléno ?

G.B : On a une carte Pavillon de base sur Paris, Londres et Monaco et des spécialités pour chaque établissement par rapport à la localisation, la clientèle et les producteurs. Ici, c'est essentiellement les légumes du sud qui sont mis en avant. Et sur les tables, c'est l'huile d'olive qui prime...

Justement dans la gastronomie, avant que les plats soient servis, on retrouve bien souvent sur les tables du beurre ou de l'huile d'olive accompagné de pain. Pour quelle raison ?

F.D : C'est un exhausteur de goût qui prépare le palais aux plaisirs de la table. Ça met en appétit !

G.B : C'est aussi une tradition bien française. Les clients aiment arriver et avoir ce pain chaud sur la table avec du beurre ou de l'huile d'olive qui les attend. C'est une attention qui plaît toujours.





“*Zoom sur*
YANNICK ALLÉNO

Un pionnier qui détient un sens inné de l'accueil et de la convivialité. Très tôt, Yannick Alléno pose les jalons de la « cuisine moderne » et n'hésite pas à bouleverser les codes de la gastronomie et du service à l'international pour y déployer sa propre interprétation. Et pour cause, ce génie culinaire a fait du Pavillon Ledoyen l'établissement indépendant le plus étoilé au monde, en seulement quelques années. Les astres brillent, que ce soit à la Capitale, à Courchevel ou encore sur la côte méditerranéenne. Porté par une quête du goût juste et du partage sans ostentation, Yannick Alléno développe également le concept de Pavillon... d'abord à Paris et Monaco puis récemment à Londres. Une seule mesure à tenir : La liberté de faire plaisir ; la liberté faite pour le client.

Votre vision de la salle est assez unique, pourquoi avoir fait le choix d'un comptoir et d'une cuisine ouverte ?

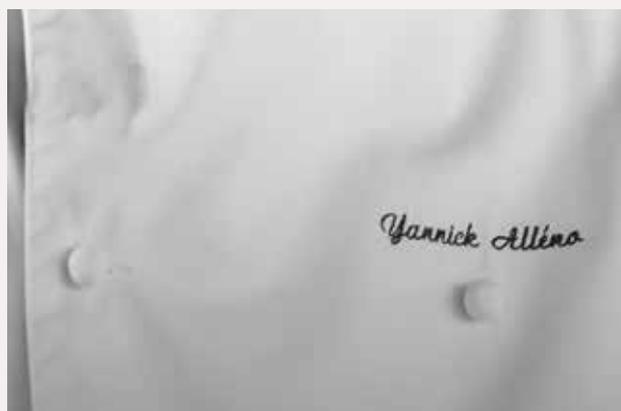
J'arrive à un âge où j'ai envie de me faire plaisir ! Mes parents avaient des bistrots et j'ai donc eu la chance de grandir derrière un comptoir. **Avec le comptoir, on s'éloigne de la table et on crée du lien. Il rend l'échange entre les cuisines et le client plus facile et offre une proximité différente.** À l'inverse, la table reste assez excluante... C'est un rond, un cercle assez privé. Le concept du comptoir se prête parfaitement à Monaco... Un état d'esprit taillé sur mesure pour la clientèle et les résidents de la principauté.

Quelle est votre vision de l'accueil et du service ?

La liberté... La liberté faite pour le client. Ma vision est toujours tournée vers « l'autre ». Selon moi, un restaurant est une maison, un lieu de vie. Et il ne faut pas oublier pourquoi on est là : nous offrons du bonheur et un moment de plaisir à nos convives. Pour répondre aux 3 étoiles, j'ai créé un service de conciergerie qui correspond à un service sur mesure. Aujourd'hui, nous devons débanaliser l'histoire, donner à nos clients le sentiment d'être uniques, laisser une empreinte. Avec la conciergerie, nous sommes dans une sphère privée, dans un échange sans filtres avec nos clients. Le fait d'anticiper aux mieux leurs attentes nous permet de leur offrir une expérience sur mesure. Mais c'est également pour nos équipes un « anti-stress ». On se doit de dégager du temps à nos maîtres d'hôtel pour mettre le service au service du goût.

Selon vous, est-ce que l'on peut parler de complémentarité entre la salle et les cuisines au service de l'expérience client ?

De nos jours, la toute-puissance du service est devenue la toute-puissance du chef. **Créer un triptyque le plus parfait possible, une symbiose entre les trois entités que sont la cuisine, le service et la sommellerie est essentiel.** On ne doit pas restreindre le rôle de la salle ! Ce sont de vrais hôteliers mais également des messagers de leurs propres émotions par rapport à un plat qu'ils ont goûté. Aussi, je ne vois pas un repas digne de ce nom sans un grand vin. Le savoir-faire du sommelier est important et il faut lui donner les moyens de l'exprimer pour retranscrire l'histoire d'un vigneron et d'un terroir. L'humilité... Nous sommes des abergistes, il ne faut pas l'oublier. Nous recevons des gens pour leur bon plaisir. Quand une équipe est soudée et travaille dans le bon sens du goût, la magie ne peut qu'opérer. L'échange, l'ouverture et donc l'enrichissement sont primordiaux. Je suis l'antithèse du dictateur !





CHRISTOPHE &
ALEXANDRA BACQUIÉ





En plein cœur du Luberon, en contrebas du pittoresque village perché de Bonnieux, nous pénétrons un écrin confidentiel qui redéfinit les lignes de l'hospitalité, simple et sincère. Alexandra et Christophe Bacquié nous dédicacent leur propre mélodie du bonheur... Entre champs de lavandes, cèdres, figuiers et oliviers, on se love dans un luxe simple, sans ostentation où chaque petits détails et attentions viennent composer une expérience hors du temps. La bâtisse du 18ème siècle, qui fut jadis un ancien corps de ferme, déploie sans conteste un charme certain. La cuisine, elle, met en émoi les sens, le tout dans un cadre intimiste et convivial. Le chef doublement étoilé réalise ici un rêve, renouant avec l'humain mais aussi et surtout avec sa quête d'émotions. Les codes qu'on lui connaît sont conservés ainsi que certains de ses plats signatures que l'on déguste avec bonheur dans la salle à manger ou en extérieur sous la tonnelle durant les beaux jours. Une parenthèse des sens absolue faisant fi des carcans et le bonheur des hôtes !



Dans ce lieu où les codes de l'hospitalité sont redéfinis, comment est fait le lien entre la cuisine et la salle ?

C.B : Nous sommes une toute petite structure, loin de ce que nous avons pu connaître par le passé. Ici, nous travaillons tous ensemble... Les murs entre la salle et la cuisine tombent. Les cuisiniers ainsi que moi-même présentons parfois nos plats directement aux clients. C'est une organisation différente, guidée par la manière dont nous nous sentons mais surtout la philosophie que nous avons de recevoir et servir les hôtes. Le lien qu'il y a entre la salle et la cuisine est primordial et peut-être même plus tangible et facile ici, que dans les maisons que j'ai pu diriger dans le temps. On s'efforce avant tout de remettre le service en avant. Je crois qu'aujourd'hui les métiers de salle sont primordiaux à la réalisation et la réussite d'un repas, que ce soit dans l'accueil, le savoir-être ou encore la préparation du service. Dans les maisons qui se veulent sérieuses, il est nécessaire de connaître ses clients... « Est-ce qu'ils sont déjà venus ? Qu'est-ce qu'ils ont consommé ? Quelles sont leurs préférences ? ». Je pense qu'il n'y a pas plus « caisse de résonance », que lorsque l'on arrive quelque part et que l'on est connu et reconnu. Et cela fait partie de notre métier d'hôtelier-restaurateur ! En cuisine nous préparons une recette le matin pour la servir le midi ou le soir. La salle, elle, prépare leur service pour que justement tout se fasse correctement dès l'accueil du client et ce, parfois même, dès la prise de réservation. Je serais d'ailleurs tenté de dire que tout en découle. On ne peut pas avoir un mauvais accueil téléphonique et un bon service. Les deux ne sont pas compatibles.

« Ici, nous travaillons tous ensemble... C'est une organisation différente, guidée par la manière dont nous nous sentons mais surtout la philosophie que nous avons de recevoir et servir les hôtes. »

Et qu'est ce que cela implique, selon vous, d'être en salle ?

C.B : Lorsqu'on est en salle, on doit être une tour de contrôle. On doit tout voir, tout apercevoir, tout comprendre. On se doit de savoir avec quel client on devra être plus attentif, ou à l'inverse avec lequel on devra rester un peu plus en retrait. C'est tout simplement du bon sens et dès qu'on l'a compris, cela devient plus facile !

Est-ce que finalement on se rend compte à quel point ces valeurs de l'hospitalité sont essentielles ?

C.B : Oui et on essaie de leur donner plus de valeur. L'hospitalité dans une maison d'hôtes c'est beaucoup de proximité et surtout de l'humain ! Il y a beaucoup plus de relationnel, que ce soit lors de l'accueil ou même du service. On prend le temps de discuter avec nos clients. On leur explique ce que l'on fait, l'assiette et la manière dont elle a été préparée et parfois même on rentre un peu plus dans les détails.

« L'hospitalité dans une maison d'hôtes c'est beaucoup de proximité et surtout de l'humain ! »

A.B : Je retrouve des échanges avec les clients que j'avais perdus en étant directrice d'hôtel. C'est le plaisir d'accueillir, de parler de l'histoire de la maison mais aussi de la nôtre. Cela fait également partie de l'expérience car nos clients viennent aussi pour Christophe et son parcours. Il y a une dimension très intimiste qui nous amène presque à penser, à la fin du séjour de nos convives, que nous sommes devenus des amis. Les valeurs humaines sont complètement différentes et je m'y retrouve bien. Cette communication plus authentique me manquait ainsi que de recevoir véritablement des hôtes. C'est quelque chose que l'on ne peut pas toujours vivre dans de grands hôtels. C'est notre maison et on les accueille « chez nous ». D'ailleurs, on commence à recevoir les deuxièmes séjours ou encore la famille et les amis de précédents clients. Nos hôtes viennent aujourd'hui de la part de quelqu'un d'autre. Et c'est justement ce que j'aime... Nous avons les premiers retours du bouche à oreille !

Comment vivez-vous cette nouvelle étape dans votre vie ?

C.B : C'est complètement différent. J'apprends beaucoup chaque jour. C'est à la fois plaisant et extrêmement engageant. Et cela demande aussi beaucoup plus d'attention pour les gens avec lesquels nous travaillons. Il y a une proximité qui est décuplée.

C'est une grande métamorphose, pour autant, est-ce que l'on retrouve l'exigence qui a fait la renommée de Bacquié ?





C.B : Tout à fait et c'est ce que l'on fait au quotidien. Et le résultat est parlant. Cela a demandé beaucoup d'ajustements surtout avec une équipe réduite. Toutefois là où je reste intransigeant c'est sur la qualité des produits. Les légumes et certaines viandes sont locaux. Pour ce qui est des produits de la mer, j'ai conservé la même exigence et ils viennent du Grau-du-Roi. En cuisine, on a adapté un certain nombre de choses et de manipulations pour être plus efficace. Et cela induit soit de simplifier ou modifier ou encore que le cuisinier serve en salle comme notamment pour les garnitures.

Justement est-ce une plus-value cette nouvelle proximité ?

C.B : Nous avons réduit la distance, c'est certain. Lors du petit-déjeuner du matin, nous dressons un buffet dans la cuisine. Les clients viennent se servir, demandent des œufs aux cuisiniers s'ils en ont envie... Les œufs sont d'ailleurs préparés devant eux. Les échanges sont omniprésents. Le format de notre outil de travail nous a fait penser et réfléchir différemment. Et ce n'est pas dénué de bon sens, que le cuisinier aille servir directement ses hôtes.

« Aujourd'hui, le cuisinier est capable de présenter son travail mais également d'échanger plus étroitement avec ses hôtes. Le lien est totalement différent. »

« Il y a une dimension très intimiste qui nous amène

presque à penser, à la fin du séjour de nos convives, que nous sommes devenus des amis »



Il y a une dimension très intimiste qui nous amène presque à penser à la fin du séjour de nos convives, que nous sommes devenus des amis.

Nous prenons le temps de présenter nos produits et les producteurs. Cela fait partie de notre ADN et c'est la voie que nous avons choisi d'emprunter, d'autant plus, au vu de la région dans laquelle nous nous trouvons aujourd'hui. Les producteurs sont fantastiques et leurs produits sont eux de très grandes qualités. J'ai tout sourcé de A à Z !

A.B : Aujourd'hui, le cuisinier est capable de présenter son travail mais également d'échanger plus étroitement avec ses hôtes. Le lien est totalement différent.

Selon vous, que viennent chercher vos clients ?

A.B : Le cadre mais aussi le chef ! Nos hôtes font énormément confiance à Christophe... En termes de plats, Christophe est assez libre de suivre ses envies. Les clients sont plutôt ouverts à se laisser guider, ce qui est formidable. Aussi, nous venons d'un milieu où il y a des codes de personnalisation, de préparation... Et nous continuons de le faire autant que faire se peut. Un client qui vient et qui a des intolérances ou des allergies, on est capable aujourd'hui de pouvoir y répondre... Toutefois cela demande une préparation en amont car nous sommes une petite structure. À présent, nous produisons au jour le jour. C'est parfois un frein mais c'est aussi quelque chose que nous avons souhaité. Cela reflète une qualité de fraîcheur, de travail mais aussi de réflexion quotidienne sur les produits. Nous ne sommes pas dans une routine, bien au contraire !



« On souhaite aussi impulser une dimension plus « jeune ». On est ancré dans notre temps et il faut casser les codes. Nous sommes totalement libérés et décomplexés avec ça... »





JOSÉ BAILLY

*Violaine Thopart - Responsable de salle
& Éléa Nougarrowles - Cheffe sommelière*



Un cadre étourdissant de beauté avec pour toile de fond l'île d'Or et le massif de l'Estérel...

À la barre du restaurant Récif, le chef Bailly nous conte à travers sa cuisine « ses histoires » et ses coups cœurs, réminiscences d'une enfance heureuse ! Amoureux des bons produits, il compose chaque jour avec bon sens et se veut l'artisan d'une agriculture paysanne. Et cela se ressent dans l'assiette, laissant les mets défiler dans un récital stupéfiant de justesse. Trésors de la mer, symphonie végétale... Il nous révèle toute l'individualité d'une Provence originelle. De l'audace, de la franchise, beaucoup de partage mais aussi une belle simplicité pourraient être les mots qui décrivent le mieux José Bailly. Et il en va de même pour son équipe en salle, comme Violaine Thopart, chef d'orchestre accomplie et Éléa Nougarrowles qui vient souligner merveilleusement les compositions du chef par de précieux crus. Un trio gagnant dont émane une belle énergie et qui esquisse des sourires chez les clients !





COMMENT CRÉEZ-VOUS LE LIEN ENTRE LA SALLE ET LA CUISINE ?

VT : Nous n'avons pas de cérémonial à proprement parler. La retranscription se fait dans le discours que l'on a lorsque l'on explique la cuisine du chef. Chaque plat qu'il pense est lié soit à un souvenir d'enfance - notamment en Bretagne, soit à un produit, un producteur ancré à la Côte-d'Azur. Nous sommes avant tout des conteurs d'histoires. Il est aussi important d'adapter notre discours, les mots que nous choisissons en fonction des sensibilités, du profil et des attentes de nos clients.

J.B : Pour autant, nous ne sommes pas dans la scénarisation... Qui dit scénarisation, dit théâtralisation. Le plat, tel quel, raconte sa propre histoire et la salle, elle, devient porteuse du message. On les plonge dans notre univers. Les clients ne savent pas ce qu'ils vont véritablement manger. Nous ne rentrons pas dans les détails. S'ils sont ouverts et se laissent bercer par notre storytelling, alors l'expérience est complète.

JUSTEMENT QU'EST-CE QUE CELA DEMANDE EN TERMES DE QUALITÉS ET DE COMPÉTENCES ?

J.D : Un mot : La passion !

É.N : Effectivement, il faut partager et faire rayonner cette passion que ce soit par un sourire, une posture, des émotions... Dès les prémices, le client doit se dire qu'il va apprécier son expérience !

VT : Aimer faire plaisir... mais je dirais également avoir la capacité de s'adapter. Chaque client est unique, va réagir et vivre de manière différente l'expérience. Il faut être doté d'une certaine sensibilité pour découvrir qui l'on a en face de soi.

COMMENT CELA SE PASSE AU NIVEAU DES ACCORDS METS & VINS ?

É.N : Je goûte les plats autant que possible mais surtout, en priorité, les sauces car ce sont elles qui me donnent la ligne directrice des plats. Ces dernières sont souvent marquées et présentent une vraie identité. J'essaie toujours de proposer à nos clients les trois couleurs et ce, même malgré l'absence de viandes dans nos plats. Je peux très bien faire des accords de rosé sur un dessert ou proposer un rouge sur certains poissons. Je fais mes accords en me basant sur les arômes bien sûr, mais aussi par rapport à l'histoire du vin qui peut faire écho à celle du plat ou encore de sa couleur.

QU'EN EST-IL DE LA CARTE ?

É.N : Un bon tiers de la carte est centré sur la Provence. Nous avons de belles références, de très beaux crus locaux mais aussi de Corse, de Bourgogne, du Rhône, du Languedoc-Roussillon, du Val de Loire, d'Alsace... Il y a beaucoup de coups de cœur personnels. J'essaie autant que possible de proposer des choses différentes des autres grandes tables. Je vais vers du plus confidentiel car je prends toujours plaisir à raconter l'histoire du vigneron qui a ses mains dans la terre...

PROPOSEZ-VOUS DES ACCORDS INÉDITS OU ENCORE DES ALTERNATIVES SANS ALCOOL ?

É.N : J'ai toujours un accord avec alcool comme le vin mais je propose également un accord sans alcool. De plus en plus, on reçoit des couples où monsieur souhaite un accord mets & vins et où madame ne peut ou ne veut pas en consommer. Sur l'accord sans alcool, on peut être sur des choses originales, qui peuvent plaire ou pas. J'essaie de proposer autre chose que des accords classiques avec le thé ou des infusions. J'essaie de varier avec des macérations végétales, des jus frais à l'extracteur mais aussi des fermentations naturelles maison telles que du kombucha. Je trouve ça super car de cette base, nous pouvons l'aromatiser à notre gré en fonction des mets présentés. Cela permet également de finir sur quelque chose qui a un peu d'effervescence, pas trop de sucre et un côté arôme de fermentation mais sans avoir l'alcool. J'aime également jouer sur les températures et les contrastes.

V.T : C'était une vraie volonté pour nous et ce, depuis longtemps. Dans les accords sans alcool, qui se développent de plus en plus, on

tombe très facilement dans le thé et les infusions qui ne sont pas si facile à associer car parfois trop légers ou à l'inverse trop sucrés. Je trouve qu'en proposant autre chose, nous avons trouvé le bon équilibre. Nos clients ne s'ennuient pas !

EN TERMES DE SERVICE, QUELLE SERAIT VOTRE TOUCHE ? QU'EST-CE QUI VOUS DIFFÉRENCIE ?

J.B : Je dirais, la décontraction ! Cela ne nous empêche pas d'avoir un service très propre et irréprochable. Loin de là ! Les gens ont quelques fois la surprise d'avoir ce type de service... Ils se détendent et passent un bon moment. À la fin du service, j'apprécie également de sortir pour aller saluer les clients. L'échange se fait très bien.

É.N : Nous sommes accessibles et très proches des clients. Ils le ressentent tout de suite. Ils nous disent d'ailleurs très souvent qu'ils se sentent bien et qu'il y a une harmonie, une bonne ambiance chez nous.

V.T : L'équipe de Récif est assez réduite... Nous sommes 13 au total, salle et cuisine comprise. Nous sommes très soudés et cela se ressent dans la salle, le service et auprès de nos clients.

QUELLE EST SELON VOUS, TOUTE LA BEAUTÉ DE CES MÉTIERS DE L'HOSPITALITÉ ?

V.T : Je suis quelqu'un de très timide à la base. Ce métier m'a aidé à sortir de ma coquille. L'échange, le partage avec les clients me galvanise beaucoup. Cela permet également de voyager, découvrir de nouveaux horizons et surtout de nouvelles choses. Ce sont des métiers ouverts sur le monde !



VIRGINIE BASSELOT
& *Robin Salvadori - Chef sommelier*

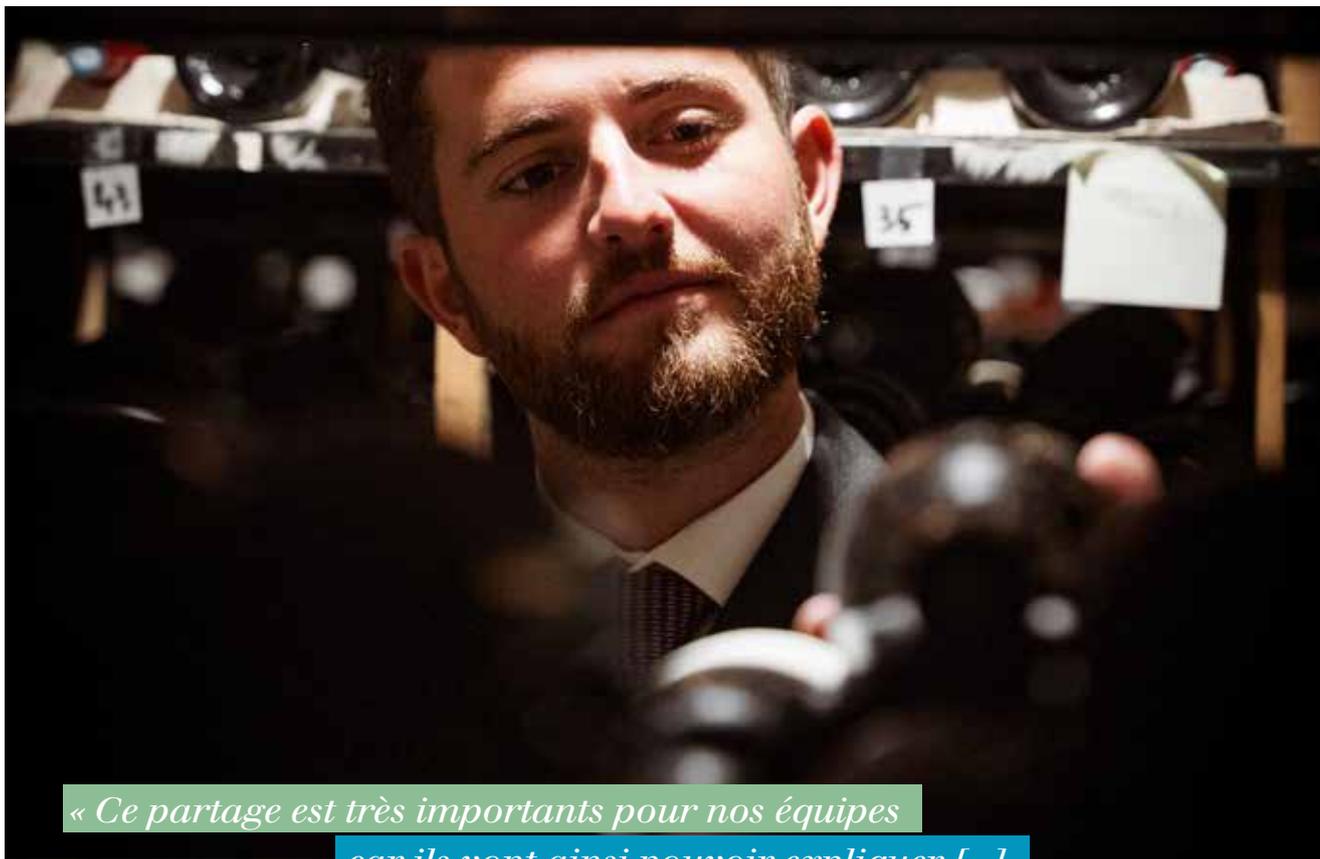


Sur la Promenade des Anglais, face à la mer, le Negresco qui a fêté ses 110 ans n'a rien perdu de sa superbe. À la barre de la restauration depuis 2018, se tient Virginie Basselot, Meilleur Ouvrier de France 2015. Aujourd'hui, cette Normande d'origine n'est autre qu'une des figures éminentes du nouveau paysage gastronomique français. Dans ce cadre d'exception, elle s'exprime sans arrière-pensée et dédicace une cuisine actuelle et exigeante autour de très beaux produits. Ici, comme ailleurs, la simplicité et la liberté emportent l'adhésion et il en va de même dans le verre, grâce à Robin Salvadori – Chef Sommelier. Ensemble, ils composent une partition sans fausse note entraînant les convives dans une envolée savoureuse et follement décadente.

VIRGINIE, COMMENT VOUS ÊTES-VOUS APPROPRIÉ CETTE MAISON PRESTIGIEUSE ?

V.B : Non seulement la maison mais aussi la région...Entre ces murs, il existe un parallèle très important entre tradition et modernité – héritage de Mme Jeanne Augier - et pour la cuisine il en est de même. Il y a le patrimoine et les savoir-faire culinaires français que l'on vient bouleverser avec de nouvelles techniques. On se nourrit de ce passé, on vit le présent et on écrit une nouvelle page. Étant Normande, il a fallu que j'apprenne à connaître la maison et ses environs notamment en termes de produits. J'ai par exemple découvert la mostelle qui est un poisson magnifique, le chapon, le denti... Et c'est justement ça qui est intéressant, motivant et inspirant !





« Ce partage est très importants pour nos équipes
car ils vont ainsi pouvoir expliquer [...]

l'être humain qui est derrière. »

COMMENT FAITES-VOUS LE LIEN ENTRE LES CUISINES ET LA SALLE ?

V.B : Les menus sont pensés autour des produits locaux. J'aime particulièrement aller à la rencontre des producteurs mais également les faire venir. Et justement, nous amenons les équipes de cuisine et de salle chez ces producteurs et vignerons pour qu'il y ait un réel échange et que tous comprennent leur travail et leur histoire. Et bien souvent ce sont eux qui jouent le rôle de prescripteurs nous faisant découvrir les bons produits du moment. Ce partage, cet échange sont très importants pour nos équipes car ils vont ainsi pouvoir expliquer un plat, un produit et notamment l'être humain qui est derrière. Dans notre maison, nous ne voulons pas de récitation... Chaque personne va avoir son propre discours, partager l'émotion qu'il a vécue.

R.S : Nous sommes là pour vivre le quotidien de ces producteurs le temps d'une journée. C'est une immersion qui nous permet de parler et partager plus d'émotions avec nos clients... Par exemple, lorsque l'on parle de chez Marta et Éric (Éleveurs de volailles à Pierlas), nous allons parler de Pierlas, de la difficulté pour s'y rendre mais aussi de faire venir les produits... C'est intéressant. On fait sentir au client la chance qu'il a de pouvoir déguster ce produit !

DE QUELLE MANIÈRE SE TRADUIT L'HOSPITALITÉ DANS VOTRE MAISON ?

V.B : Dans un premier temps, nos voituriers ont toujours les noms de nos hôtes. Ils les accueillent puis les accompagnent jusqu'au restaurant.

R.S : Une fois au restaurant, nous accueillons « comme à la maison »



tout en gardant les codes d'un restaurant étoilé. Malgré le prestige de la maison, nous recevons nos clients dans la simplicité et cela tient en partie au personnel. Nous sommes tous relativement jeunes et nous souhaitons apporter une sorte de décontraction de luxe. Il y a là aussi une certaine bienveillance.

AVEZ-VOUS UN RITUEL, UN CÉRÉMONIAL PARTICULIER QUI VOUS DÉMARQUE DES AUTRES MAISONS ?

RS : Notre cérémonial du pain. Notre équipe de cuisine vient en salle muni d'un chariot et présente le pain de chez Jean-Paul Veziano, artisan à Antibes.

« Dans notre maison, nous ne voulons pas de récitation... Chaque personne va avoir son propre discours, partager l'émotion qu'il a vécue. »



Ce pain représente l'idée du partage... Comme on rompt le pain à table, on coupe le pain en n'allant pas jusqu'au bout de manière à ce que le client vienne rompre lui-même le pain. C'est une volonté de respecter la tradition et de rendre le convive acteur du moment.

V.B : Pour accompagner le pain, on propose également un beurre demi-sel (clin d'œil à mes origines) ainsi qu'un beurre d'huile d'olive citron que je prépare et qui présente une texture très soyeuse et agréable.

AUTRE CHOSE ?

V.B: Généralement, les samedis matins avec l'équipe nous nous rendons sur le cours Saleya et faisons quelques emplettes niçoises, tels que pissaladière, Pan Bagna et Socca. Tous ces produits-là, nous les servons à l'apéritif sur les tables du Chantecler. C'est une balade que nous racontons à nos clients.

QUELS SONT GÉNÉRALEMENT LES ATTENTES DE VOS CLIENTS ?

R.S: Nos clients viennent découvrir la cuisine de Virginie Basselot mais souhaitent également vivre un peu d'histoire. Ils ont d'ailleurs énormément de questions sur l'hôtel, les innombrables œuvres d'art mais aussi Mme Augier.

COMMENT CELA SE PASSE-T-IL DU CÔTÉ DES ACCORDS METS & VINS ?

VB : Tous les vendredis nous nous réunissons et faisons des accords autour de trois plats. Robin fait des propositions et nous en discutons tous ensemble.

R.S: Lors du service, il m'arrive

d'orienter nos clients sur les vins mais également sur les plats. S'ils ont un vin en particulier en tête, je peux alors leur conseiller un menu ou encore



des sélections à la carte adaptées. Et inversement. Actuellement, nous avons plus de 2500 références avec des vins d'ici et du Nouveau Monde. Aussi, comme la cheffe travaille avec des produits locaux, nous proposons également un accord « Mare nostrum » qui englobe plusieurs vins du bassin méditerranéen allant de l'Espagne à la Grèce.

QU'ATTENDEZ-VOUS D'UN SOMMELIER ET D'UN MAÎTRE D'HÔTEL ?

V.B : Je pense que le plus important, c'est le savoir-être. La manière dont cette personne va se comporter et interagir avec l'autre. Ici, chacun amène à sa façon sa pierre à l'édifice. Et cela se traduit par la bienveillance, la bonne humeur tout en gardant les codes du luxe. Il faut savoir mettre le client à l'aise. L'échange est aussi fondamental... Je ne veux pas qu'il y ait de barrières entre la salle et la cuisine. Nous sommes une équipe et nous formons un tout !



ÉRIC CANINO

*& Nicolas Lopez - Directeur de la restauration
Lucas Fournage - Sommelier*



En tête-à-tête avec la Méditerranée... À quelques minutes du village mythique de Saint-Tropez, il existe encore un lieu préservé de l'effervescence. Suspendu entre ciel et terre et bercé par le chant des cigales, La Réserve Ramatuelle est un vaste domaine privé lové dans une nature exceptionnelle. Sous la Toque du chef, ce lieu offre une cuisine qui a le bon goût de faire du bien. Ici, les recettes d'une délicatesse rare ont l'élégance de séduire les papilles et de déculpabiliser les gourmands en même temps. L'hospitalité, elle, fait figure de profession de foi, plongeant le client dans une aura conviviale. Et cela on le doit en partie à Éric Canino mais aussi au Directeur de la restauration, Nicolas Lopez qui n'est autre que l'acolyte et ami de tous les jours du chef ! Un duo « latin » dont la gouaille et la chaleur sont à la hauteur de l'expérience. Et si la soif se fait ressentir, le sommelier Lucas Fournage abreuve de crus signature les palais en quête de bonne fortune.





Comment définiriez-vous votre maison ?

N.L : L'humain est une valeur forte de la maison. Le client vient pour la cuisine d'Éric mais aussi pour l'hospitalité qu'on leur offre. D'ailleurs au recrutement, nous marchons beaucoup au feeling... Le CV c'est bien mais ça ne fait pas tout ! On garde un esprit maison. Si les clients le souhaitent ils peuvent manger ici, plusieurs jours d'affilé en profitant de nos différents restaurants. On ne veut pas que ce soit trop long, trop lourd, trop guindé. Si les clients sont demandeurs, on leur apporte plus d'explications sur le chef, Mr Reybier et les plats... **C'est un deux étoiles Michelin décontracté au service souriant et agréable.**

É.C : Nous avons mis le bien-être d'entrée en avant et cela a bien marché. Mais ce qui a changé c'est lorsque Nicolas est arrivé... Il a un côté sud avec une générosité qui nous correspond. Les clients l'ont tout de suite apprécié. Par la suite cette convivialité a émané de nous deux. Mr Reybier est aussi très investi et il souhaite insuffler à cette maison un luxe décontracté.

Selon vous, que recherchent vos clients ? Pourquoi viennent-ils ici ?

É.C : Les clients viennent bien évidemment pour l'atmosphère mais aussi pour se reposer. Michel Reybier souhaitait créer un lieu pour récupérer, se restaurer et se ressourcer. Et cela impliquait une bonne nutrition, une bonne literie, des soins, une certaine liberté et intimité...

« En quelques mots, ils viennent pour l'ambiance, l'état d'esprit, la décontraction mais aussi pour la cuisine du chef. »

Qu'en est-il de la cuisine à la Réserve ?

É.C : La cuisine à la Réserve Ramatuelle ce n'est pas que le restaurant étoilé La Voile. Nous avons créé différents points comme La Brasserie, La Muña





« L'humain est une valeur forte de la maison.

*Le client vient pour la cuisine d'Éric
mais aussi pour l'hospitalité qu'on leur offre. »*



sur le toit qui propose une cuisine fusion nippono-péruvienne, Le Pool Restaurant et La Plage... où chaque client peut combler ses envies.

N.L : Notre but est que le client de l'hôtel trouve tout ce dont il a besoin ici, sans avoir à se rendre en ville. S'il le souhaite, il peut manger des pâtes au homard, une côte de bœuf ou encore un loup grillé... C'est d'ailleurs pour ça que nous avons créé à la base La Brasserie. Une cuisine plus simple mais avec la même maîtrise que pour l'étoilé.

Nicolas, comment définiriez-vous la personnalité et l'identité culinaire d'Éric ?

N.L : Quelqu'un d'attachant, généreux, très humain, à l'écoute et qui aime les gens. J'apprécie son

côté latin, c'est d'ailleurs pour ça que l'on s'est tout de suite entendu. Son identité culinaire est orientée sur le bien-être avec une influence de Michel Guérard qui reste pour lui son maître à manger. Beaucoup de légumes avec un menu entièrement végétal mais aussi une cuisson à l'eau de mer que l'on fait de plus en plus.

Quelle est votre vision de l'hospitalité et comment celle-ci se traduit ?

N.L : Le naturel... Accueillir le client comme à la maison. Nous ne faisons aucune différence entre les restaurants et les clients. **Nous arborons toujours un côté décontracté avec un accueil souriant et chaleureux.** On essaie de créer un lien avec le client même lors de sa première visite.



É.C : Par la générosité et les petites attentions. Nous avons par exemple des couteaux que nous faisons personnaliser pour certains de nos clients habitués - avec leurs initiales. Lorsque le client vient au restaurant, son couteau trouve ainsi tout naturellement sa place sur la table. Et lorsqu'ils repartent, ils découvrent bien souvent une petite attention dans leur voiture comme un chocolat, un petit gâteau... Pour nous c'est normal !

« C'est un deux étoiles Michelin décontracté au service souriant et agréable. »

Comment vous adaptez-vous à vos clients ? Faites-vous du sur-mesure ?

É.C : Nous faisons beaucoup de sur-mesure et c'est justement ce qui fait notre force ! On veut offrir une expérience que les clients s'approprient. On veut qu'ils se sentent ici comme chez eux et de fait, qu'ils reviennent plusieurs fois dans l'année.

N.L : Si l'on souhaite insuffler un esprit

« maison », forcément nous devons proposer du sur-mesure. À côté de ça, nous nous rappelons de nos clients habitués et tenons un suivi afin de leur offrir une expérience personnalisée ainsi que quelques attentions supplémentaires. On met en avant, encore une fois, le côté maison et générosité sans qu'ils n'aient rien demandé.

En salle, comment sont retransmises les émotions du chef ?

N.L : Nous restons très simples. Le chef réalise des descriptifs des plats et chacun s'en imprègne. Nous faisons également un script sur le chef mais aussi une fiche pour chaque producteur et artisan auxquels nous faisons appel, allant de celui qui fait notre huile d'olive, aux arts de la table en passant par le mobilier. Nous ne voulons pas tomber dans le « robotisé »... Nous apportons une base, un scénario et souhaitons que chacun apporte sa propre personnalité notamment pour l'annonce des plats.

Comment faites-vous vos accords mets & vins ?

L.F : Je goûte les plats et nous faisons un testing avec le chef où je prépare deux ou trois vins par accord sur un plat. Nous



choisissons ensemble par la suite lequel sera le plus adéquat sur la dégustation. Nous mettons en avant beaucoup de domaines de la maison qui se trouvent en Provence, dans le Bordelais, en Champagne et en Hongrie. Cette année je vais essayer de mettre en place deux accords mets & vins : un plus accessible et un autre « Prestige » avec des gros noms. Nous avons à l'heure actuelle environ 1000 références, essentiellement françaises, avec quelques vins venant d'Italie, d'Espagne et des États-Unis.

« [...] ce qui a changé c'est lorsque Nicolas est arrivé... Il a un côté sud avec une générosité qui nous correspond. Les clients l'ont tout de suite apprécié. »

N.L : Grâce à la technologie Coravin - un outil qui nous permet de servir le vin au verre sans que celui-ci ne se dégrade dans le temps, nous allons pouvoir faire découvrir à nos clients de très grands vins. Du point de vue des accords mets & vins, nous souhaitons aller vers l'originalité et faire découvrir aux clients des choses qu'ils ne connaissent pas.

É.C : Les demandes de nos clients en sommellerie ont changé. Aujourd'hui, certains souhaitent comme d'autres seulement un verre d'un cru d'exception. Ils veulent avant tout se faire plaisir sans pour autant en abuser.

Proposez-vous des accords inédits ?

L.F : Nous proposons des vins originaux mais aussi une belle collection de Saké allant du sec au sucré, en passant par le pétillant.

Et pour les No Low ?

É.C : Nous y travaillons depuis cette année...

N.L : Nous ne l'avions pas avant mais il est vrai que de plus en plus nous avons une demande sur le No Low. Nous allons initier un travail avec notre chef barman et notre chef sommelier qui vont essayer de créer deux ou trois produits qui retransmettront au plus près nos plats.





MAURO COLAGRECO
& Jean-Christophe Bourguignon - Chef exécutif
Louis Hocquet - Directeur de salle
Guillaume Dussaussoy - Chef sommelier



Un air de plénitude et de naturalité plane sur cet établissement de renom accroché à la mer. Au Mirazur, le cadre est saisissant et l'aura envoûtante. Une fois passé les portes, on se sent bien, mué d'une énergie nouvelle. La bienveillance, l'échange, le partage et une certaine vision holistique sont manifestes, tant dans l'art de l'hospitalité que dans le ravissement du palais. L'un ne va pas sans l'autre...

Et on le doit avant tout au chef Mauro Colagreco qui nous dédicace une partition intuitive et picturale qui jouent sur les textures et les associations audacieuses. Mais également à son équipe des plus dynamiques, Jean-Christophe Bourguignon (chef exécutif), Louis Hocquet (directeur de salle) et Guillaume Dussaussoy (chef sommelier), sans qui l'émulation culinaire ne serait aboutie. La symbiose des talents est évidente pour cette grande famille qui œuvre main dans la main pour offrir une expérience d'un autre genre à ses clients.





« Pour être capable de retranscrire

des émotions à un client, il faut

que nous même les ayons vécues. »

COMMENT FAITES-VOUS LE LIEN ENTRE LES CUISINES ET LA SALLE ?

L.H : Nous avons pour habitude de goûter les plats. **Pour être capable de retranscrire des émotions à un client, il faut que nous même les ayons vécues.** Quand le chef va nous présenter un nouveau produit,

« Une fois que les clients sont dans la maison, ils sont vraiment chez eux. »

un nouveau producteur, une nouvelle façon de faire, un nouveau plat, nous devons nous en imprégner. Par la suite, **nous avons une réelle réflexion**

avec les équipes de salles sur la meilleure manière de l'amener, de retranscrire ce que le chef vient de nous dire. Ici, il n'y a aucun script, il y a une demande intellectuelle très forte. Nous amenons les clients sur un terrain d'ouverture d'esprit et de réflexion par rapport au plat et à la création. Je pense qu'aujourd'hui on est là pour planter des petites graines et leur faire comprendre un peu notre philosophie, notre façon de faire, de travailler et de consommer.

M.C : La salle joue un rôle essentiel et va transmettre l'esprit de la maison. Lorsque j'ai commencé au début, j'étais un pur cuisinier et je pensais que la cuisine faisait tout mais je me trompais. Finalement, je pense que la salle, le service, la manière dont on accueille un client sont beaucoup plus importants. Ma femme dit toujours « on peut rattraper un mauvais plat, mais pas un mauvais service ! » Justement

toute cette énergie, **cette émulation que vous ressentez ici dans les cuisines, c'est la salle qui doit la transmettre** et faire comprendre aux clients pourquoi on travaille tel produit et pas un autre, le respect des saisons, le travail de la terre, des jardins.

POURRIEZ-VOUS NOUS EN DIRE PLUS SUR VOS DIFFÉRENTS UNIVERS ?

J-C.B : Selon le calendrier lunaire, vous avez quatre différents univers : racines, fleurs, fruits et feuilles. C'est prévu à l'avance, quand vous réservez en fonction du jour, vous savez sur quel univers vous allez tomber. Pour chaque univers nous proposons neuf plats sans compter les apéritifs et les mignardises, midi et soir. Nous avons une contrainte supplémentaire, vous ne retrouverez jamais le même ingrédient dans un même univers.

M.C : Nos centres de table suivent également ces univers... Tous ces produits sont ensuite travaillés ou bien utilisés pour le repas du personnel. Ici, rien ne se perd.

COMMENT DÉCRIREZ-VOUS L'EXPÉRIENCE QUE VOUS OFFREZ AU MIRAZUR ? QU'EST-CE QUI FAIT VOTRE DIFFÉRENCE ?

L.H : Il faut savoir que nous n'avons pas de menu pré-établi, tout est en découverte. Ce sont des menus qui vont être faits selon les arrivages des jardins et ce que l'on peut avoir sur la Riviera. Le calendrier biodynamique qui s'appuie sur les phases lunaires nous guide. Au tout début de l'expérience, dès la prise de commande, nous allons raconter notre travail autour des jardins, notre manière de cultiver et présenter nos différents univers. D'ailleurs au moment

de la réservation, nous proposons à nos clients, s'ils le souhaitent, une visite de nos jardins. Une manière supplémentaire de s'imprégner de nos différents univers. L'accueil quant à lui, est extrêmement chaleureux, décomplexé, décontracté. **Une fois que les clients sont dans la maison, ils sont vraiment chez eux.** Le chef nous a toujours dit « **Ils viennent en tant que clients, il faut qu'ils repartent en tant qu'amis** » ! Et pour cela, il faut que l'on partage ce moment avec eux, tout au long du repas, à travers les plats, notre philosophie, un cadre magnifique et tout ce qu'on peut leur transmettre. Tous ces petits moments de bonheur juxtaposés, laissent un souvenir à nos clients. À la fin des repas bien souvent cela se termine en accolades. Nous aussi, c'est ce genre de moments que l'on apprécie plus particulièrement... On sent que l'on a vraiment transmis quelque chose et cette redevance

qui nous est donnée du client est vraiment magnifique. C'est ce que l'on cherche aujourd'hui !

J-C.B : Le Mirazur c'est quatre univers bien distincts. C'est un végétal, toujours, avant une protéine. En dehors de nos jardins, nous travaillons avec 180 fournisseurs du coin que nous connaissons tous. Tous les matins, nous nous rendons sur le marché. Il y a même des personnes qui ont des jardins autour de nous et qui passent notre porte tous les matins... Ils nous amènent des produits qu'ils ont en trop ou qu'ils souhaitent nous offrir. **Le Mirazur, c'est une grande famille ! Il y a un vrai esprit de communauté.** Une autre philosophie de la maison, c'est aussi de ne rien jeter, ne rien gaspiller. Le zero-waste, le compost, le plastic-free... Tout cela vient de la genèse de la Maison. Nous faisons nos menus en fonction de ce que l'on a et reçoit.

« LE MIRAZUR, C'EST UNE GRANDE FAMILLE !

IL Y A UN VRAI ESPRIT DE COMMUNAUTÉ. »



MAURO COLAGRECO

« Le fait de partager des histoires, d'avoir un réel échange compte énormément. Mettre les clients à l'aise permet d'avoir une belle énergie. »



L'ADN de la maison et du chef, ce n'est pas la quantité. On ne commande pas pour faire un service. On récupère un produit et on l'utilise. Quand il n'y en a plus, on passe à autre chose. C'est aussi pour ça que lors d'un service, toutes les tables n'auront pas les mêmes plats. Ça va varier d'une préférence à l'autre, d'un client qui est déjà venu et c'est ça qui fait vivre le Mirazur. Une cuisine de l'instant et de l'instinct.

M.C : Quand je suis arrivé ici, je ne connaissais personne. **Aujourd'hui, ce sont les relations humaines qui se sont construites plus que les relations d'affaires. Et c'est ça qui est beau !** Lorsque je me rends au marché, tout le monde m'embrasse, j'ai vu grandir des jeunes qui reprennent aujourd'hui l'affaire de leurs parents. On travaille aussi avec trois bateaux de pêche qui nous ramènent leur pêche du jour. On n'impose rien à nos fournisseurs. C'est le produit qui dicte le menu, et ce n'est pas nous cuisiniers qui imposons à la nature un rythme.

*« C'est le produit qui dicte le menu,
et ce n'est pas nous cuisiniers qui
imposons à la nature un rythme »*



JUSTEMENT, PROPOSEZ-VOUS DES MENUS CARTE BLANCHE POUR VOS CLIENTS HABITUÉS NOTAMMENT ?

J-C.B : Bien sûr, on le fait très souvent. Depuis 2008, on a mis en place un système qui nous donne une historique pour chacun de nos clients. De fait, on ne fait jamais manger le même plat à nos clients.

AVEZ-VOUS DES RITUELS PARTICULIERS DANS CETTE MAISON ?

L.H : Le premier service du pain, le pain de partage est une marque de fabrique du chef depuis que le restaurant a été ouvert. C'est un pain brioché avec un beurre à l'intérieur. L'huile d'olive accompagne ce pain et va être marquée selon la thématique de l'univers. Ça veut dire que si on est sur un jour racine, on va avoir une huile d'olive parfumée citron de Menton et gingembre.

On va également avoir l'huile d'olive géranium pour les fleurs, algue de mer pour les feuilles... L'huile d'olive est faite ici-même à Menton par Karim Djekhar de l'Huilerie Saint-Michel. Toutes les infusions sont faites à froid. On a également un deuxième service du pain, qui cette fois s'accompagne d'un beurre que l'on vient baratter comme

à l'époque devant les clients. On a pour habitude de mettre en avant tous les producteurs, toutes les personnes qui travaillent dans le même état d'esprit que le chef.

POURRIEZ-VOUS NOUS EN DIRE PLUS SUR VOS JARDINS ?

L.H : Pendant la période du Covid, le chef s'est retrouvé dans ses jardins, s'est recentré sur lui-même et a commencé à cultiver en biodynamie et permaculture ses propres légumes... De là se sont mis en place les quatre univers que nous connaissons aujourd'hui.

J-C.B : Nous avons une trentaine d'hectares, divisés en cinq jardins. Les différents emplacements nous permettent d'avoir une grande diversité de produits à travailler au quotidien.

M.C : On a une partie agricole qui est très importante. Nous avons 7 personnes qui travaillent dans nos jardins. Notre ancrage à la nature est très fort et cela est dû notamment aux lieux qui ont un côté sauvage. Quand je suis dans mes jardins, dans la forêt en train de chercher des champignons ou même en train de pêcher, c'est une échappée, une connexion pour moi.



L'HOSPITALITÉ, LE SERVICE... QU'EST-CE QUE CELA DEMANDE SELON VOUS COMME QUALITÉS ?

L.H : De la physionomie, de l'empathie, de la compréhension, une capacité à se mettre en retrait quand il le faut mais surtout beaucoup d'écoute ! Normalement nous devons être capable de savoir à qui nous avons à faire en moins de 10 secondes. Cela s'acquiert avec le temps mais il y a aussi une certaine prédisposition.

Aller vers ces métiers-là, c'est déjà une envie, une passion.

G.D : C'est beaucoup d'écoute et de concentration. Lorsque les clients arrivent à leur table, nous sommes leur premier contact. Les premiers mots, les premiers regards sont importants afin de cerner et comprendre qui on a en face et de savoir justement où l'on va aller. **Le fait de partager des histoires, d'avoir un réel échange compte énormément. Mettre les clients à l'aise permet d'avoir une belle énergie.**

LES ACCORDS QUE VOUS PROPOSEZ ?

Français, beaucoup de Provence et de Corse avec une majorité de blancs. On propose également des vins étrangers comme argentins, italiens, espagnols, allemands, autrichiens... C'est une volonté du chef qui est un amoureux du vin. Nous sommes vraiment ouverts sur le monde ce qui nous permet d'élargir notre carte.

M.C : Quand je suis arrivée ici, j'ai aboli les frontières et créé une page blanche. J'aime beaucoup les vins de Provence et je demande à Guillaume d'avoir une très belle carte mais pas que... Je pense que cette ouverture d'esprit pousse les

clients à découvrir et oser des choses d'ailleurs.

J-C.B : Pour ce qui est des accords, nous échangeons beaucoup. Une grande partie de nos plats est basée sur la sauce. C'est pourquoi il est important d'avoir une bonne mémoire des goûts, ce qui permet à Guillaume de savoir d'instinct vers où il doit aller.

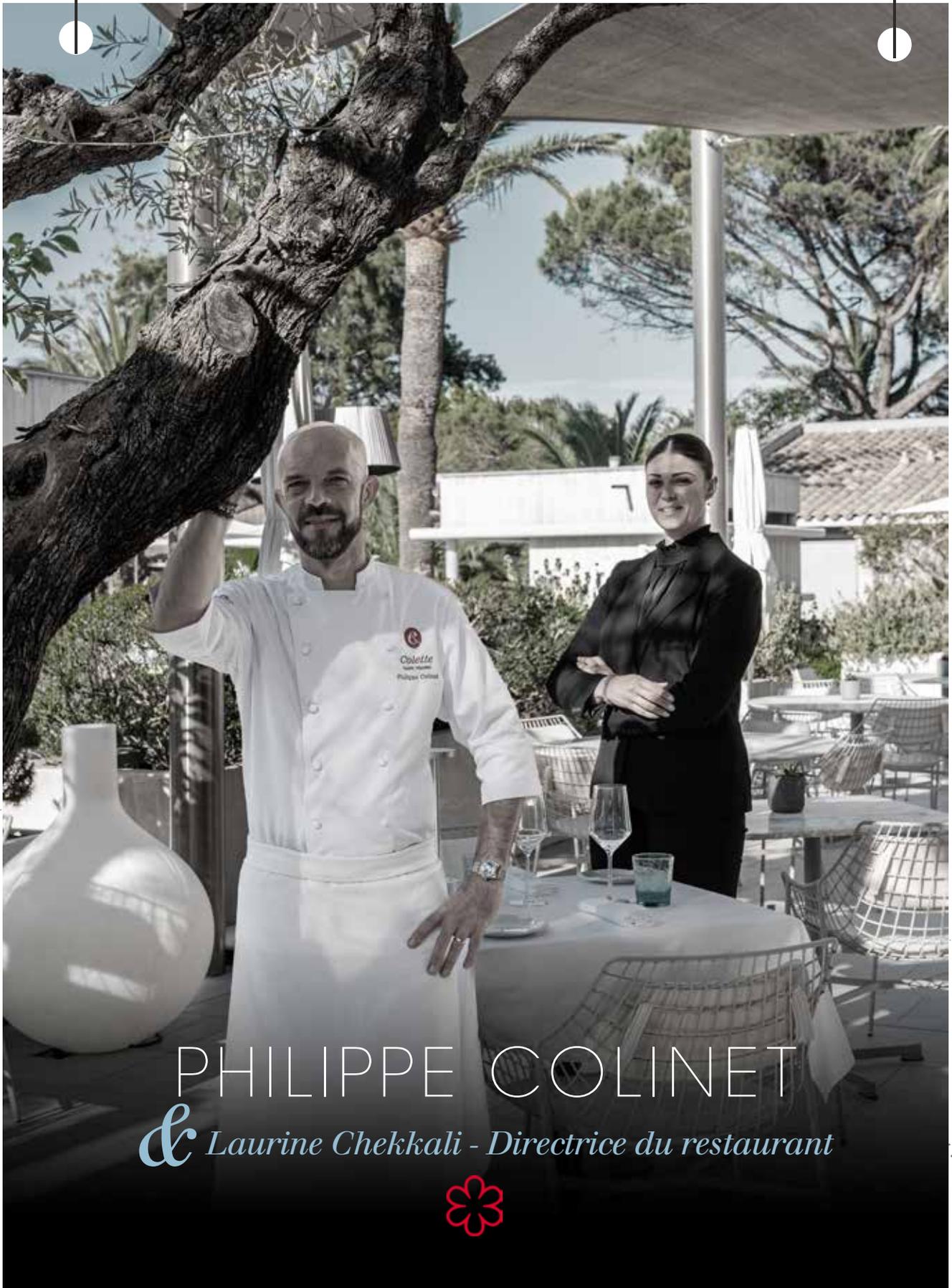
PROPOSEZ-VOUS DES ALTERNATIVES SANS ALCOOL ?

G.D : Sur les accords non-alcooliques, on travaille avec les quatre saisons. Nous réalisons différentes préparations, des infusions, des décoctions, des macérations, des fermentations. Pour les accords, nous partons sur une base de cépage, ses arômes, ses notes olfactives, sa texture, sa couleur et allons essayer de créer cette même identité pour une proposition non alcoolique. C'est un travail super intéressant et enrichissant !

POUR ATTEINDRE UN TEL NIVEAU D'EXCELLENCE, PENSEZ-VOUS QU'IL EST POSSIBLE DE GARDER UNE CERTAINE BIENVEILLANCE QUE CE SOIT DANS LE MANAGEMENT OU LA COMMUNICATION ?

M.C : Bien sûr ! Il y a des moments où il peut y avoir des tensions... Mais aujourd'hui plus que jamais, il est extrêmement important de transformer tout ce stress en quelque chose de positif et de faire attention à ses équipes. Cela fait partie aussi du fait d'être cohérent avec soi-même. Si je veux avoir un équilibre dans la nature, il faut que nous aussi soyons équilibrés au restaurant. Les gens qui pratiquent ces métiers sont tous passionnés et dévoués pour ce qu'ils font. Cela fait partie de notre vie !





PHILIPPE COLINET
& *Laurine Chekkali - Directrice du restaurant*



Un esthète qui repense la cuisine... Depuis toujours Philippe Colinet dédie son talent au « bien manger » sain et responsable, aux goûts francs et puissants empreints de naturalité. Le chef-artiste esquisse les lignes de ses plats avant même de s'atteler à la création. Une pensée, une idée, des émotions qu'il retranscrit avec brio. Philippe regorge d'imagination et prouve également qu'on peut utiliser un produit de différentes manières jusqu'à ce qu'il n'en reste rien. La créativité du chef ne se réduit à aucun carcan, ni slogan. Le chef sait, qu'à la manière d'un bijou, un ingrédient n'est rien sans tout ce qui l'entoure. Une philosophie particulière, une identité forte qui est portée par Laurine Chekkali qui œuvre en salle. Tous deux forment un binôme vertueux dont la complémentarité enchante les sens des clients.





Phillipe, d'où vous viennent vos inspirations et comment travaillez-vous vos plats en amont ?

P.C : Mes inspirations trouvent toujours leur source de balades, de visites de marchés, de musées. Cela peut aller du simple trait de pinceau à une feuille sur le sol, en passant par une balade au bord de mer. En premier lieu, j'ai toujours besoin de dessiner, de faire des croquis de mes plats, de noter mes idées sur le papier. Vient ensuite le temps des essais et parfois il arrive que ce qui ressort sur l'assiette n'ait plus rien à voir avec le papier. Pour autant, j'essaie toujours de rester sur un produit et d'aller à l'essentiel avec deux-trois petites notes qui vont le mettre en avant.

Comment transmettez-vous vos émotions et messages à vos équipes ?

P.C : Tout d'abord, je fais les cartes avec un descriptif en dessous présentant les informations essentielles de chaque plat. Par la suite on en discute, on organise des testings où les équipes goûtent et s'imprègnent des plats. Pour moi, il est primordial qu'ils sachent de quoi ils parlent, car il y a une histoire autour de chaque plat.

Comment créez-vous le lien entre votre équipe et les producteurs/les produits ?

L.C : Quand il en a la possibilité, le chef n'hésite pas à nous faire découvrir les producteurs. J'ai d'ailleurs eu la chance de rencontrer Loïc de Saleneuve et ses délicieux fromages de chèvre. Un homme passionnant et passionné !

P.C : Je ne pourrais pas travailler avec quelqu'un que je ne connais pas et il en va de même pour mes

équipes. L'échange et le partage sont importants. J'aime aussi amener mes équipes lors des cueillettes sauvages en début de saison. Je leur mets en quelque sorte le pied à l'étrier et leur fais découvrir les endroits, les plantes qu'il faut cueillir. Après c'est quelque chose qu'ils s'approprient.

En salle et au niveau du service, avez-vous un rituel particulier ?

L.C : Lorsque nos clients sont installés à leur table, nous leur présentons notre chariot de champagnes. Nous avons toujours 5 bouteilles de différents millésimes et couleurs dont du Ruinart et Moët & Chandon qui font également partie de la maison Dom Pérignon. Nous leur présentons les différents crus et les orientons en fonction de leurs préférences mais également de l'apéritif que le chef a préparé afin que l'accord soit parfait.

P.C : Nous avons une belle collaboration avec Dom Pérignon qui nous a fait fabriquer un magnifique chariot à champagnes. Nous avons des millésimes exclusifs, de grandes cuvées ainsi que des crus qui nous permettent de créer de beaux accords. La qualité est toujours au rendez-vous.

Pourriez-vous nous parler de votre cave ?

L.C : Dans notre cave, nous avons 134 références allant des vins classiques aux très grandes maisons. Nous sommes orientés beaucoup sur la Provence avec également quelques vins étrangers dont des Arméniens.

La Table du chef est une nouveauté... Pourriez-vous nous en dire plus ?

P.C : Celle-ci est faite pour les clients



qui souhaitent vivre une expérience particulière avec le chef. Ils viennent, réservent mais ne savent pas forcément ce qu'ils vont manger. Suivant le marché, les arrivages du matin, on leur prépare un menu sur-mesure avec notamment l'huître qui reste un plat signature.

Comment transmettez-vous les messages du chef aux clients ?

L.C : Dès que le client s'installe, pour nous c'est le début d'une histoire. Nous aimons beaucoup travailler sur les anecdotes du chef lorsque nous présentons un plat. Nous allons à l'essentiel en utilisant nos propres mots, notre propre sensibilité pour retransmettre les messages du chef.

P.C : Nous avons beau être un restaurant étoilé, pour autant ici, nous restons très simples et humains. Plus on est dans la simplicité, plus les gens se sentiront à l'aise et plus ils passeront un bon moment. Faire les choses simples... C'est ce qu'il y a de plus compliqué !

Quelle est votre démarche en termes d'émotions ?

P.C : J'aime commencer toujours très fort. Des goûts francs et puissants... On sait ce que l'on mange, ce n'est pas de l'approximatif. Pour moi, les sauces sont aussi importantes que les plats. Je les aime également corsées avec

beaucoup de réductions.

Selon vous, que retiennent les clients ?

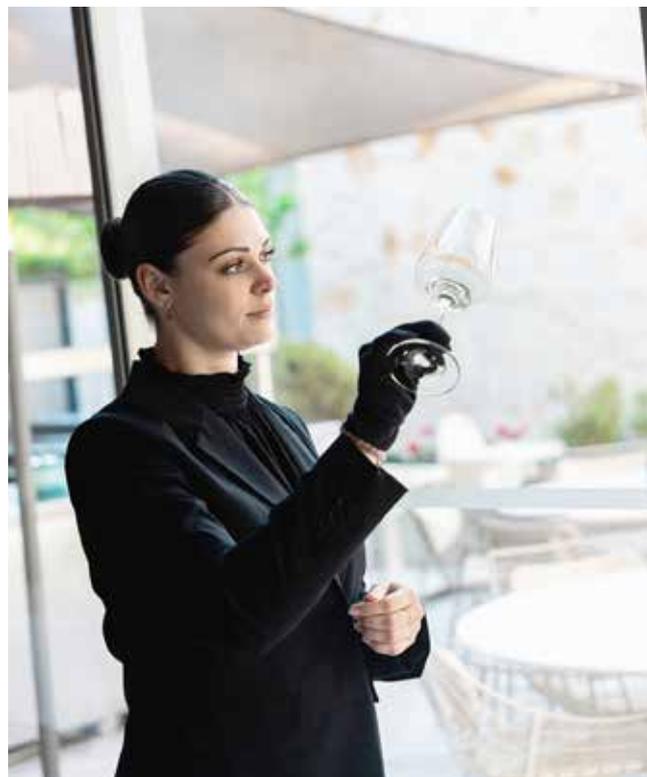
P.C : Je dirais la proximité, le partage et la sincérité. Pour l'anecdote : l'année dernière j'ai cueilli quelques figues dans mon jardin que j'ai ramenées au restaurant. Alors je suis passé de table en table avec mon panier et je les ai faites goûter à mes clients... Et finalement c'est ce qu'ils ont retenu de leur repas. Cela nous ressemble. Ici, nous sommes tous sincères et bienveillants.

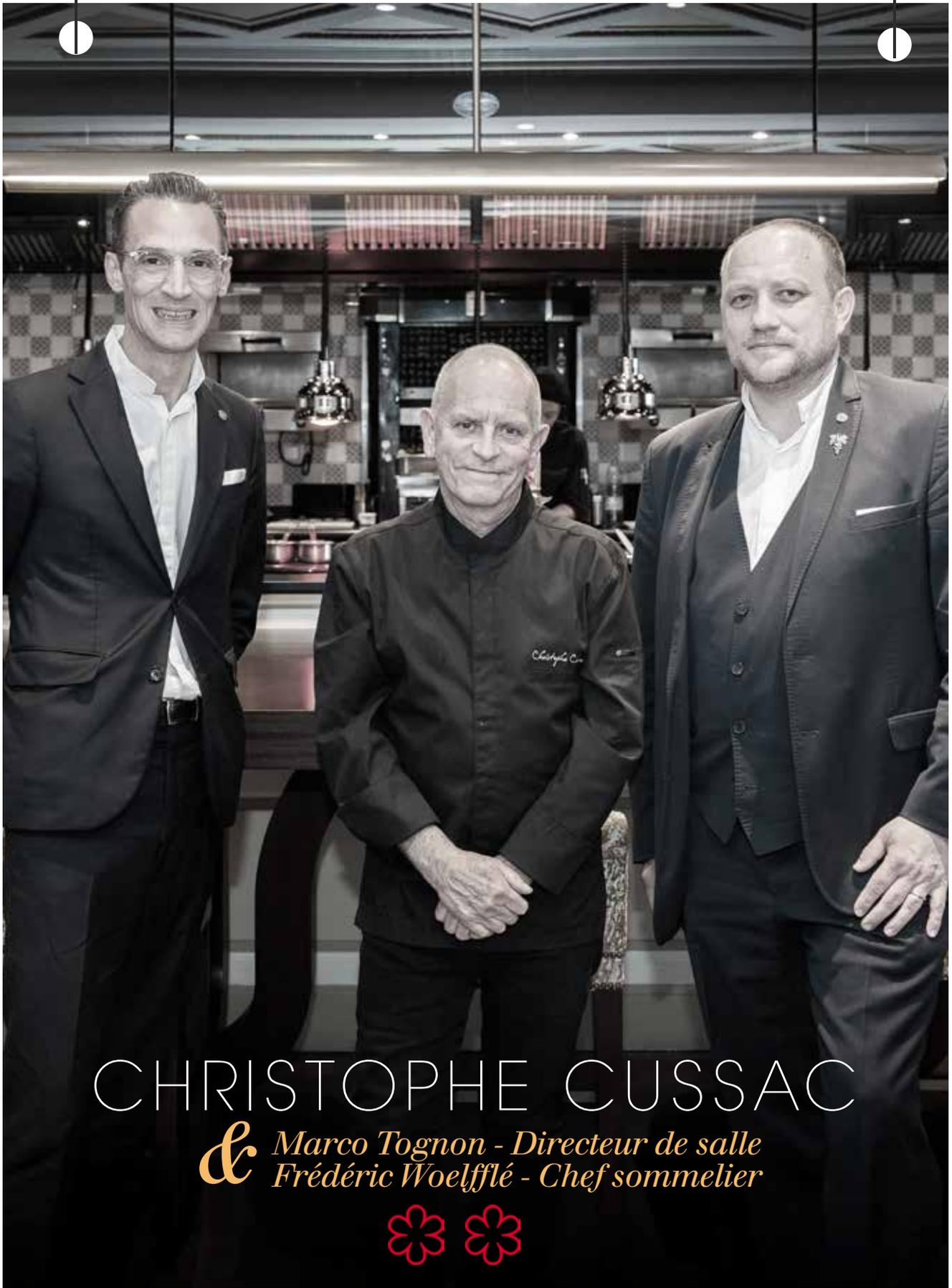
Proposez-vous des alternatives aux accords faits avec du vin ou du champagne ?

P.C : Il y en a toujours eu... Par exemple, nous faisons des eaux de légumes très parfumées. Cette année j'aimerais également que l'on travaille deux ou trois accords sans alcool comme notamment sur le thé ou des vins pétillants sans alcool.

Qu'est-ce qui fait selon vous, la beauté de votre métier ?

L.C : Je dirais sans hésiter la convivialité, la bienveillance, le partage... Si on aime les gens, on aime notre métier tout simplement.





CHRISTOPHE CUSSAC

*& Marco Tognon - Directeur de salle
Frédéric Woelfflé - Chef sommelier*



Sur le rocher monégasque, le restaurant Les Ambassadeurs by Christophe Cussac décroche les étoiles, neuf mois seulement après son ouverture ! Une reconnaissance, tout autant que le dénouement d'un pari audacieux : redonner vie au restaurant gastronomique de l'Hôtel Métropole Monte-Carlo, fermé depuis 2019. Conçu par Jacques Garcia, cet écrin à l'atmosphère chaleureuse promet un moment inoubliable où les convives redécouvrent une cuisine méditerranéenne simple, contemporaine et authentique, magnifiée par un attachement profond au terroir français. Le Chef Christophe Cussac souhaite restituer l'essence même de la gastronomie : la perfection des gestes, la sérénité d'un travail méticuleux et la chorégraphie précise d'une brigade traversant le coup de feu.... Un voyage culinaire guidé par la simplicité mais également par le talent d'une équipe dévouée, dont Marco Tognon - Directeur de salle - et Frédéric Woelfflé - Chef sommelier - sans qui l'expérience ne serait telle !



Comment se traduit le lien entre la cuisine et la salle dans votre établissement ?

C.C : Nous voulons amener un moment de bonheur au client donc cela commence par un plat harmonieusement fait avec passion et amour...

Et pour que le client reçoive cela, le lien doit être fait avec la salle. Cette dernière est fondamentale. La communication chez nous, c'est avant tout un service décontracté, mettre le client en bonne condition pour qu'il puisse apprécier les plats qui lui sont faits. **Je dis toujours que la cuisine est subjective... C'est-à-dire qu'on peut y mettre toute la passion et le souci du détail que l'on a, pour autant cela n'est pas une garantie de réussite et d'approbation chez le client.** La cuisine elle-même ne suffit pas ! Par le passé, le restaurant gastronomique avait une image assez stricte, comme si nous nous rendions à la messe, ce qui pouvait parfois faire peur aux hôtes. Nous avons choisi de prendre le contre-pied et d'offrir un service de qualité irréprochable mais fait avec humour et décontraction. Le travail de la salle dépasse le fait d'amener un plat. Il est là pour accompagner le client et le mettre à l'aise.



Justement, qu'est-ce que cela demande ?

C.C : Être fin psychologue... Mes équipes doivent s'adapter et ressentir. Chaque client est différent, ce pourquoi la salle doit avoir un « radar » pour jauger l'état d'esprit de celui-ci. Si vous mettez le client à l'aise, je pense qu'il pourra vous pardonner toute erreur. **À la fin, lorsque je vais saluer le client, je ne lui demande pas si les plats lui ont plu mais plutôt s'il a passé une bonne soirée.** Le lieu, le décor, l'ambiance... mettent en condition mais la salle et le service sont une sorte de « passage », le lien inconditionnel entre le cuisinier et le client.

« Nous voulons amener un moment de bonheur au client donc cela commence par un plat harmonieusement fait avec passion et amour... »

M.T : Nous nous adaptions et offrons du sur-mesure à nos clients qui cherchent tout simplement de la gentillesse et de l'attention. Nous essayons d'offrir un service prévenant sans pour autant être oppressant. C'est important et cela demande une grande intuition et beaucoup de bienveillance.

« Je dis toujours que la cuisine est subjective... C'est-à-dire qu'on peut y mettre toute la passion et le souci du détail que l'on a, pour autant cela n'est pas une garantie de réussite et d'approbation chez le client. »

Comment sont accueillis vos clients et quelle est votre vision de l'hospitalité ?

C.C : Nous sommes décontractés. Dès le début, cela a été notre fil conducteur... On peut se tromper, avoir parfois des maladresses mais quoi qu'il en soit nous devons toujours garder le sourire face aux clients. Nous les accueillons comme si nous recevions nos propres familles et amis. Nous donnons toujours le meilleur de nous-mêmes, et ce dans la sincérité. Nous devons susciter de l'émotion et laisser un souvenir... Et lorsque c'est le cas, lorsque nos clients se souviennent de nous, alors nous savons que nous avons réussi !

FW : L'accueil débute dès l'arrivée sur le pas de l'hôtel. Ensuite, le client est guidé par une hôtesse puis par le maître d'hôtel à l'entrée du restaurant. Dès qu'il est installé à sa table, je rentre alors en scène et lui propose un apéritif ou un rafraîchissement. La prise d'informations telles que les allergies et restrictions est également une étape cruciale avant de pouvoir amener les premiers amuse-bouches et tout ce qui suivra par la suite.

Avez-vous des apéritifs maison ou signature ?

M.T : Non. Nous laissons la liberté à nos clients de choisir. Nous leur proposons deux gammes de champagne en blanc et en rosé qui vont changer en fonction des moments. Nous avons également une très belle carte de cocktails... Nous avons la chance d'être dans un hôtel avec un bar qui est juste à côté. Nous nous adaptions à la demande et aux goûts du client.





*« Ces chariots insufflent la générosité,
le partage et l'échange. Des valeurs
qui font écho à notre maison ! »*

Nous sommes dans le sur-mesure en permanence.

D'un point de vue culinaire, proposez-vous également des menus carte blanche ou du sur-mesure à vos clients ?

CC : Nous avons un menu dégustation qui représente les plats phares et emblématiques de la maison. Nous avons également une carte de fines bouchées. Étant dans un hôtel, les clients peuvent venir tous les jours s'ils le souhaitent et manger des plats différents en composant leur propre menu dégustation eux-mêmes. Cette souplesse-là est très appréciée et permet d'avoir une clientèle d'habitues.

Avez-vous des rituels ou des cérémoniaux particuliers ?

M.T : Chez nous le pain est quelque chose de fondamental et fait partie de l'ADN de la maison. Nous avons un gros chariot avec pas moins de 18 variétés différentes qui s'accompagnent de beurre et d'huile d'olive.

C.C : Nous travaillons avec six boulangers. Le service commence à 19h30 et le pain qui arrive vers 19h cuit au dernier moment. Le beurre, lui, est moulu à la cuillère par la salle et se présente sous forme de motte. Le pain est l'un des deux cérémoniaux que nous proposons ici aux Ambassadeurs avec le chariot à desserts. Sur celui-ci, on y retrouve douze tartes originales avec leur propre identité qui évoluent

au gré de la saisonnalité ainsi que des classiques tels que mousses au chocolat, œufs à la neige, glace vanille. Notre chef pâtissier Patrick Mesiano, qui est avec moi depuis plus de 20 ans, fait un vrai travail afin de réduire le sucre. On est dans un renouveau du chariot... Avant désuet, il revient en force.

« À la fin, lorsque je vais saluer le client, je ne lui demande pas si les plats lui ont plu mais plutôt s'il a passé une bonne soirée. »

C.C : Ces chariots insufflent la générosité, le partage et l'échange. Des valeurs qui font écho à notre maison !

Quelle est votre approche pour le service et l'annonce des plats ?

C.C : Nous ne sommes pas dans le storytelling. Notre consigne première est d'être le plus bref et concis possible. La salle, bien entendu, goûte toujours les plats. Nous ne pouvons parler que de ce que nous connaissons... Et cela permet de pouvoir le faire avec conviction !

M.T : Nous partons du principe qu'une assiette qui va être servie a déjà été choisie par le client... Nous allons droit au but et portons notre attention sur des détails plus parlants tels que la bonne température des assiettes.

Comment sont réalisés la carte des vins et les accords mets & vins ?

FW : Cela fait bientôt 15 ans que nous nous côtoyons avec le chef. Nous nous connaissons bien. Généralement, je goûte ses plats et propose quelques accords que je lui présente par la suite. Il n'interfère jamais dans ma sélection. J'ai toujours pour philosophie la

découverte pour le client. C'est-à-dire que l'on pourrait avoir la possibilité de rester sur des classiques mais notre but est d'interpeller à chaque fois le client et de savoir ce qu'on a pu lui apporter comme découverte. Nous avons la chance à Monaco d'avoir une clientèle assez ouverte et curieuse. Aujourd'hui, nous avons plus de 1300 références avec 180 de champagne. D'ailleurs nous pouvons dire que nous avons une des plus belles cartes de la principauté. Nous avons fait un gros travail ces trois dernières années pour arriver à ce résultat. Nous sommes sur une carte des vins très française, pas forcément centrée sur la Provence. Nous avons également une belle sélection de vins italiens. Notre carte va évoluer et se développer au gré des rencontres que l'on peut avoir et de certains coups de cœur. Aujourd'hui, nous pouvons proposer à nos clients des vins qui répondent à leurs envies, et ce à tous les tarifs. Sur les accords mets & vins, nous nous amusons un peu plus et sommes amenés à leur faire découvrir des choses un peu moins usuelles.

Pourriez-vous nous en dire plus sur votre table du chef ?

C.C : La carte est exactement la même que lors du service en table. Par contre, l'expérience est différente, offrant une vue directe sur les cuisines. Les clients apprécient beaucoup cette proximité ainsi que les interactions avec le chef et l'équipe.

Selon vous, quelle est la beauté même des métiers de la salle ?

M.T : Je dirais une remise en question qui est perpétuelle et ce, dans tous les sens du terme. Comme le disait le chef, lorsque nous recevons nos clients, nous les accueillons comme à la maison. Faire ce métier, c'est se nourrir du bien-être des autres. C'est mettre un sourire sur un visage.

C.C : **Ce sont eux qui créent l'expérience... Les rapports humains sont beaucoup plus appréciés de nos jours.** Avant, nos clients nous disaient à la fin d'un repas que c'était très bon. Aujourd'hui, ils mettent plus l'accent sur la salle et le service d'exception. Et ça j'adore ! La salle a vraiment un impact important sur l'expérience vécue par nos clients.

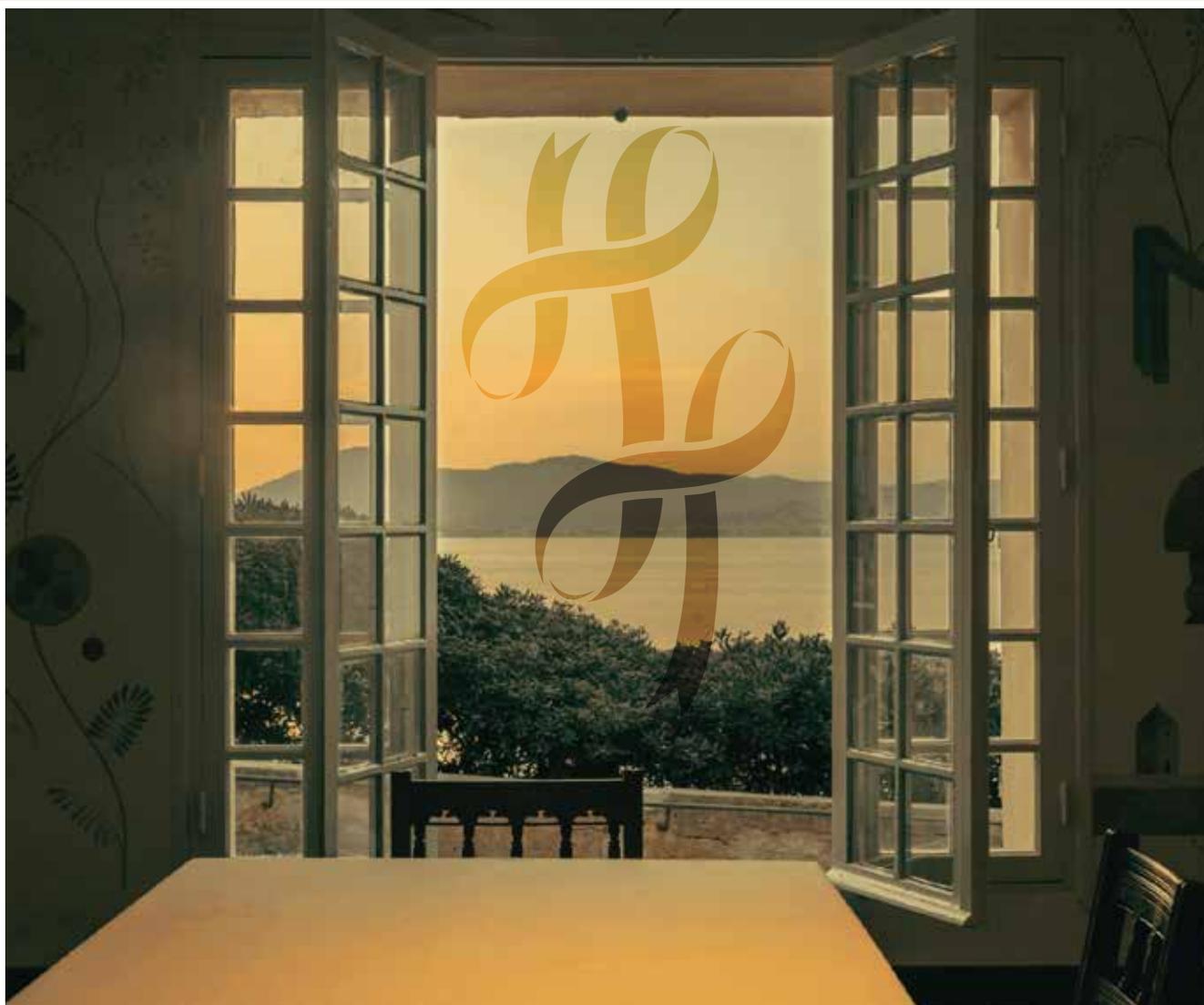


*« Faire ce métier,
c'est se nourrir
du bien-être des
autres. C'est mettre
un sourire sur un
visage. »*



THOMAS DANIGO
& *Marine Bon-Mugnaini - Directrice de la restauration*

Le nom de Simone Duckstein est indissociable de celui de La Ponche. Enracinée à Saint-Tropez depuis toujours, elle a consacré sa vie à son hôtel, aux peintures de son premier mari Jacques Cordier et au bonheur de vivre dans cette presqu'île bénie des dieux. Jadis fréquentée par Françoise Sagan, Boris Vian, Brigitte Bardot ou encore Ava Gardner, cette adresse mythique teintée d'une âme supplémentaire vous invite à vivre dans une crique intimiste la douceur tropézienne. Le cadre est saisissant, l'atmosphère raffinée et les murs nous content encore les histoires d'un âge d'or révolu. Côté cuisine, la partition culinaire pensée par le Chef Thomas Danigo, est à la fois brute et inventive faisant la part belle au meilleur du terroir local. La salle à manger, le bar ainsi que la terrasse sont, quant à eux, orchestrés par Marine Bon-Mugnaini - Directrice de la restauration - et deviennent la scène d'une convivialité retrouvée. Ici, l'accueil se fait dans une belle simplicité et le temps semble s'égrainer au fil des discussions animées et des éclats de rire.

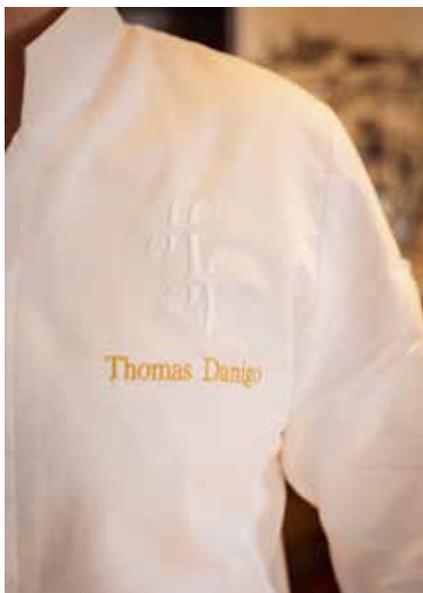




« Tout est fait avec une certaine douceur,

poésie et un grand sens du détail...

» Tout ce qu'il y a de plus beau chez une femme.



Ce lieu est chargé d'histoire, comment arrivez-vous à faire perdurer le mythe ?

M.B-M : Il y a peu tout a été refait en suivant les photos d'enfance de Simone (Duckstein). On s'en est inspiré pour recréer l'atmosphère des lieux dans le temps. Le bar en est le parfait exemple avec son sol en damier noir et blanc et son étagère miroir. Cette authenticité, cette histoire et cette famille sont très importantes pour nous et il était impensable de ne pas recréer cette identité. Les 21 chambres sont intactes et arborent les mêmes numéros et noms que par le passé. Une chambre a été faite en hommage à Simone et il y a également quatre appartements qui eux, sont nouveaux. Ce lieu a une âme supplémentaire et c'est justement ce qui nous anime au quotidien pour continuer de faire vivre ce lieu historique. À la base, c'était un simple bar de pêcheur que Brigitte Bardot a utilisé comme loge lors du tournage de « Et Dieu...créa la femme »... La Ponche trouve incontestablement sa source dans les prémices de la notoriété de ce village.

Que viennent chercher les clients à La Ponche ?

M.B-M : Ils viennent chercher l'authenticité et le côté familial... Mais aussi la Méditerranée et la Provence dans l'assiette. Nous proposons un accueil qui n'est pas guindé mais à l'inverse sincère et honnête. Dans notre maison, tout le monde est le bienvenu. Nous rassurons les clients, les mettons à l'aise et les accompagnons à notre table. Nous sommes dans un esprit familial sans différenciation. Tout est fait pour bien les accueillir... Les enfants, par exemple, ont des dessins à colorier et un menu spécialement préparé par le chef. Et il en va de même pour les chiens.

T.D : Au début, je n'avais pas trop conscience de ce que les clients attendaient, mais par contre je savais ce que je voulais proposer. À Paris, je suis plus dans la démonstration tandis qu'ici je suis un intermédiaire entre les producteurs, les acteurs locaux et nos clients. J'ai remis mon rôle en question ! Je ne suis pas là pour impressionner mais plutôt pour sourcer des produits

incroyables et les respecter en les cuisinant d'une façon assez simple de manière à ne pas les dénaturer. Je pense que cela colle au lieu qui est très authentique et humble. Les gens viennent à La Ponche pour la qualité des produits qu'ils ont dans l'assiette, le cadre et le service... Tout le monde parle du service de la Ponche qui est unique à Saint-Tropez. Marine a réussi à instaurer un service haut de gamme tout en conservant une belle simplicité.

Y a-t-il une touche particulière propre à votre maison ?

T.D : Je dirais la délicatesse et une empreinte très féminine. Nous sommes un établissement qui est géré par des femmes en majorité et cela se ressent. Tout est fait avec une certaine douceur, poésie et un grand sens du détail... Tout ce qu'il y a de plus beau chez une femme. Étant entre deux hôtels, je remarque tout de suite la différence. Marine est « une main de fer dans un gant de velours ». Elle est exigeante mais tout se fait dans l'accompagnement et la bienveillance.

M.B-M : Les personnes qui sont à nos côtés sont en général des personnes qui tendent à s'aligner sur nous, notre philosophie, notre savoir-être. Ce sont des équipes qui nous ressemblent. Nos recrutements ne sont d'ailleurs pas classiques. Parce que moi-même j'ai été à leur place, il y a beaucoup de personnes que j'embauche qui n'ont pas d'expérience dans ce métier-là. Mais ils ont une telle sensibilité, une motivation et une envie hors du commun que tout cela efface le reste. Par le passé, on m'a tendu la main et aujourd'hui j'en fais de même.

Comment accueillez-vous vos clients ?

M.B-M : On a pour habitude de reconnaître nos habitués et de leur prodiguer des attentions sur mesure. Il

y a également un gros travail en amont lors de la prise de réservation où l'on prend un maximum d'informations sur nos futurs clients afin de se familiariser au mieux avec leurs préférences. Avec un petit peu de bon sens et d'intuition, on arrive à créer un accueil personnalisé.

Comment faites-vous le lien entre la salle et les cuisines ?

M.B-M : Chaque membre de notre équipe goûte les plats de Thomas. Au niveau de la présentation des plats, nous ne faisons pas d'annonce et restons dans la simplicité... Parfois, il arrive que nous fassions une très légère mise en scène, notamment lorsque nous servons une sauce, alliant le geste à la parole.

T.D : Nous n'avons pas la prétention d'être un restaurant gastronomique, toutefois notre service est exemplaire. Pour nous le geste est aussi quelque chose de sacré.

M.B-M : À vrai dire, nous n'avons pas l'ambition d'être étoilé. Nous souhaitons conserver cette vie de quartier, ce lieu de passage tel quel et nous ne voulons pas que cette étoile mette un frein à quiconque souhaite découvrir notre établissement. Malgré tout, nous tirons tout vers le haut car cela fait partie de nous.

Et votre carte des vins... Pourriez-vous nous en dire plus ?

M.B-M : Cela a été un vrai challenge pour moi... Notre carte est très restreinte avec environ 100 références, ce qui est par ailleurs une volonté. Ma priorité était avant tout de mettre en avant le local, qui fait partie de notre ADN. Mes choix sont portés par les envies et préférences de nos clients bien sûr, mais aussi par des coups de cœur personnels. On a parfois des cuvées confidentielles, des petits vigneron que nous sommes ravis de pouvoir mettre en avant.





MARIELLE & DIMITRI
DROISNEAU

& David Piquet - Sommelier en chef



MARIELLE & DIMITRI DROISNEAU

« De votre plaisir naîtra le mien ». L'humain avant tout, que ce soit en cuisine ou à la table. À Cassis, chez Marielle et Dimitri Droisneau, il règne comme un air de vacances... Une escapade gourmande hors du temps mais surtout bienheureuse entre terre et mer. Car ici on se sent le bienvenu, comme à la maison. Nichée dans l'Anse de Corton face à la belle bleue, La Villa Madie se veut une auberge familiale et conviviale ! La simplicité des belles choses, la sincérité, le partage, le don de soi. Marielle orchestre à merveille la fougue culinaire de Dimitri... Un couple à la ville comme à la scène, un duo de haut vol qui nous conte leur amour pour ce terroir magnifique au travers d'une cuisine qui témoigne de sa grande diversité. Tel un compositeur, David Piquet, lui, magnifie et poétise à coup de culot les partitions du chef. La boucle est bouclée !





Quel est votre parcours et comment définiriez-vous votre métier ?

D.D : J'ai un parcours classique d'école hôtelière, avec un CAP, un BEP et un Bac pro en cuisine. C'est après - et tout naturellement - que je me suis tourné vers les métiers de la salle. Être directeur de salle est un travail de proximité qui nous pousse à une certaine sensibilité. **C'est aussi un vrai parcours de vie où l'on se construit au fil des années mais aussi au gré des expériences et des rencontres.** Je suis en quelque sorte un « maître de maison », un chef d'orchestre qui transmet les messages et la vision du chef.

« L'attention on ne peut pas la matérialiser mais qu'est ce que ça fait du bien ! Il n'y a pas de mécanismes, c'est de l'humain qui travaille du vivant... »

Aujourd'hui, quel est le message que l'on veut faire passer à la Villa Madie ?

M.D : Pour nous à La Villa Madie c'est une histoire de couple, où chacun compose avec sa partie. Je dis souvent que l'on travaille comme des aubergistes. **Les choses ici se font naturellement comme une grande famille.** Une seule et même équipe que ce soit en salle ou en cuisine.

D.D : **Chez nous il n'y a que de l'humain !** On offre du sur mesure pour chaque personne.

Quelle est votre définition de l'hospitalité ?

D.D : L'hospitalité ça va être l'empathie, se mettre à la place des gens. Ce qui fait notre différence c'est avant tout la simplicité - qui d'ailleurs me semble assez dure à acquérir - mais aussi les petites attentions. Tout cela ne peut se quantifier, ce n'est pas palpable... C'est humain. Chez nous le client n'est pas roi. C'est faux ! Ici chaque personne se respecte. Pour autant, nous avons et nous aurons toujours les meilleures intentions pour nos clients.





Notre travail est de leur procurer du plaisir. La définition de service et d'accueil, c'est justement de faire du sur-mesure, d'aller vers les gens mais aussi de débloquer des situations par de l'humain, en les mettant à l'aise. De la sincérité, de la simplicité et de l'honnêteté. Rendre les gens heureux, il n'y a rien de plus gratifiant et ce, quel que soit l'horizon dont ils viennent. L'attention on ne peut pas la matérialiser mais qu'est ce que ça fait du bien ! Il n'y a pas de mécanismes, c'est de l'humain qui travaille du vivant. Peu importe dans quel état d'esprit arrivent nos clients, l'essentiel est de les faire repartir avec le sourire. C'est ça notre métier !

« Notre travail est de leur procurer du plaisir. La définition de service et d'accueil, c'est justement de faire du sur-mesure *nt.* »



« *Nous sommes généreux de nature avec les gens qui le sont aussi et qui sont prêts à recevoir* »

Qu'est-ce que cela demande justement comme qualités ?

M.D : Je dirais de l'empathie, de l'écoute, un peu de psychologie, de l'observation et l'envie de s'adapter à tout le monde. C'est-à-dire qu'en salle, nous partageons un moment de vie avec eux. Chaque table est différente.

D.P : L'équipe se retrouve énormément dans les valeurs de Dimitri et Marielle et ce côté très aubergiste. Pour moi l'empathie regroupe toutes ces qualités, à savoir l'observation, le souci du détail, se mettre à la place du client... Et pour la sommellerie c'est exactement la même chose. On peut se permettre, comme le chef le ferait pour un plat, d'offrir un verre de vin à l'un de nos clients.

Selon vous les trois étoiles peuvent-elles impressionner le client ?

D.P : C'est certain mais c'est notre rôle d'amener les clients dans notre univers et de les rassurer.



D.D : De nos jours, je pense que les gens sont encore plus impressionnés par l'authenticité et la simplicité. Comme je dis souvent au personnel de salle, il ne faut pas oublier que la personne qui a le plus besoin d'être rassurée, c'est le client. On se doit, et notamment en salle, de rassurer les gens et de décapsuler toutes les problématiques. Lorsque l'on a des habitués, il est important aussi d'apprendre à les connaître, à prêter attention à leurs préférences afin de les servir au mieux. On fait tout le temps du sur mesure. Nous sommes généreux de nature avec les gens qui le sont aussi et qui sont prêts à recevoir. Plus jeune, il y avait plein de profils de la restauration qui me déplaisaient, je ne m'y retrouvais pas, que ce soit dans les cuisines, dans l'accueil, dans l'expérience client... **Le jour où on s'est dit avec Marielle que nous aurions notre restaurant, nous avons su que nous placerions l'humain au centre.** La simplicité, ce n'est pas réchibitoire avec une troisième étoile !

M.D : Les clients lorsqu'ils viennent ici, ils y viennent un peu comme dans une maison secondaire. Le lieu est à

notre image, très simple. On met beaucoup de sincérité lorsque l'on reçoit les gens, c'est beaucoup de sourires, on s'adapte énormément à eux. On est loin des grands palaces.

Comment cela se passe-t-il en salle ? Avez-vous des rituels ?

D.D : De nos jours de nombreux restaurants optent pour une scénarisation. Pour ma part, je suis contre. La storytelling chez nous c'est : de l'accueil, de vrais produits, de la cuisine et de l'humain. Dans nos équipes nous avons des profils bien différents et notre but est de faire ressortir le meilleur de chacun. Nous ne pouvons pas leur imposer un script, les pousser vers quelque chose qui ne leur ressemble pas. À un moment donné, il faut aussi savoir lâcher. Notre équipe de salle a une vraie connaissance de notre cuisine. Pour moi, soit on travaille le fond soit on travaille la forme... Et nous, nous avons choisi le fond ! D'ailleurs, l'autre jour nous sommes allés voir tous ensemble un de nos fournisseurs, un



éleveur de volailles sur la Ciotat mais aussi un poissonnier, un primeur-marâcher. Notre équipe parle en connaissance ! Chez nous, c'est assez détendu, sans ostentation... Et je pense que les gens apprécient et mangent mieux quand c'est comme ça ! **Il ne s'agit pas d'avoir du marbre de carrare pour faire un beau restaurant... il faut de belles personnes !** Et aujourd'hui on a des jeunes très prometteurs !

M.D : En salle, nous n'avons aucun automatisme. Bien entendu, lorsque l'on est plusieurs collaborateurs, un cadre est nécessaire. On a des mots, un champ lexical que l'on aime utiliser en particulier notamment sur les annonces de plats. On explique le plat, la démarche, de quelle manière il a été pensé, les producteurs, leurs histoires... On ne le récite pas. Tout se fait naturellement finalement !

D.P : En fait, à la Villa Madie, il y a trois choses essentielles. Premièrement, la fidélisation du personnel de salle, de fait nos habitués se sentent inclus dans la maison et ont leurs habitudes. La deuxième chose, c'est que l'on connaît très bien le passif de Marielle et Dimitri. On est imprégné de leur histoire et de celle de cette maison. Par conséquent, c'est tout naturellement qu'on la partage avec nos clients. Enfin, si l'on devait parler de scénarisation ce serait surtout par le fait que l'on n'hésite pas à faire les « clowns » en salle avec le chef. Pour la petite anecdote – qui est assez formidable – Dimitri portait un jour une veste avec des étoiles (offerte par Michelin) qui captaient la lumière. Lorsque nous étions dans

le noir il y avait comme une sorte de fluorescence. Le chef était très fier de sa veste. À un moment donné, avec le directeur de salle nous avons éteint les lumières de la salle où les clients se trouvaient tous attablés. (Malheureusement le résultat n'a pas été celui escompté). On ne se prend pas (trop) au sérieux et c'est ce qui est bien. Vous savez on n'est plus dans ces brigades où la cuisine et la salle étaient séparées ! **Ici, il y a une vraie symbiose entre nous.**

En ce qui concerne le vin, qu'est-ce que vous proposez et qu'est-ce que les clients vous demandent ?

D.P : Le chef fait du sur-mesure sur les plats et il en va de même pour moi qui fais du sur-mesure sur les vins. Ici à la Villa Madie, on ne fait pas une carte de vins pour nous mais pour nos clients. On propose beaucoup de vins locaux et régionaux. Et ce qui est étonnant, c'est que nos clients nous laissent très souvent carte blanche pour les suggestions, notamment chez nos habitués. Ils nous font confiance ! Alors bien entendu, au début on peut parfois marcher sur des œufs... C'est une question de respect et d'attention que ce soit sur le portefeuille des clients mais aussi leurs goûts. Ce que j'aime particulièrement avec cette maison et ce pourquoi je m'y sens si bien, c'est le fait qu'il y ait une vraie recherche des producteurs.

Sur notre carte nous mettons en



avant pas moins de 1000 producteurs français dont environ 950 que j'ai eu la chance de rencontrer et que je connais humainement. Dès que le temps nous le permet, nous avons un pied dans les vignobles.

« Le jour où on s'est dit avec Marielle que nous aurions notre restaurant, nous avons su que nous placerions l'humain au centre. »



ALAIN DUCASSE

Emmanuel Pilon - Chef du restaurant

Claire Sonnet - Directrice de salle

Maxime Pastor - Chef sommelier





Vaisseau amiral de Ducasse triplement étoilé, le Louis XV ne cesse d'émouvoir les plus fins palais et de transcender un culte de l'hédonisme où s'entremêlent la tradition et l'art de vivre à la française. Mais le véritable trésor se cache en coulisses, dans le ballet harmonieux qu'offrent les disciples du grand maître de la gastronomie. Emmanuel Pilon, capitaine et virtuose des cuisines, Claire Sonnet chef d'orchestre de la salle qui a remporté le prix Michelin 2023 du service mais aussi Maxime Pastor, messenger du vin et de la cave, œuvrent chaque jour pour perpétuer l'ADN et l'histoire de Ducasse. Entre ces trois-là, c'est une belle amitié qui s'écrit au fil du temps, des écueils et des grandes réussites ! Un trio qui continue de grandir ensemble et qui nous livre les secrets d'une symbiose providentielle au service de la haute gastronomie.



Le parcours des métiers de la salle est peu souvent mis en avant, quels ont été les vôtres Claire et Maxime ?

C.S : J’ai découvert l’univers de la restauration lors de mes études en psychologie. Un petit boulot à côté qui a pourtant été une vraie révélation. J’ai rencontré des personnes qui m’ont donné le goût du service. J’ai donc repris mes études pour apprendre le métier, en passant par un CAP de service de salle puis une licence en management de la restauration. Lors de mon stage de fin d’études, je découvre l’univers de Monsieur Ducasse et du Plaza Athénée. **Un chef à l’identité très forte, très axé sur les essentiels qui me conforte dans mon choix et la voie que je me suis choisie.** Pendant 3 ans, je travaille dans différents établissements parisiens afin de me confronter à différents styles puis réintègre en 2008 le Plaza Athénée. Des années riches d’expériences, différentes pages dans l’histoire de ce haut lieu à travailler aux côtés de plusieurs chefs. Par la suite, je pars pour la réouverture de l’Hôtel de Crillon en 2017 et arrive finalement au Louis XV fin 2018.



« Je suis quelqu’un d’assez généreux par nature et il est vrai que la notion de faire plaisir aux autres a toujours été très importante pour moi. »

M.P : Pour ma part j’ai fait un BTS à Monaco en hôtellerie restauration ainsi qu’une mention complémentaire sommellerie à Cagnes-sur-mer avec Franck Thomas, MOF et Meilleur Sommelier d’Europe et de France. Par la suite, j’ai fait différents établissements avec de la cuisine fusion, une saison à Courchevel afin de balayer différents concepts et découvrir ce qu’il me plaît vraiment. Finalement, j’ai eu la chance de retourner à L’Hermitage où j’avais fait un stage, comme commis sommelier aux côtés de Franck Damatte. **Plus tard, il me pousse à comprendre l’essence d’une maison et m’aide à intégrer le restaurant de Guy Savoy à Paris.** J’y reste plus de deux ans et fait même l’ouverture de la Monnaie de Paris. J’ai de très bons souvenirs de cette époque. Je fais quelque temps au Royal Monceau au Il Carpaccio* qui propose une des plus belles cartes de vins italiens de Paris. Finalement en 2016, je rentre au Plaza Athénée où je reste jusqu’en 2022 avant de rejoindre l’équipe du Louis XV.



« Chaque personne avec laquelle on travaille devient en quelque sorte un mentor. »



« Pour faire ce métier, il faut aimer l'autre. [...] l'humain est au centre de tout. »



Vos parcours sont jalonnés de rencontres, quelles ont été les personnes qui vous ont donné le goût de la salle ?

M.P : La vie est faite de rencontres... Je suis quelqu'un d'assez généreux par nature et il est vrai que la notion de faire plaisir aux autres a toujours été très importante pour moi. Cela explique aussi le fait que j'ai toujours été attiré par les métiers de la salle. La première personne qui ait fait naître ma passion pour l'univers du vin est Mr Serge Serrier, l'un de mes professeurs au lycée technique de Monaco. Par la suite, il y a eu Franck Damatte qui m'a donné l'opportunité d'aller à Paris. **Mais si je dois citer une personne qui m'a réellement donné le goût de la salle et du partage, ce serait Denis Courtiade, de par ce qu'il représente et ce qu'il a voulu amener aux autres.** Il avait toujours un petit mot, des conseils avisés. J'ai beaucoup appris à son contact.

C.S : Comme Maxime, il y a eu bien sûr Denis Courtiade mais aussi Mr Angelo, le premier maître d'hôtel avec lequel j'ai eu le plaisir de travailler. Il m'a fait découvrir ce côté « théâtralisation » et m'a donné envie de m'orienter dans cette voie.

Je suis d'une nature assez timide et discrète et ce monsieur avait un grand relationnel, il connaissait tout le monde. Le moment du service était un vrai show. Par la suite, Denis a confirmé cette vocation, toutes ces facettes de l'homme de salle autant par la bienveillance et la transmission que par les valeurs.

E.P : J'aime toujours dire que toutes les rencontres sont bonnes et que l'on se nourrit de celles-ci. **Chaque personne avec laquelle on travaille devient en quelque sorte un mentor.** Mon parcours est un peu différent... Je suis un fils de cuisiniers et j'ai toujours baigné dans ce monde. Au début j'étais peu enclin à poursuivre cette voie puis au fil du temps et justement de ces différentes rencontres, j'ai commencé à me prendre de passion et me dévouer corps et âme pour ce métier. J'ai fait mes débuts chez Christian Têtedoie, puis à la Villa Florentine où la petite flamme n'a cessé de grandir.

« J'aime toujours dire que toutes les rencontres sont bonnes et que l'on se nourrit de celles-ci. »



Comment décririez-vous le métier de directeur(rice) de salle ?

C.S : Nous sommes le lien entre les « artistes » et les clients. Mon rôle, tout du moins ce que j’essaie de faire, est d’être une messagère qui retranscrit leurs inspirations. Quoi qu’il en soit, l’humain est au centre de tout. Pour faire ce métier, il faut aimer l’autre. Nous sommes des chefs d’orchestre, des communicants qui faisons preuve d’intuition et d’écoute afin de répondre au mieux aux attentes des clients. Il y a un savoir-faire mais aussi un vrai savoir-être.

M.P : Avec Emmanuel on aime dire que c’est la patronne ! **La grande faculté qu’a Claire, c’est de placer**

« l’autre » comme une priorité. Elle fait en sorte que les gens avec qui elle est en contact se sentent bien. C’est une personne qui est très à l’écoute et dans la communication. Elle

« Chaque personne avec laquelle on travaille devient en quelque sorte un mentor. »

entretient l’harmonie entre chacun de nous. Elle a un vrai rôle de lien. À côté de ça, elle a une vraie capacité d’analyse et de compréhension des besoins de chacun. **Elle coordonne,**

elle ajuste et incarne la philosophie de Ducasse. Elle porte un message, c’est une figure de proue, un pèlerin qui nous guide.

E.P : Claire brille par sa discrétion tout autant qu’elle incarne un maillon indispensable à notre organisation. Elle est présente de l’accueil au départ, de bout en bout. **Elle ramène cette part d’humain au centre de la table !** On dit souvent que la cuisine est à l’image du chef mais la salle est également à l’image du directeur de salle. Elle fédère et joue un grand rôle dans l’expérience client. Nous autres on suit le mouvement ! Faire le lien entre une cuisine identitaire qui a besoin d’être accompagnée, c’est un très gros travail. Sans elle, ma cuisine ne pourrait être aboutie.

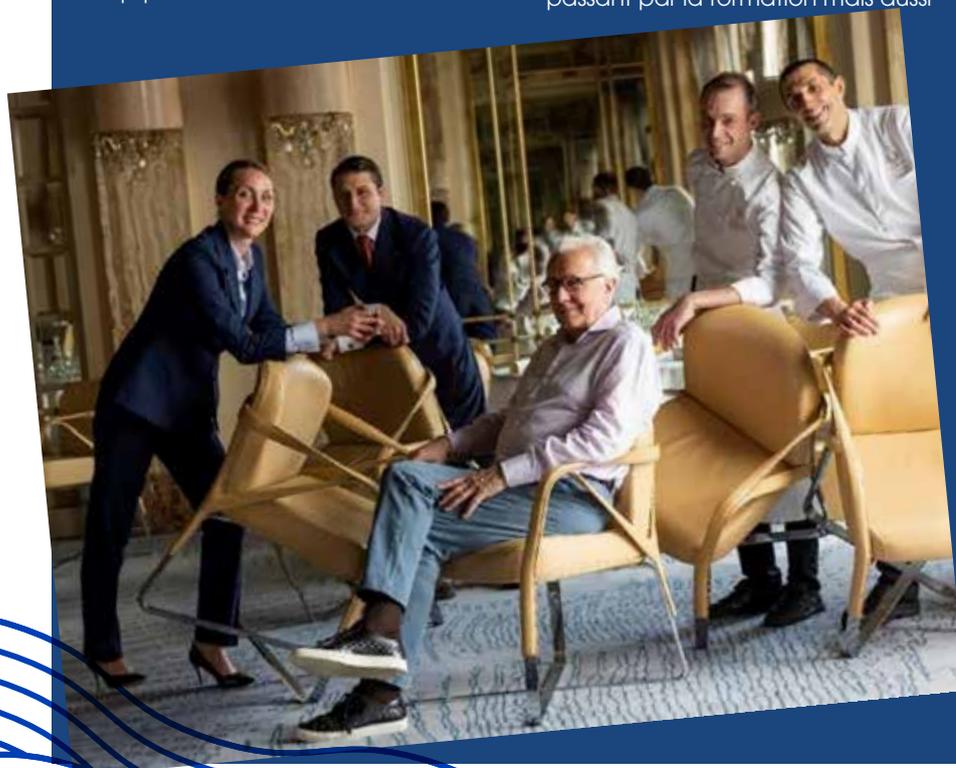
Est-ce que l'on peut parler de communion, de symbiose entre vous et est-ce que cela se ressent au niveau de l'expérience client ?

C.S : Ce qui est marrant, c'est qu'on était tous les trois au Plaza Athénée. Être ensemble au Louis XV, c'est en quelque sorte une continuité et je suis très contente de les avoir à mes côtés. **Aujourd'hui, on s'apporte mutuellement, on se canalise.** C'est une vraie force au quotidien. On est dans un univers où il y a des règles et à la fois aucune règle. Chaque service est différent car on reçoit des personnes différentes. C'est pourquoi il y a tout un travail qui est fait en amont entre nous trois et les équipes. On est dans une communication constante afin de donner à chacun les clefs pour retranscrire et faire vivre au mieux l'expérience Ducasse. Au-delà de ça, j'ai compris que les équipes sont à l'image des responsables. On se doit d'être des ambassadeurs auprès de nos clients mais surtout de nos équipes.

E.P : Au-delà d'une relation de travail, on a une véritable relation d'amitié et de respect. Bien avant le Louis XV et nos postes actuels, on travaillait dans la même brigade. **On a grandi et évolué ensemble.** Nos postes à responsabilités d'aujourd'hui n'ont pas changé notre approche, ni même notre relation et la manière dont on communique. Il n'y a aucune barrière entre nous. **Du fait de notre cohésion, cela transpire sur nos équipes et par rebond sur nos clients. Cette atmosphère positive à un réel impact sur l'expérience que l'on offre à nos clients.**

Si l'on va encore plus loin, quelles sont vos tâches du quotidien ?

C.S : Il y a l'avant, le pendant et l'après... Chaque journée est différente et amène son lot de défis. Cela va de la recherche client et de collaborateurs au fait de s'assurer du bon fonctionnement des équipes et de la mise en place du service en passant par la formation mais aussi



une transmission parfois personnalisée. C'est également beaucoup de contrôles notamment dans le respect de la bonne scénographie et des standards. J'ai d'ailleurs parfois l'impression de faire un peu la police !

À côté de ça, il y a aussi toute l'organisation, la coordination et la logistique du restaurant. C'est important aussi de monter des projets, se sortir du quotidien et se remettre en question en permanence. Et enfin, il y a le service. À 19h30 c'est le coup d'envoi. On est là, au service de l'autre jusqu'à ce que le temps s'arrête !



Selon vous, quelles sont les qualités nécessaires à un directeur de salle ?

E.P : Je dirais l'humilité, l'unité, l'écoute et peut-être même l'abnégation. Un mot fort pour ce métier qui demande une attention de tous les instants.

Quelle est la place et l'unicité de la femme dans vos métiers et notamment dans celui de directeur(rice) de salle ?

E.P : J'ai pour habitude de dire, que c'est important d'avoir des femmes dans ces métiers sans pour autant tomber dans les clichés. Je considère chacun comme mon égal. D'ailleurs à un moment donné au Plaza, les femmes représentaient les trois quarts de notre brigade. **C'était intéressant de voir ce mélange de subtilités et de sensibilités.** Il y a un équilibre naturel qui se fait ! Il ne faut pas oublier qu'historiquement c'était les femmes qui menaient les cuisines et qui ont joué un grand rôle dans la transmission.

M.P : Pour moi, c'était un vrai sujet mais aujourd'hui je ne me pose plus de questions. Ici en sommellerie, il y a une grande parité. C'est une force !



GASTRONOMIE

C.S : Je ne suis pas féministe pour un sou. Je pense tout simplement que l'homme et la femme sont différents et que chacun apporte sa contribution. Depuis 10 ou 15 ans on ne cesse de parler de l'importance de la place de la femme dans nos métiers... Et en un sens, cela peut mener aux doutes quant à la reconnaissance de nos compétences. Sommes-nous reconnues parce que nous sommes une femme ou bien pour nos compétences ? Aujourd'hui, on décerne le prix de la femme de l'année... Mais est-ce que l'on décerne le prix de l'homme de l'année ? **Aujourd'hui, même si on est encore dans un entre-deux générationnel, on a besoin de tout et de tous. Ce sont des compétences que l'on recherche sans distinction de genre.** D'une autre manière, ce n'est pas plus simple pour les hommes car ils sont nombreux. Et pour se démarquer, c'est tout autant compliqué pour eux.

Qu'est-ce qui vous épanouit le plus aujourd'hui dans votre métier ?

C.S : Le fait de ne pas avoir de routine, d'avoir un rythme différent tous les jours. C'est la construction de différents projets, partir d'une idée et parvenir à la concrétiser ensemble dans le temps... C'est une grande satisfaction ! C'est le développement des collaborateurs, les voir grandir mais aussi réaliser que ceux qui sont partis à un moment donné reviennent parfois dans notre maison. C'est aussi la satisfaction de nos clients, ceux que l'on arrive à conquérir, qui deviennent des habitués. Voir toute l'énergie qui est déployée et toutes les

choses positives que ça attire. C'est un travail de fond qui demande de l'endurance. **Et la reconnaissance de ce travail est un vrai cadeau. Cela nous rappelle chaque jour pourquoi on fait ce métier !**

Dans l'expérience que vous offrez à vos clients, pouvons-nous parler de théâtralisation ?

« Nous sommes ambassadeurs de ses [Alain Ducasse] valeurs, de son image. Notre vocation actuelle est de faire vivre sa maison et perpétuer son ADN. »

C.S : Théâtraliser dans le sens où tout le monde fait la même chose... Non ! **Il faut avant tout que ce soit humain et unique. Chacun de nous va apporter quelque chose de différent.** C'est un peu comme si on rentrait sur une scène de théâtre avec en amont la préparation du service et de notre apparence. On se conditionne, on se briefe et on entre en scène ! On ne sait pas ce qu'il va se passer mais on sait que ça va se passer, donc on fait en sorte que tout soit prêt pour que ça se passe au mieux. Créer des émotions est notre objectif soit en rappelant des souvenirs, soit en en créant de nouveaux.

« Aujourd'hui, même si on est encore

dans un entre-deux générationnel,

on a besoin de tout et de tous. »



On a une scénographie de service oui mais pas de théâtralisation. En salle, chaque serveur s'occupe de quatre tables. On a tous le même cadre, le même ADN, le même message à passer mais tous avec notre propre identité. On fonctionne avec une trame mais sans script.

E.P : On peut dire que chacun fait un One (Wo)Man Show. On a une scénarisation personnalisée afin qu'elle vienne s'adapter à chacun de nos clients et qu'ils puissent vivre une expérience sur mesure et unique.

Comment se glisse-t-on dans un ADN aussi fort que celui d'Alain Ducasse ?

M.P : C'est une transmission, une philosophie et des valeurs acquises que prône le chef. J'ai énormément d'admiration pour Alain Ducasse, de par son côté leader, sa vision pionnière. Cela fait 8 ans que je travaille pour lui, Emmanuelle et Claire plus de 10 ans... On croit en ses valeurs et en ce qu'il fait. Il est convaincu, convaincant. **Aujourd'hui au Louis XV, il a souhaité insuffler quelque chose de nouveau. Que ce soit par la cuisine d'Emmanuel et notre venue avec Claire.**

C.S : Au-delà d'être « convaincu, convaincant », **Alain Ducasse est « inspiré, inspirant » !** Nous sommes ambassadeurs de ses valeurs, de son image. Notre vocation actuelle est de faire vivre sa maison et perpétuer son ADN. Il donne toujours l'envie d'aller plus loin et de se surpasser. C'est un vrai moteur pour nous tous !

E.P : En général, nous passons tous, et notamment les chefs, dans ses maisons. On se forme, on s'imprègne Alain Ducasse ! Quand je suis arrivé en 2009, on m'a dit ne reste pas plus de 3 ans ou tu vas devenir un « Ducasse boy » ... **Et aujourd'hui ça va faire presque 15 ans et j'en suis fier.** L'ADN d'Alain Ducasse en cuisine, c'est le produit, les jus, les assaisonnements, les justes cuissons, le bon contenant, le bon contenu mais surtout une vision en constante évolution. Alain possède une curiosité sans fin qui nous pousse, nous, dans nos retranchements. Cette quête du toujours plus, sans en faire trop !

On est toujours dans le partage et l'échange mais aussi dans la liberté d'expression.





“ CLAIRE SONNET
L'humain encore et toujours

En 2023, la Principauté de Monaco voyait ses étoiles briller dans une voûte d'excellence sans ambages. Et ce n'est autre qu'entre les murs du célèbre restaurant Louis XV – Alain Ducasse à l'Hôtel de Paris, qu'un nouvel éclat est apparu : sa directrice de salle Claire Sonnet décrochait le prix Michelin de l'accueil et du service.

Un accomplissement pour cette jeune femme talentueuse qui souffle un vent de renouveau sur les métiers de salle et

incarne, à n'en pas douter, l'un des rouages essentiels de la grande machine Ducasse. Et ce grand pape de la gastronomie s'en réjouit, lui qui ne tarit pas d'éloges sur sa jeune protégée et à qui il a confié sans hésitation les clés de l'hospitalité de sa maison mère. « Elle a fait un travail remarquable. Un travail d'hospitalité, d'attention portée à chaque client et cliente (...) Depuis 2018, Claire a mis en place un accueil et un service d'une grande sincérité, qui permet à son équipe de s'épanouir pleinement au quotidien et transforme un repas au Louis XV - Alain Ducasse en une expérience inoubliable. »

Ce qui nous frappe de prime abord, c'est une sincérité et une modestie presque déconcertante. **On décèle chez Claire, un cœur et une humanité sans pareils, qu'elle met au service de ses clients mais aussi de ses équipes sans détours.** « Son bonheur c'est les autres ». En véritable chef d'orchestre, elle mène de front une vingtaine de collaborateurs faisant appel à autant de tact et d'aplomb que nécessaire. Un art



dont elle use à la perfection et qui se ressent dans l'assemblée tant la cohésion et l'harmonie sont palpables. Claire, c'est un peu le ciment du Louis XV, un moteur mais aussi une fédératrice hors pair qui porte haut l'étendard de Ducasse. Car il est vrai qu'elle aime sa maison tout autant que son « maître à penser et à manger. » Une fière ambassadrice des valeurs d'Alain Ducasse, de sa vision mais aussi de son héritage. D'ailleurs, elle n'hésite pas à remercier le Chef pour sa confiance et son soutien depuis plus de 10 ans mais également

Denis Courtiade pour les valeurs qu'il lui a transmis.

DE L'OMBRE À LA LUMIÈRE

Loin de prendre son titre pour argent comptant, **Claire puise sa force dans une quête permanente de surpassement de soi.** Elle continue à avancer, pour aller toujours plus loin, toujours plus haut sans jamais oublier ceux qui l'accompagnent sur ce chemin d'excellence. « **Ce prix, c'est le fruit de mon travail, mais je le dois aussi à toutes les personnes avec qui**

« On décèle chez Claire, un cœur et une humanité sans pareils, qu'elle met au service de ses clients mais aussi de ses équipes sans détours. »

j'ai travaillé, et avec qui je travaille. Ce prix est aussi pour eux, et grâce à eux. Parce que sans eux, je ne suis rien. Sans nos clients, je ne suis rien non plus. »



Comme aime le rappeler Alain Ducasse, « l'hospitalité est un prolongement du métier de cuisinier ». Une vérité pour la directrice de salle qui endosse avec bonheur le rôle de messenger. **Claire Sonnet et son équipe viennent sublimer à la lumière de la salle, les œuvres d'art du chef et sa brigade créées dans l'ombre des cuisines.** Un instant de pure magie, un admirable tour de main offrant aux clients une expérience inoubliable. Mais être directrice de salle représente bien plus encore ! Claire arbore de multiples casquettes... Une fine psychologue, une grande communicante qui fait preuve d'empathie et d'écoute afin de faire entrer les clients dans l'univers du Chef Alain Ducasse.



En quelques dates



2008

Licence en management de restauration à l'école Ferrandi

Entre 2008 et 2011

Expériences au Chardenoux avec Cyril Lignac, au salon Première Air France d'Alain Ducasse (aéroport CDG), au restaurant bistrannique Les Galopins à Boulogne-Billancourt.

2011

Plaza Athénée aux côtés de Denis Courtiade

2017

L'Écrin de l'hôtel de Crillon

Décembre 2018

Arrivée au Louis XV comme Directrice de salle

« Ce qui m'importe dans mes relations avec les clients comme avec mes collaborateurs, c'est l'humain, de donner et recevoir mais aussi cette notion d'amour, d'affection et d'empathie »

DENIS COURTIADÉ



*Un apôtre des temps modernes
au service de l'humain*

**WORLDS
BEST**

Mentor, ami, porte-parole, homme de raison et de passion, meilleur maître d'hôtel du monde... On lui connaît bien des mots et pourtant ce que l'on décèle avant tout chez Denis Courtiade, ce sont sa bonhomie et sa bienveillance.

Le célèbre directeur du restaurant du Plaza Athénée à Paris, incarne comme personne le service à la française. Et pour cause, dans la salle depuis son plus jeune âge et après des années à collaborer pour les plus grandes tables du monde, ce fils de restaurateur a su donner un second souffle à la notion même de service, offrant une vision généreuse et décidément contemporaine de son métier. L'humain au cœur de tout... Une passion devenue vocation qu'il s'engage aujourd'hui à transmettre. Et quelle œuvre !



DÉPOUSSIÉRER LES VIEUX CARCANS

Nombreux sont ceux qui sont passés entre les mains de Denis Courtiade, érigeant le Plaza Athénée en très grande maison de service, passage « presque obligé » des meilleurs chaînons de Ducasse.

Denis est un leader bienveillant qui veille au grain et qui se réjouit toujours des réussites de ses jeunes protégés.

Depuis plusieurs années sa vision du service et de l'hospitalité renverse les codes et force est de constater que son dévouement et son application payent ! Le Maître d'hôtel façonne avec amour et chaleur sans jamais oublier les individualités de chacun. Sur tous les fronts, il est un fin observateur, parfois même psychologue, doté d'un regard droit et franc toujours tourné vers l'autre.

Il nous révèle sans pudeur sa grande sensibilité, qui selon lui est une qualité essentielle à son métier pour cerner et anticiper les besoins de tout un chacun.

« J'aime les gens (...) »

Ce qui m'importe dans mes relations avec les clients comme avec mes collaborateurs, c'est l'humain, de donner et recevoir mais aussi cette notion d'amour, d'affection et d'empathie ». Denis, c'est un amoureux de cuisine qui aime partager, toujours dans la bienveillance, et ce même si l'établissement requiert une exigence poussée à son paroxysme.

La performance toujours, mais l'humain encore plus... L'un ne va pas sans l'autre et c'est peut-être en cela que se cache les clés de la réussite de cet homme aujourd'hui accompli.



*Savoir-faire, savoir être, savoir écouter, savoir respecter,
savoir donner, savoir se remettre en question...*

*Tous ces savoirs et bien d'autres, sont les bases du savoir-vivre à la française.
C'est en m'appuyant sur ce savoir-vivre, que j'exprime ma philosophie au
quotidien en veillant à l'équilibre et à l'harmonie dans les interactions entre
mes hôtes et mes collaborateurs*

L'humour, lui, est toujours de la partie, une décontraction apparente qui nous ferait presque oublier la technique et la précision que revêt son métier, tant il les maîtrise. Suivre un script lors du ballet quotidien de la salle ? Certes, c'est rassurant mais pour autant « le revers de la médaille » existe bel et bien : « On perd en sincérité » ! Le Maître d'hôtel voit donc sa préférence pour l'accueil et l'accompagnement personnalisé, allant au-delà des attentes du client pour atteindre l'excellence. Les petites attentions sont légion, « On crée une histoire avec les clients ». Directeur de salle et chefs de rang se doivent d'être des signatures de

« J'aime extraire, de chacun d'entre eux, ce que moi j'appelle la beauté intérieure. »

service mais également des ambassadeurs de la maison qu'ils représentent. Et pour cela, ils doivent goûter les plats du Chef.

« Nous sommes leurs premiers et meilleurs clients (...) Le ressenti est essentiel afin de pouvoir transmettre et conter une histoire aux clients ».

TRANSMETTRE EST UN DEVOIR

De Paris à Monaco, en passant par Londres, MÉRIBEL, Mougins, Versailles, Cannes... **Denis Courtiade cumule pas moins de 30 années d'expérience trois étoiles.** Un cheminement riche que le maître d'hôtel met depuis quelques années déjà au service de jeunes talents. « Il y a le savoir-faire et le faire-savoir », et dans les deux disciplines il excelle.



Denis Courtiade réalise auprès de ses apprentis un vrai travail de fond et de construction, parvenant à faire ressortir le meilleur de chacun. « Les temps longs sont importants... On fait les choses, on les fait bien et pour cela il faut que ce soit durable dans le temps ».

Un don de soi pour insuffler la confiance, tirer vers le haut, apporter la reconnaissance, faire voir et faire savoir le travail bien fait.

Denis est un fédérateur, un chef d'orchestre qui pousse ses collaborateurs à se dépasser et plus que tout à se révéler. « J'aime extraire, de chacun d'entre eux, ce que moi j'appelle la beauté intérieure ». Une pluralité dont les différences deviennent des forces et où les individualités s'exhibent pleinement dans un acte conjoint d'accomplissement et de performance.

« Dans la transmission, les valeurs humaines et professionnelles qui me sont chères sont l'écoute, la compréhension, la participation, la solidarité, la gestuelle répétée, l'épanouissement et le devoir de réussite ».

« QUE FAIS-TU POUR TON MÉTIER ? »

Une simple question qui frappe telle une sentence, qui marque à jamais un esprit. Ces paroles sont prononcées par le Chef Alain Ducasse, le jour où Denis Courtiade vient solliciter son aide pour trouver des collaborateurs. À l'époque et depuis quelques temps, une pénurie des vocations se fait ressentir dans toute la sphère gastronomique laissant les tables de l'hexagone dépourvues de talents nouveaux. Loin d'avoir froid aux yeux, Denis retrousse ses manches et œuvre à la création d'une association. Ainsi, Ô Service - des talents de demain, voit le jour en juillet 2012 avec pour mission de revaloriser les métiers de l'accueil et du service, des professions dynamiques trop souvent malmenées. « Redonner du sens à notre profession en indiquant le chemin à suivre... ». **Ainsi, promouvoir les arts de vivre à la française en décroissant le monde enseignant du monde professionnel devient le nouveau cheval de bataille de Denis Courtiade.**

« Pour ceux qui, comme nous, pensent que le service rime avec noblesse et non avec servitude. Pour ceux qui, comme nous, veulent être acteurs de leur profession. Pour ceux qui, comme nous, croient aux valeurs d'une hospitalité réussie et d'un accueil bienveillant. Pour ceux qui, comme nous, considèrent vivre une vocation à travers un métier. Ô Service met, et mettra, tout en œuvre pour répondre à vos besoins et à vos attentes. »

Un **WORLDS
BEST**

au parcours exemplaire

1991

Titre de « 1er Chef de Rang de France », au trophée Jacquart.

1991

Arrivée au Louis XV à Monaco en tant que chef de rang puis second maître d'hôtel.

1995

Directeur du restaurant / Club Privé « Monte's - Desert Express Limited » à Londres.

1996

Réouverture du restaurant « Le Relais du Parc » à Paris.

2000

Ouverture du restaurant gastronomique au sein du prestigieux Hôtel Plaza Athénée.

2011

Titre du « Grand Prix de l'Art de la Salle - Meilleur Maître d'Hôtel du Monde ».

2015

Prix du Service de l'année par le magazine Le Chef.

2019

Sacré Directeur de l'Année par le Gault & Millau.



FABIEN FERRÉ
& *Pierre Mechain - Directeur de salle*
Jonathan Pral - Chef sommelier





La relève est assurée !

Depuis 2023, Fabien Ferré pilote les cuisines et la restauration de l'Hôtel & Spa du Castellet, après 10 années passées aux côtés du Chef Christophe Bacquié. A seulement 35 ans, il devient le plus jeune Chef 3 étoiles au Guide Michelin et se veut le premier non étoilé qui obtient une telle distinction. Cet accomplissement remarquable récompense sa générosité et son engagement pour l'excellence culinaire. De ses racines bourguignonnes, Fabien Ferré garde un amour inconditionnel pour les produits de qualité, qui se porte aujourd'hui vers la Méditerranée et la Provence. Ainsi, il crée un duo remarquable de partitions culinaires : «Expression Marine» et «Expression Végétale»... Un délicieux voyage des sens entre terre et mer où chaque escale insuffle un vent d'authenticité, de finesse et de caractère. Mais cette réussite serait telle, s'il n'était pas entouré de ses plus proches collaborateurs à l'instar de Pierre Mechain qui orchestre la salle et de Jonathan Pral qui œuvre en sommellerie. Une équipe pleine d'ambition, déterminée à faire briller les étoiles et surtout, à offrir aux convives une expérience inoubliable.





« On recherche l'authenticité... [...] »

Ici, chaque client est accueilli

comme à la maison avec un sourire. »

**Trois étoiles d'un coup, c'est remarquable...
L'élève a-t-il dépassé le maître ?**

F.F : Je dirais plutôt que le maître a très bien formé l'élève ! On a eu la chance aussi de pouvoir profiter de cet héritage, tout en continuant de faire ce que l'on fait de mieux, à savoir une cuisine singulière et un service exemplaire à notre image.

Ces trois étoiles ont-elles changé votre approche ou même les attentes de vos clients ?

F.F : L'année dernière nous n'avions pas d'étoiles et pourtant cela a marché... On pourrait bien sûr aller plus loin, approfondir ! Mais le but du jeu, à mon sens, et de ne pas changer l'état d'esprit, de rester les mêmes, entiers et sincères, tout en gardant la même qualité de cuisine et de service.

Comment sont accueillis vos clients dès leur arrivée à la Table du Castellet ?

F.F : Chez nous, l'expérience commence dès le portail, et ce de par l'accueil que l'on va pouvoir proposer à nos clients. Une fois le client installé à sa table il est primordial de se présenter... De présenter les personnes qui vont accompagner le client tout au long de son expérience. C'est là, que le lien se crée. Et cela commence par l'équipe de sommellerie qui propose un apéritif puis du maître de table qui présente la carte et les menus, l'ADN et la philosophie de la maison et du chef.

« On souhaite aussi impulser une dimension plus « jeune ». On est ancré dans notre temps et il faut casser les codes. Nous sommes totalement libérés et décomplexés avec ça... »

Quelle est votre vision de l'hospitalité ?

F.F : On recherche l'authenticité... Il faut rester simple et faire preuve d'humilité. Ici, chaque client est accueilli comme à la maison avec un sourire. On souhaite aussi impulser une dimension plus « jeune ». On est ancré dans

notre temps et il faut casser les codes. Nous sommes totalement libérés et décomplexés avec ça... Je travaille d'ailleurs en baskets. Et ça marche ! Le retour de nos clients sont extrêmement positifs. On n'est plus dans le guindé. À la table, nos clients doivent pouvoir saucer avec le pain... La cuisine est basée sur le partage et

« Nos clients apprécient la simplicité que nous leur offrons malgré les étoiles. Il y a un échange qui se fait naturellement et ils se sentent à l'aise. »

la générosité. C'est la base ! C'est ce que l'on souhaite véhiculer et cela passe par un service décontracté et une certaine proximité. Nous savons

ce que nous avons à faire... Et le client dicte. C'est un peu un baromètre. Nous l'aménonons où il souhaite aller. À nous de jauger et de nous adapter.

J.P : Nos clients apprécient la simplicité que nous leur offrons malgré les étoiles. Il y a un échange qui se fait naturellement et ils se sentent à l'aise. Nous amenons du lien et c'est d'ailleurs pour cela que nous choisissons d'attribuer un maître de table pour 5 tables maximum. Cela permet de mieux personnaliser les attentions.

Justement qu'est-ce que cela demande ? Qu'attendez-vous de vos équipes ?

F.F : L'essentiel est d'apporter un maximum d'attentions. Si nos clients reviennent, nous nous devons de les reconnaître. On a des cardex contenant des informations détaillées sur chaque client. On connaît

leurs allergies alimentaires, leurs préférences et avons une historique de ce qu'ils ont bu et mangé. Ce suivi est important pour apporter un sentiment d'appartenance et un service personnalisé. Cela touche la personne ! À côté de ça, j'essaie toujours de passer à la table des clients, de leur accorder un moment et d'apprendre à les connaître. Ils font le déplacement pour découvrir les lieux et notre cuisine et j'estime qu'en tant que chef, il est de mon devoir d'être présent et de m'intéresser à eux.

P.M : Le sourire, l'envie d'accueillir nos clients. On joue sur la proximité et on accompagne nos clients dans leur expérience. Chaque profil est différent et c'est à nous de nous adapter. D'ailleurs pour rebondir sur ce qu'à dit Fabien, la prise de contact est également importante et se fait en amont lors de la réservation. Nous créons déjà du lien et leur posons énormément de questions, à savoir



« Nous ne sommes pas dans la scénarisation, ni la théâtralisation. Nous allons droit au but. En revanche, si un client souhaite plus d'informations, c'est à ce moment-là que nous entrons en scène... »



s'ils ont des restrictions, des allergies ou s'ils viennent pour une occasion particulière. Avant même qu'ils franchissent notre porte, nous détenons des informations qui sont pour nous capitales. Cela nous permet aussi de travailler de manière plus sereine.

Comment est fait le lien entre les cuisines et la salle ?

P.M : Nous faisons des dégustations... Aucun plat ne sort sans que nos équipes de salle ne l'aient goûté. Il est important de savoir de ce dont on parle.

J.P : Goûter les plats tous ensemble permet d'offrir une expérience personnalisée à nos clients. Lors de ces dégustations, tout le monde entend la même chose et l'adapte à son discours.

Vos plats racontent-ils une histoire ?... Que ce soit sur les producteurs ou sur votre histoire personnelle ?

F.F : Cela peut arriver mais je ne souhaite pas parasiter le service. Avec le temps, j'ai vite compris que plus j'apportais de la matière, plus il y avait d'informations et plus on avait tendance à partir dans tous les sens. Je veux quelque chose de simple, lisible et cohérent. Je ne veux pas m'embarrasser de fioritures. Quand je pense à un plat, je me demande toujours, non pas ce que je peux rajouter mais plutôt ce que je peux enlever. Je ne souhaite pas être dans la démonstration. Je vais plutôt penser au sourcing des produits, à un jus percutant et une très belle cuisson. Je ne veux pas camoufler le produit. Je veux faire peu mais bien... C'est ma trame, ma philosophie !

Quel est votre parti pris pour la présentation des plats en salle ?

P.M : Les plats sont présentés comme le chef le souhaite, c'est-à-dire dans la simplicité. On évite de dire des phrases trop longues. Nous ne sommes pas dans la scénarisation, ni la théâtralisation. Nous allons droit au but. En revanche, si un client souhaite plus d'informations, c'est à ce moment-là que nous entrons en scène et leur présentons davantage les plats et les produits. Encore une fois nous nous adaptons sans jamais imposer !

F.F : Il n'y a pas de storytelling. Ce n'est pas ce que

je souhaite et ce n'est pas nous. On ne peut pas avoir un service décontracté et raconter des histoires. Je ne trouve pas ça cohérent. Nous ne sommes pas des narrateurs... Nous allons à l'essentiel !

Vous arrive-t-il de proposer des menus « carte blanche » à vos clients ?

F.F : Je peux mais je vais rester sur mes deux menus en piochant dans l'un ou l'autre. Ces menus évoluent au gré de la saisonnalité mais je ne change jamais l'ensemble des plats d'un menu. Rien n'est figé, ni temporisé. C'est plutôt au cas par cas, un roulement en fonction des produits.

P.M : Cela reste assez exceptionnel, car nous avons de la chance d'avoir au niveau des menus une diversité qui est assez incroyable.

« Le sourire, l'envie d'accueillir nos clients. On joue sur la proximité et on accompagne nos clients dans leur expérience. »

Qu'en est-il de l'harmonie entre le service et la cuisine ?

F.F : Cela s'est fait de manière très naturelle, car j'ai la chance d'avoir des talents formidables à mes côtés qui ont vite compris et intégré l'ADN, la philosophie, la

vision que je souhaitais insuffler. Le plus important c'est la communication. On peut avoir des conflits ou des dissonances, pour autant on se réunit autour d'une table et on en discute. C'est un échange !

P.M : Je dirais simplement que nous avons une vraie cohérence entre la cuisine et la salle.

En quelques mots, quelle est la beauté même de votre métier ?

J.P : La transmission. On l'a fait pour nous et il est de notre devoir d'en faire de même aujourd'hui.

P.M : La passion et l'amour de l'autre. Il y a de la sincérité et beaucoup d'amour pour ce que l'on fait.

F.F : Les gens me disent souvent qu'il y a beaucoup de travail... Je leur réponds toujours que non, il y a surtout beaucoup de passion et d'amour. Et effectivement cela se ressent dans l'assiette. On ne triche pas, on est sincère avec nous-même, avec les équipes et les clients. Ce sont des valeurs extrêmement importantes.

Comment sont sélectionnés les vins ?

J.P : Je fonctionne beaucoup aux coups de cœur et en fonction je vois ce qui peut fonctionner avec la cuisine du chef. Nous avons environ 900 références ancrées sur la France avec quelques vins étrangers.



« Un mot qui résume tout : Accompagner. Nous accompagnons nos clients... Et cela demande une grande capacité d'adaptation. »



DENIS FÉTISSON
& Stéphane Gress- Chef sommelier

*Le souvenir de nos traditions n'est-il pas notre plus grand héritage ?
Le Sud teinté d'émotions...*

Denis Fétysson le vit, le respire, le crée. Ce fils des collines provençales est un conteur né qui rend hommage à son terroir. Depuis ses débuts à quatorze ans dans le Haut-Var, son parcours culinaire l'a mené aux quatre coins du monde, aux côtés de grands chefs à la personnalité détonante. Ciselé au gré du temps par un métissage de saveurs et de parfums d'ailleurs, le chef a eu le goût irréprensible de partager ses propres racines en mettant sur la table un concept original : « le produit à l'honneur ». À La Place de Mougins s'opère une vraie alchimie, un travail constant de tous les jours portant l'élite des produits à leur plus pure expression. Et pour venir sublimer ses partitions, le chef peut compter depuis 14 ans sur son Chef sommelier, Stéphane Gress. Une harmonie qui donne le ton, marquant de son empreinte (rien de moins) le palais des fins gourmets.





viennent et à qui ils ont affaire. Ils viennent pour manger un repas mais aussi pour passer un moment agréable. On a une belle clientèle d'habitues. À chaque fois que le chef aime quelque chose c'est parce qu'il y a

« Je respire, je vis, je travaille et partage ma vie toute entière sans filtres... Et c'est en cela que vient l'émotion. »

une expérience derrière... Et toutes ces émotions, il va essayer de les retranscrire en les partageant avec nous, son équipe mais aussi avec nos clients. Des détails et des petites attentions qui comptent... Ainsi, les clients peuvent boire un authentique Bellini, le cocktail préféré du chef découvert à Venise, mais aussi un verre de vin cuit de Provence de la famille Negrel ou du fameux Bourgogne « Les Vaux » apprécié par le chef lors d'un repas entre amis, ou encore avoir leur café surmonté d'une petite cloche faite sur mesure, qui fait écho à un voyage du chef à Portofino. Denis Fetisson est généreux dans tout ce qu'il fait. C'est un fédérateur qui partage

Comment transmettez-vous vos messages et faites-vous le lien entre la cuisine et la salle ?

D.F : Je respire, je vis, je travaille et partage ma vie toute entière sans filtres... Et c'est en cela que vient l'émotion. « Le Produit à l'honneur », qui met en lumière un produit de saison chaque mois, nous permet de raconter quelque chose de nouveau à nos clients et ce, tout au long de l'année. Derrière chaque produit il y a une histoire, un producteur. Et notre équipe de la salle les connaît toutes ! Je me souviens un jour avoir emmené toute ma brigade de cuisine et de salle à Saint-Julien-le-Montagnier (mes racines) chez Thierry Capolino, notre fournisseur d'agneau. Ils ont été touchés et marqués par cette sincérité de terroir, de produit, mais aussi par cette rencontre profondément humaine. Inconsciemment cette histoire, leur histoire est devenue consciente... De fait, il devient facile de transmettre avec émotion l'identité de notre maison.

Que viennent chercher les gens chez vous ?

S.G : Les gens quand ils viennent ici, ils savent où ils



énormément... Et ce qu'il véhicule, on le reçoit et on le retransmet en salle.

D.F : Tout ce que l'on fait à du sens ou tout du moins on essaie. Passion et émotions sont les maîtres-mots de notre maison. Je pense que nos clients viennent chercher une histoire, une identité.

Comment se passe l'accueil ? Pouvons-nous parler de scénarisation ?

D.F : Pour l'accueil, j'ai imaginé un scénario et j'y tiens. On fait un briefing avant chaque service midi et soir afin de s'assurer du bon suivi de cette entrée en scène.

S.G : On accueille nos clients presque comme des amis en les mettant à l'aise. Certains parfois arrivent en ayant passé une mauvaise journée et notre but est de leur redonner le sourire, leur offrir une parenthèse. Une fois installés, on leur amène quelques mises en bouche puis après avoir pris la commande on leur sert le pain. Ici, il se présente comme une fougasse chaude roulée à la tapenade servie avec de l'huile d'olive du Château Virant. Les clients en raffolent ! Par la suite, pour certains plats nous allons même jusqu'à une certaine théâtralisation, comme pour le bœuf. Pour la petite histoire, dans une cocotte en fonte, le chef fait

rôtir au préalable une belle pièce de bœuf. Avant de servir, il y ajoute dans le fond des aiguilles de pins de Saint-Julien-le-Montagnier, y met le feu puis referme la cocotte. Lorsque l'on arrive en salle, on présente le plat et soulève le couvercle. La fumée se dégage... C'est magique et surprenant, nos clients apprécient beaucoup !

Comment faites-vous votre carte de vins et travaillez-vous vos accords mets & vins ?

S.G : J'ai une très grande liberté... En amont, j'effectue mes premières recherches de vins. Par la suite, on goûte les plats et je sors mes vins. Avec le Chef et l'équipe de salle, on s'attable et on discute tous ensemble. C'est important de partager. Pour « Le Produit à l'honneur » et les accords mets & vins, Pascal Paulze, MOF Sommelier, nous accompagne et nous fait profiter de son expérience. Cette collaboration est plutôt fructueuse car il me fait découvrir des vins totalement atypiques. Cela nous permet également de proposer des choses assez incroyables que l'on n'aurait peut-être pas osées. Comme par exemple des vins étrangers avec pour dernier en date, un vin Hongrois fait de cépages indigènes. Pour les vins français, on axe sur la Provence et bien évidemment sur des régions auxquelles on ne peut déroger comme la Bourgogne, le Bordelais, la Loire et le Rhône.





VINCENT MAILLARD

*Romain Mancosu - Directeur de salle
& Marco Isnardi - Chef sommelier*



VINCENT MAILLARD

Un rêve de nature et de liberté suspendu à la Méditerranée... Lily Of The Valley c'est le luxe simple, une âme inspirée et inspirante, un lieu de vie hors des codes où résonne la générosité et l'hospitalité. Entre ces murs, aucun sens n'est délaissé, voyant naître un art de vivre d'un tout autre genre. Nous sommes reçus en amis dans une antre où les plaisirs débordent et le temps semble suspendu. Et en cuisine, c'est une parenthèse savoureuse et éthérée que nous offre Vincent Maillard. Celui qui a attrapé l'accent du sud rend l'éphémère inoubliable et compose son art comme un jeu où le plaisir l'emporte. Le fond prime sur la forme, l'originel sur l'original, le goût sur l'artifice. Mais l'expérience ne serait telle, sans la symbiose qui s'opère entre les cuisines et la salle. Car ici, c'est l'esprit Lily qui guide les pas de chacun, n'en dérogeant Romain Mancosu, directeur de salle et Marco Isnardi, chef sommelier.



Comment transformez-vous un repas en parenthèse ?

R.M : On vient au restaurant pour vivre un moment. Je prends l'exemple de la Brigantine où l'on a souhaité créer une trattoria italienne authentique et chaleureuse. On a aujourd'hui beaucoup de clients réguliers dont un qui est presque venu quarante fois dans la saison ! Il venait parce qu'il mangeait bien mais aussi parce qu'il aimait l'ambiance des lieux sans ostentation, le côté chaleureux, les attentions, le fait d'être reconnu par nos employés. Et on s'attache à reproduire ce modèle dans tous nos restaurants.

V.M : Il est bon de rappeler que nous sommes partis de rien. Nous avons construit cette maison en nous demandant quelle serait notre âme, qu'est-ce que nous souhaiterions insuffler. On a dû penser chaque détail, penser dans la globalité en ne misant pas tout sur la cuisine. J'endosse deux casquettes, celle de cuisinier mais également de responsable restauration... Et j'ai toujours souhaité étendre l'esprit d'équipe que l'on a en cuisine à la salle. Faire tomber les murs (au sens propre et au figuré) et créer une vraie cohésion, une symbiose entre les cuisines et la salle. L'âme de cette maison est un morceau de chacun d'entre nous ! D'ailleurs lorsque l'on recrute on se tourne toujours vers des gens performants et passionnés mais surtout gentils, bienveillants avec un sens inné de l'hospitalité et une certaine forme de générosité.

« On accueille les clients comme on aimerait être accueilli. C'est de la générosité, du partage, prendre du plaisir, considérer chaque client de la même manière... »

Quelle est votre vision de l'hospitalité ?

R.M : J'ai travaillé durant plusieurs années sur Saint-Tropez dans des établissements festifs... Et j'ai pu voir tout ce que je ne veux plus voir à l'heure actuelle. Ici, on a vraiment tenu à faire les choses différemment et on a choisi la voie de la simplicité. On accueille les clients comme on aimerait être accueilli. C'est de la générosité, du partage, prendre du plaisir, considérer chaque client de la même manière... Des choses simples que parfois on oublie. On fait ce métier pour prendre du plaisir et en donner autant !

Nous sommes une maison qui a le sens de l'hospitalité. Plus que tout, nous souhaitons mettre nos clients à l'aise. Et si les clients se sentent bien, c'est tout naturel qu'ils consomment et surtout reviennent. Au final c'est le but !

Comment gérez-vous les conflits ou lorsqu'un client est insatisfait ?

V.M : Selon moi, il y a un rapport à la franchise, que ça se passe bien ou ne se passe pas bien. C'est primordial. Une fois, une cliente n'a pas apprécié son plat. Ce que je peux comprendre... Ce sont des choses qui arrivent. Il faut assumer que l'on ne soit pas toujours lisse et linéaire. Pour ma part, je n'ai aucun souci à aller m'excuser auprès des clients. Je ne cherche pas de coupable, seulement des solutions. Cela tient surtout à du bon sens et de la bienveillance.

R.M : Le but est de cerner le client et le problème. Il est important de crever l'abcès et de faire remonter les informations. Ensuite notre priorité est de régler, si on peut, la source de ce mécontentement et d'offrir une petite attention supplémentaire au client. Très souvent, il arrive que l'on cerne les clients peu commodes ou encore ceux ne se trouvant pas dans un bon état d'esprit. C'est donc à nous de faire en sorte que ce client reparte heureux en passant un bon moment.

« On ne parle pas vraiment d'un restaurant

mais plutôt d'un lieu de vie à part entière.

Y a-t-il une scénographie différente en fonction des restaurants de LOTV ?

R.M : On parle souvent de l'esprit Lily ! C'est un mot qui veut dire plusieurs choses : c'est l'entente qu'on peut avoir entre la cuisine et la salle, c'est la cohésion d'équipe. Au Vista, d'un côté on a une cuisine qui fait 8m de long et de l'autre un bar qui fait également 8m de long. Les deux sont ouverts sur le restaurant... On ne parle pas vraiment d'un restaurant mais plutôt d'un lieu de vie à part entière. On a oublié un peu les codes... Ici, tous les gens qui font partie de la cuisine, de la salle, de la sommellerie, du bar travaillent ensemble, main dans la main. C'est notre force. Et lorsqu'on a ouvert en bas à la plage on a dupliqué l'esprit Lily tout en proposant différents concepts. Au Vista, on est plus ancré sur la Provence et la Méditerranée tandis qu'à la Brigantine on est plus axé sur l'Italie.

V.M : Ce qui est important, c'est la liberté que l'on a et que l'on retranscrit à chacun de nos collaborateurs. Aujourd'hui on a la liberté d'essayer et on a même le luxe d'avoir la liberté de se tromper. Donc, il serait bien bête de ne pas essayer des choses. Lorsque l'on a ouvert le Vista, on a essayé d'insuffler une identité qui était la nôtre... On ne voulait pas être différent pour être différent, on voulait simplement être

« On a oublié un peu les codes... »





« Derrière chaque plat, il y a une histoire, une réflexion et une vraie sincérité

qui sont transmises à nos clients. »



nous-mêmes aussi bien sur le concept que l'état d'esprit qui est de cuisiner et recevoir comme on aimerait qu'il soit fait pour nous-même. Lorsque la plage est arrivée, il a fallu que l'on garde cette même identité tout en l'adaptant.

Comment véhiculez-vous les messages du chef en termes d'esprit et de saveurs ?

R.M : On le fait par les techniques de service qu'on a remis au goût du jour. Autrefois, on était dans une tendance de la gastronomie où les chefs dressaient leurs assiettes et où les serveurs devaient accompagner l'assiette, la servir, la présenter avec une belle argumentation. Ici, nous avons souhaité renverser un peu les codes et revenir à quelque chose d'un peu plus authentique. Actuellement, le chef fait un filet de bœuf dans une

jolie poêle Mauviel. Ce filet est ensuite flambé directement devant le client et c'est le serveur qui le dresse. Cuisine et salle ne font qu'un !

« Ici, nous avons souhaité renverser un peu les codes et revenir à quelque chose d'un peu plus authentique. »

V.M : Le même plat conçu différemment, dressé sur assiette n'aurait pas la même portée. C'est là où on se rend compte, que le plat en lui-même est important mais pas plus important que le reste. C'est une globalité... Au-delà de ça, nous expliquons et faisons goûter nos plats à la salle. Derrière chaque plat, il y a une histoire, une réflexion et une vraie sincérité qui sont transmises à nos clients.



Qu'en est-il des vins et des accords mets & vins ?

M.I : En ce qui concerne les vins, nous sommes le seul établissement n'ayant aucune obligation, aucun contrat avec des maisons. Nous sommes là pour dénicher et proposer de nouveaux vins et champagnes, faire plaisir aux clients et surtout ne pas faire comme les autres. Nous avons une carte des vins et de champagnes magnifique qui évolue énormément. On aime aussi mettre en avant les petits producteurs. Au Vista, on est sur environ 90% de vins français avec une très belle carte de vins de Provence. Les 10% restants sont pour les vins du monde avec notamment des vins d'Italie. Sur la Brigantine on sera plus sur du 50/50. Pour les accords, on échange beaucoup en amont. On goûte les plats, les sauces, on discute ensemble et on fait différentes propositions. La carte du chef évolue constamment, de fait la carte des vins, les vins et champagnes au verre changent beaucoup.

V.M : En cuisine nous faisons des suggestions quasiment tous les jours et nous changeons la carte six ou sept fois dans l'année. Ce qui est important pour moi, c'est que mes collaborateurs se sentent libre de proposer des choses, comme lorsque Marco nous suggère des accords mets & vins mais également mets & champagnes. Seul, je n'y aurais pas pensé et c'est justement ça qui est merveilleux. L'échange !

Jouez-vous sur les tendances et proposez-vous des cocktails avec des vins de Provence ?

M.I : Effectivement, on propose un cocktail à base de vin rouge de la région mais également un Spritz avec un rosé de Provence.



« Il est bon de rappeler que nous sommes partis de rien. Nous avons construit cette maison en nous demandant quelle serait notre âme, qu'est-ce que nous souhaiterions insuffler. [...] L'âme de cette maison est un morceau de chacun d'entre nous ! »



ALEXANDRE MAZZIA



Kévin Bardau - Chef sommelier

Jean-Philippe Rock - Directeur de salle





Une révolution hors des codes. Alexandre Mazza voit les yeux fermés et se réapproprie la gastronomie française pour nous dédicacer une cuisine œufait discret au profit d'un tête à tête intimiste avec l'assiette. Un tableau contemporain, un voyage sensoriel où l'artiste combine les saveurs pour en créer de nouvelles. Et ce serait mentir que de dire que les origines d'Alexandre Mazza n'influencent pas sa cuisine, ni ne nourrissent son palais et son inconscient. On apprécie son audace, ses mélanges très osés, sa palette gustative désaccordée mais qui pourtant sonnent extrêmement juste. Le brûlé, le fumé, le pimenté, l'épicé et le torréfié... Le plaisir peut aller aussi loin que l'imaginaire. Une sensibilité que partage Kévin Bardau - Chef sommelier qui transcende habilement ce voyage initiatique par des accords inédits et détonants. En digne ambassadeur, Jean-Philippe Rock - Directeur de salle, met en scène avec cœur et raison, l'âme et la créativité du chef, rendant l'expérience que plus mémorable.



Au AM, nous sommes sur trois menus, des voyages gustatifs plus ou moins longs... Comment sont-ils pensés et construits ?

A.M : Tout est réfléchi de bout en bout. Lorsque j'ai créé le restaurant, j'avais une pensée qui revenait constamment, à savoir comment créer une interaction, un lien plus fort avec nos clients au-delà de la simple démonstration culinaire. Les questions qui reviennent lorsque l'on ouvre un établissement sont en général : Quel style de cuisine proposez-vous ? Quelle est votre carte ?... Et ce sont des questions que je ne voulais pas que les clients se posent. Ma réflexion a donc été d'offrir un « clé en main ». À côté de ça, je souhaitais faire disparaître le menu détaillé pour que la part d'explication soit faite par une figure de confiance, une personne



qui vous guide dans l'expérience. Quand ils viennent ici, les gens ne savent pas ce qu'ils vont manger. Je trouve ainsi que le dialogue entre la salle et le client est plus profond ! Mes plats évoluent constamment et je les ajuste quotidiennement que ce soit au niveau de l'assaisonnement, des textures, de la structure, des mariages... Prenons un exemple, aujourd'hui il pleut, l'humidité est plus ambiante, donc forcément le pain va être moins croustillant, les

textures seront plus ou moins friables. On s'adapte aux circonstances mais aussi à nos clients et leurs éventuelles restrictions.

J.P.R : Ce sont des menus surprise, « carte blanche » qui vont essentiellement tourner autour du végétal et des produits de la mer. Les clients ne savent pas ce qu'ils vont découvrir... Bien évidemment, lors de la réservation, il y a un gros effort de communication qui est fait avec les clients où nous leur demandons

" Une séquence, ce sont des saveurs qui vont

venir se compléter les unes avec les autres,

soit en harmonie, soit en contradiction. "



au préalable leurs restrictions, préférences, allergies. Sur place, ils choisissent leur menu en fonction du nombre de séquences qu'ils souhaitent. Dans ces séquences, il y a ce qu'on appelle des satellites, à savoir 4-5 compositions gustatives. Une séquence, ce sont des saveurs qui vont venir se compléter les unes avec les autres, soit en harmonie, soit en contradiction. On aime beaucoup ça. Le chef décide généralement ce qu'il envoie sur l'instant. Les premières séquences sont souvent des « signatures » avec un affect et une histoire derrière mais les autres séquences peuvent varier d'un client à l'autre. Finalement, le détail de leur menu, ce qu'ils ont dégusté, leur est remis à la fin de l'expérience.

Comment la salle emmène les clients dans cette expérience ?

A.M : On sort du traditionnel et du commun... Lorsque nos serveurs amènent les plats, ils utilisent un vocabulaire imagé qui appelle aux sens et aux émotions. On évite les mots consensuels que j'appelle « parasites » qui selon moi sortent le client de leur immersion. Je veux que tout soit centré sur l'expérience et pour cela une scénographie est mise en place. Au-delà de ça, il faut aussi que les clients soient perméables et sensibles à ce que l'on réalise. Bien évidemment, il y a de la performance derrière ce que l'on fait et propose, mais la clé avant tout c'est l'émotion. Au final, c'est bien cela que les clients retiendront ! Vous remarquerez également que le restaurant est sobre, exempt de tout décorum... C'est une volonté, un parti pris afin que les clients soient pleinement concentrés sur le goût et ce qu'ils ont devant eux.

J.P.R : En salle, lorsque nous servons les clients, nous racontons des histoires qui font partie intégrante du menu... L'enfance du Chef en Afrique mais aussi à l'Île de Ré qui se traduit par des menus tournés vers la torréfaction et les épices mais aussi des produits et saveurs bien particuliers. Les clients se laissent porter et voyagent au travers des souvenirs du chef.





Vous êtes partis de rien... Est-ce que cela a été difficile de mettre en place ce concept et de gagner la confiance de vos clients ?

A.M : Cela a pris du temps mais c'est ce qui fait notre force. Au début, les clients étaient déstabilisés et ne comprenaient pas trop l'incidence. Ce qui a joué en notre faveur a été la transparence, la sincérité, le fait que l'on soit profondément honnête avec les gens qui viennent manger à notre table. On donne le meilleur de nous-même et les clients le voient. Ce qui est important pour moi, c'est comment nous pouvons susciter des émotions au travers de créations imaginées. Je reste fidèle à moi-même, je ne sais faire que ce que je suis. Il ne faut jamais lâcher cette ligne de conduite. Je fais souvent un parallèle avec le sport. Les grands athlètes de notre époque, ceux qui réussissent et se démarquent, bien souvent, ne sont concentrés que sur eux-mêmes et leurs performances individuelles. Ils savent qui ils sont, ils connaissent leurs forces et ne regardent pas ce que font les autres.

En ce qui concerne les accords faits sur les différents voyages gustatifs, sortez-vous également des standards ?

K.B : Au restaurant, le vin reste assez anecdotique... Mais si les clients souhaitent impérativement boire du vin, on partira plutôt sur des blancs qui s'accorderont mieux avec la cuisine du chef. Historiquement, la maison a toujours laissé une grande place aux champagnes, misant sur l'artisanat champenois mais également sur quelques grandes maisons triées sur le volet. Cela a toujours fait partie de notre ADN et en termes de résonances c'est ce qui a de plus pertinent. De fait, on a développé des accords autour des champagnes et plus récemment un accord autour du champagne et du thé. Car le thé est aussi une boisson qui est intrinsèquement liée à l'ADN du chef. Nous avons donc souhaité les réunir au sein d'une même proposition d'accompagnement. Ainsi, se succèdent différentes expressions de thés et de champagnes au fur et à mesure que les séquences du chef défilent. Le Saké a également un rôle prépondérant. On l'intègre dans un accord un petit peu plus hétéroclite où l'on vient mêler aussi bien les vins tranquilles et effervescents au Saké. Nous aimons beaucoup jouer sur ces différentes possibilités, la cuisine du chef étant très créative et riche... C'est un vrai voyage, donc nous aussi on essaie de s'inscrire au diapason.



" En salle, lorsque nous servons les clients, nous racontons des histoires qui font partie intégrante du menu... "

Enfin, pour compléter le voyage, il y a aussi des éléments de ponctuation apportés par la cuisine, tels qu'un accord autour d'un consommé ou encore d'une eau végétale.

J.P.R : La carte des vins est un peu optionnelle avec notamment des vins natures, étrangers mais aussi quelques incontournables. Pour ce qui est des thés, ces derniers sont généralement infusés à froid ce qui permet de décupler leurs saveurs et parfums. Ce qui est important chez nous, c'est avant tout de garder une certaine fraîcheur tout le long du voyage. Cela nous permet de venir contrebalancer subtilement les partitions du chef qui sont déjà très expressives.

Pourquoi avoir fait le choix d'accords mets & thés ?

A.M : Les parfums, les duplicités qui sont très variées par rapport aux températures. Le service se fait dans des verres à vin ou à champagne, ce qui diffuse aussi des arômes bien différents. Le thé n'est pas une matière trop opulente pour ce que l'on propose. On est sur la légèreté, la subtilité ! À côté de ça, depuis plusieurs années on constate une baisse de la consommation de vin (et d'alcool en général). Les gens font de plus en plus attention à leur hygiène de vie, à ce qu'il mange mais aussi à ce qu'ils boivent. Ils consomment différemment, moins dans l'excès et plus dans la qualité. Le thé est une alternative très intéressante.





BRUNO OGER
& *Éric Descazaux, directeur de salle*
Axel Dervieux, chef sommelier



Un écrin qui appelle au partage, une maison de famille où l'on accueille le client en ami... Depuis plus de 10 ans, la Villa Archange rayonne de deux astres. Des étoiles qui ne sont pas tombées par hasard et qui s'arriment à une véritable identité : une signature terre et mer inspirante tout autant qu'un accueil parfaitement orchestré, faisant presque acte de foi. Et cela, on le doit au maître des lieux, Bruno Oger qui œuvre au diapason aux côtés d'Éric Descazaux, directeur de salle et d'Axel Dervieux, chef sommelier. Entre eux, l'entente est plus que cordiale, dirons-nous même naturelle. Telle une machine bien huilée, ils fusionnent leurs talents dans un ballet assumé au service du plaisir et de la convivialité.





« LE LIEN ENTRE NOUS S'EST FAIT NATURELLEMENT, CAR NOUS NOUS APPRÉCIONS ET NOUS RESPECTONS MAIS AUSSI CAR NOUS COLLABORONS DE MANIÈRE INNÉE ENSEMBLE. »

Quel est votre parcours et comment définiriez-vous votre métier ?

E.D : J'ai un parcours classique d'école hôtelière, avec un CAP, un BEP et un Bac pro en cuisine. C'est après - et tout naturellement - que je me suis tourné vers les métiers de la salle. Être directeur de salle est un travail de proximité qui nous pousse à une certaine sensibilité. C'est aussi un vrai parcours de vie où l'on se construit au fil des années mais aussi au gré des expériences et des rencontres. Je suis en quelque sorte un « maître de maison », un chef d'orchestre qui transmet les messages et la vision du chef.

A.D : Pour ma part, je suis aussi passé par la case école hôtelière. Par la suite, j'ai fait une mention en

sommellerie. Outre ma passion du vin, j'ai également une passion pour les belles tables, la gastronomie et les chefs étoilés. J'ai eu la chance de travailler pour de grandes maisons. C'est une ambiance, une atmosphère particulière... Le chef et son équipe sont comme un « tout » et en tant que sommelier j'apporte également ma pierre à l'édifice.

Comment prépare-t-on le client à vivre une expérience ?

B.O : Quand il y a une jolie ambiance dans l'établissement, les clients ne peuvent que se sentir bien. L'harmonie entre tout le monde est nécessaire à l'expérience. Je pense que nous devons nous comporter comme des aubergistes modernes. Quand les gens viennent chez nous, nous sommes une maison où le savoir-être

« Je suis et nous sommes tous l'un des maillons de la chaîne. Et il en va de même pour mon équipe, sans eux derrière moi je ne suis rien. »



et le savoir-faire sont les maîtres-mots de notre travail, que ce soit en salle, en cuisine, en sommellerie ou encore au téléphone. Nous sommes une maison à forte identité et nous allons à l'encontre de tous ces grands hôtels et restaurants. Ici, nous prôtons un accueil personnalisé. On ne vient pas chez nous pour vivre une expérience au sens propre... On y vient pour bien manger, passer un joli moment mais aussi pour la relation qui se crée. Et on le voit au nombre d'habitues dont certains viennent chez nous pour la 27ème fois. Nous ne sommes pas un étoilé classique. Ils apprécient bien évidemment la cuisine mais aussi le service, les attentions, la gentillesse sans être obséquieux. Nous avons pour habitude de prendre des notes sur les habitudes et les préférences de nos clients afin de leur offrir un service+. On connaît le client

et nous aussi le client nous connaît. Nous sommes dans une dimension familiale, d'amitié... Et c'est en cela que réside la magie !

E.D : Comme je le dis souvent, la première chose est d'analyser le client, déterminer ce qu'il vient chercher. Cela s'apprend avec le temps mais aussi l'expérience. Dès le premier contact, vous allez déjà sentir l'atmosphère. Généralement, ils recherchent du plaisir et souhaitent passer un bon moment. Ils peuvent venir également pour le travail et dans ce cas venir devient un agrément. Cela peut-être aussi pour un dîner romantique, et il est donc important de conserver une certaine intimité. Il y a aussi toute la psychologie du client à prendre en compte lorsqu'il arrive, à savoir s'il a passé une bonne journée ou non. Cela va influencer sur l'énergie, si ce

dernier est bien prédisposé ou au contraire s'il va plutôt se décharger. À nous d'interpréter les signes et de nous adapter. Les gens quand ils viennent ici doivent se sentir comme à la maison.

Quelles seraient selon vous les qualités d'un directeur de salle ou d'un chef de rang ?

E.D : Avoir une grande capacité d'observation mais aussi, dans le cas où un client ne serait pas prédisposé à vivre une expérience positive - peut-être parce qu'il a passé une mauvaise journée - être apte à inverser la tendance. Un directeur de salle doit être également un fin psychologue et un bon communicant avec la clientèle mais surtout avec son équipe.





B.O : La qualité première d'un directeur de salle au-delà du management, c'est une très grande connaissance du métier et de ses pairs dans la sphère gastronomique. Cela veut dire qu'on s'intéresse à notre métier et les clients apprécient d'autant plus. Malheureusement, avoir tous ces relais n'est pas donné à tout le monde et cela se perd de plus en plus avec les jeunes générations. Ensuite, je dirais qu'il est important d'expliquer et retranscrire au client l'univers dans lequel il se trouve, notamment pour ceux qui viennent pour la première fois.

Et d'un bon chef sommelier ?

A.D : Selon moi, un bon sommelier ce n'est pas quelqu'un « à part ». J'entends par là que c'est une personne qui fonctionne en équipe et grâce à l'équipe. Je travaille de près avec Éric qui vient en soutien en me conseillant et en m'orientant. En ce sens, je dirais qu'avoir un esprit de coopération et parvenir à faire corps avec le reste de l'équipe est primordial. Il faut aussi savoir écouter sans imposer... La priorité est de faire plaisir au client et de répondre à ses attentes.

E.D : Pour être un bon sommelier, il faut faire preuve d'humilité... La vraie ! Ne jamais oublier que ce n'est pas lui qui fait le vin et qu'il est avant tout un passeur d'émotions.

B.O : Il faut être un passionné de cuisine et aimer la cuisine obligatoirement. Axel a plaisir de bien manger et selon moi, ce n'est que comme ça que l'on parvient à bien associer un vin. C'est un gourmand-gourmet !

Pouvons-nous parler de scénographie au service de l'expérience client ?

E.D : Oui, notre métier s'apparente à une pièce de théâtre. Effectivement, il y a un scénario qui a été pré-établi tout en gardant une certaine spontanéité. On met en avant le côté humain et familial. En prélude et avant de prendre la commande, on apporte toujours quelques amuse-bouches accompagnés d'un apéritif.

B.O : Cette partie amuse-bouche et apéritifs fait partie d'un protocole propre à grand nombre d'établissements. C'est très standardisé... En revanche, nous y apportons notre touche. Pour cette première partie, nous ne proposons que du végétal, c'est un parti pris qui nous tient à cœur. Par la suite, nous offrons également notre pain maison à la farine bio accompagné de beurre demi-sel. Des petites attentions qui font toujours la différence !



Diriez-vous que c'est la complémentarité de vos talents qui rend l'expérience client possible ?

E.D : C'est certain. Je suis et nous sommes tous l'un des maillons de la chaîne. Et il en va de même pour mon équipe, sans eux derrière moi je ne suis rien. J'ai besoin de l'ensemble des équipes de salle et de sommellerie pour que l'harmonie avec le chef et les clients s'opère.

B.O : On est surtout trois grands passionnés de la profession, ce qui est essentiel. On a fait le choix de nous dédier jusqu'au bout à ce métier et de créer une histoire. Le lien entre nous s'est fait naturellement, car nous nous apprécions et nous respectons mais aussi car nous collaborons de manière innée ensemble. Je peux dire que j'ai grandi en la présence d'Éric et d'Axel, notamment en en apprenant plus dans certains domaines comme par exemple le vin. Et je trouve cela enrichissant. On s'apporte l'un à l'autre.

Comment réalisez-vous votre carte des vins ainsi que vos accords mets & vins ?

A.D : La base dans un premier temps est de proposer à nos clients des vins qui plaisent, qui soient bons et qualitatifs. Ce sont également des vins « cohérents » qui

viennent répondre à la carte du chef. Dans l'absolu, je ne cherche pas à tout prix à mettre en avant l'inédit ou encore ce que les autres n'ont pas. Je fonctionne au coup de cœur et aux vins qui ont une vraie identité. On a plusieurs références, différentes régions sur différents styles. Après, on propose aussi des menus avec des accords mets & vins. Dans ce cas, on va leur faire découvrir des vins qu'ils n'auraient peut-être pas pris à la carte. Je pense que c'est une erreur d'imposer un vin à un client, bien souvent ils savent ce qu'ils veulent. Je ne peux que les conseiller et les aiguiller au mieux.

B.O : Lorsque l'on fait un nouveau plat, on a une démarche très particulière. On avance le plat en cuisine, on en discute mais en revanche à ce stade nous ne le faisons goûter à personne. Tout simplement par souci d'être parasités dans notre réflexion et processus de création. Une fois que le plat est validé et qu'il correspond à notre vision, nous le partageons et recueillons les commentaires des uns et des autres de façon collégiale. C'est un moment important pour Axel, qui va pouvoir découvrir les saveurs du plat et ainsi imaginer une association avec un vin. On est dans l'échange, je n'impose rien et fait confiance à mes collaborateurs. Pour ce qui est des vins, on reste très français en ne négligeant aucune région. On propose d'ailleurs beaucoup de blancs de Bourgogne.



On est surtout trois grands passionnés de la profession, ce qui est essentiel. On a fait le choix de nous dédier jusqu'au bout à ce métier et de créer une histoire.



Hostellerie

DE L'ABBAYE DE LA CELLE



NICOLAS PIERANTONI
& *Julien Freulon - Chef sommelier*

En tant que directeur de salle et chef sommelier, quel a été votre parcours ?

La tradition sans ostentation en plein cœur de la Provence verte. Dans une ancienne abbaye royale enlacée de vignobles, la charmante auberge d'Alain Ducasse signe une ode à l'exultation, sage mais ô combien saisissante. Entre les pierres anciennes, on se laisse aller à une retraite gourmande sur fond de naturalité. Dans les clous depuis près de 25 ans, le chef Nicolas Pierantoni flirte avec les 3 toques et l'étoile dans la précision des goûts. Un enfant du pays inspiré par la nature environnante, pour qui le respect du produit est un impératif absolu.



J.F : Je fais mes débuts à l'Abbaye de la Celle en 2013 d'abord par un stage puis comme premier emploi pendant 1 ans. Par la suite, grâce à Nicolas et quelques bons contacts, j'intègre le Plaza Athénée pendant un peu moins de 4 ans où j'évolue aux côtés de Denis Courtiade, Joseph Desserprix et Claire Sonnet. Depuis toujours, j'avais l'envie de partir à l'étranger et j'ai finalement l'opportunité d'aller au Canada pendant 2 ans. Là-bas j'officie aux côtés de Daniel et Raphael Vézina ainsi qu'Arnaud Marchand. Pendant la pandémie, je rentre en métropole et Claire Sonnet me propose alors un poste au Louis XV à Monaco. Passionné par l'univers du vin, fin janvier 2023, je quitte mes fonctions pour débiter une formation à l'Université du Vin de Suze-la-Rousse. Par la suite, tout s'enchaîne et par un heureux coup du destin je retourne à l'hostellerie de l'Abbaye de la Celle en tant que directeur de salle.

Comment fonctionne votre binôme ?

J.F : On est sur une cuisine d'auberge. Ici, les clients viennent se restaurer et prolongent s'ils le souhaitent l'expérience en séjournant chez nous pour un court ou long moment. La dimension d'hospitalité est très importante. Les





" Le restaurant ce n'est pas que la salle

c'est également la cuisine. On se doit de mettre tous

nos collaborateurs dans le même état d'esprit.



gens cherchent à se ressourcer le temps d'un déjeuner, d'un dîner ou même de plusieurs nuits. Mes équipes et moi-même travaillons étroitement avec le chef. Les matinées chez nous sont vraiment des ancrages pour le reste de la journée... On discute, on fait le point sur les menus, la description des plats, des assaisonnements mais également sur les restrictions alimentaires que peuvent avoir certains de nos clients.

« M. Ducasse nous a toujours dit que lorsqu'un client s'installe, il faut qu'il ait quelque chose devant lui. C'est très important ! La définition même de l'hospitalité. »

N.P : Depuis bientôt 25 ans, je porte la vision et l'ADN de Mr Ducasse. Et qui dit bonne cuisine, dit bon producteurs. J'ai également pour habitude de dire que ce n'est pas moi qui fais la carte, ce sont mes fournisseurs. C'est-à-dire qu'on s'adapte aux produits. On est toujours sur une carte serrée avec des appellations un peu universelles tel que « poissons de la petite pêche » ou encore « légumes de nos producteurs ». Et ce qui est bien, c'est que cela permet de

garder un lien

constant entre le chef et la salle. On communique entre nous, à savoir quels sont les produits du jour. Les nouveaux plats que l'on fait, sont affinés puis goûtés. Un plat qui est posé devant le client a été validé et goûté par les serveurs. De fait, ils savent de quoi ils parlent.

Comment se traduit le sens de l'hospitalité dans votre établissement ?

J.F : Ce qui est intéressant avec le métier de directeur de salle, c'est qu'on est un chef de service mais aussi un manager. On gère la relation clientèle tout autant que la relation interne avec notre équipe. Le restaurant ce n'est pas que la salle c'est également la cuisine. On se doit de mettre tous nos collaborateurs dans le même état d'esprit. J'ai eu la chance de faire différents établissements de la Maison Ducasse et c'est vrai que l'hospitalité est un mot très cher au chef et cela commence par des principes simples. L'hospitalité c'est un bel accueil, c'est être reçu et attendu ! Lorsque nos clients arrivent, nous leur servons tout de suite à manger

et à boire. On connaît également leurs préférences et leurs restrictions alimentaires. On prépare et on anticipe toujours l'arrivée du client ! Et c'est bien pour cela que nous sommes une auberge.

Quelles sont les qualités nécessaires, selon vous, pour être un bon directeur de salle ?

J.F. : La curiosité. On est dans un métier de contact et de communication. Il faut savoir se mettre à la place du client et déterminer ce qu'il vient chercher chez nous. Est-ce que c'est un accueil, une belle carte des vins, la cuisine du chef ou encore la beauté des lieux ?... En fonction, on s'adapte. Ensuite, il est important de faire preuve d'empathie avec nos clients certes, mais aussi avec nos collaborateurs afin de garder une belle harmonie

dans l'équipe. Et enfin, je dirais aimer faire plaisir, être généreux. C'est un peu un moteur !

N.P. : Il faut avoir une curiosité, être à l'écoute, analyser et « rentrer dans la tête du client » ! Lorsqu'un client vient pour la première fois, nous ne le connaissons pas... Mais l'idée justement, est de le pousser à revenir une seconde fois et peut-être même à séjourner quelques jours chez nous. Nous devons offrir à chaque client une expérience unique !

Comment transformez-vous un repas en expérience ?

J.F. : Cela passe par un bel accueil et savoir ce que le client attend au niveau de la cuisine et des vins. Nous délivrons un service à chaque table pour chaque client. Et cela demande

une approche et une sensibilité bien particulière. Ici, le message n'est jamais le même. Le client recherche avant tout un accueil différent et personnalisé. L'objectif est de répondre au mieux aux attentes des clients et si possible les surprendre avec une découverte, telle qu'une mise en bouche, une création, un produit fétiche de la maison.

N.P. : Nous sommes très flexibles. Pour surprendre le client, on ne s'interdit rien. L'idée est de faire vivre une expérience sans être rigide. Les petites attentions pour nos clients sont aussi très importantes. Pour les anniversaires, bien souvent, nous apportons un dessert surprise avec une bougie, même si cela n'est pas demandé. Là, on crée l'expérience, on crée le souvenir. Et c'est ce qui fait que les clients reviennent.

Pouvons-nous parler de

Il faut avoir une curiosité, être à l'écoute, analyser et « rentrer dans la tête du client » !





*« Tout part de la terre, de la mer
et nous ne sommes que de simples messagers. »*

complémentarité ?

N.P : Oui, chacun joue un rôle et le fait bien. J'irai même dire que la complémentarité se fait entre le producteur, Julien et moi-même. La cuisine que l'on fait ici pour nos clients, c'est une cuisine de terroir, de jardin, de producteurs. Tout part de la terre, de la mer et nous ne sommes que de simples messagers. On raconte une histoire à nos clients.

Est-ce que c'est la salle qui prépare le client à la perception d'un plat ?

J.F : Je pense qu'il est important de mettre des mots sur les goûts que veut transmettre le chef. C'est primordial. Avant de servir, je fais le récit d'un plat avec des mots et un vocabulaire bien choisi. C'est important de transmettre en amont les goûts qu'ils vont avoir, pour qu'ils s'imaginent

déjà le plat que l'on va leur servir. Cela permet également d'anticiper et confirmer une nouvelle fois d'éventuelles allergies ou préférences.

Qu'en est-il des vins... Comment faites-vous votre sélection ?

J.F : Nous sommes essentiellement locavores avec pas moins de 300 références. Je pense que le client qui vient ici, vient avant tout pour déjeuner au cœur de la Provence verte. Nous sommes une région viticole riche et magnifique. De fait, nous faisons découvrir aux clients une cuisine très locale que nous accompagnons de vins issus de parcelles alentour. Les vins de Provence représentent près de 80 % de notre carte. Pour les vins au verre, j'ai toujours un coteaux varois et un côte de Provence d'ouverts.

Comment faites-vous pour les accords mets & vins ?

J.F : Nicolas me laisse généralement une grande flexibilité. Néanmoins, j'aime partager avec lui mes suggestions. On ne fait pas d'accords à proprement parler, avec les plats et les menus du chef. Au verre, j'ai toujours trois blancs, deux rosés, trois rouges... Ce qui m'offre un large choix de saveurs avec des critères bien différents. Je peux ainsi jouer facilement sur les accords.

N.P : Nous ne pouvons pas changer un vin. Toutefois, lorsque Fabien veut faire découvrir aux clients un vin en particulier, je peux adapter ma cuisine en y ajoutant - grâce aux épices notamment - un peu de puissance ou un peu de douceur. On ne va pas modifier la base du plat mais simplement rajouter « une petite option » qui va venir sublimer le vin et

inversement.

Y-a-t'il d'autres accords sur lesquels vous pouvez jouer ?

J.F : Bien sûr, on le fait sur demande. Dernièrement, je l'ai fait pour une femme qui aimait beaucoup les infusions. Il y a là, un joli jeu d'accords qui peut être fait, notamment avec des plantes issues de notre propre potager. De plus, on ne va pas se mentir, les gens consomment de moins en moins d'alcool au restaurant. C'est pourquoi, nous proposons également une carte de cocktails sans alcool.

Julien, avez-vous eu un mentor ou un sommelier qui vous a marqué dans votre parcours ?

J.F : Je n'ai pas vraiment eu de mentor en sommellerie, par contre j'ai eu la chance de côtoyer énormément de sommeliers. Ça a commencé ici,

avec l'un des anciens directeurs de salle, Xavier Schneider, qui était un grand passionné de vins et qui m'a fait découvrir les vins de Provence. Plus tard, quand je suis partie au Plaza Athénée, j'ai fait de belles rencontres comme Maxime Pastor qui est devenu un ami proche. Avec lui, j'ai pu découvrir énormément de choses et visiter certains vignobles.

Vous qui connaissez si bien M. Ducasse, comment le décririez-vous ?

N.P : C'est un homme qui a un temps d'avance sur les autres et qui reste toujours dans l'action. C'est un visionnaire, un pionnier, un merveilleux fédérateur qui a su s'entourer des bonnes personnes.

J.F : Je pourrais ajouter que Mr Ducasse possède un formidable pouvoir émotionnel, une mémoire des goûts innée.



« Je pense qu'il est important de mettre des mots sur les goûts que veut transmettre le chef. C'est primordial. Avant de servir, je fais le récit d'un plat avec des mots et un vocabulaire bien choisi. »



MARCEL RAVIN

*Jérémy Testa
Jérémy Silman*

& Gérard Veyrat De Lachenal - Chef sommelier





Un voyage culinaire, sincère et audacieux. Une ode à la vie, à la nature et à la richesse de la Caraïbe. Doublement étoilé depuis 2022, le Blue Bay Marcel Ravin signe une métamorphose magistrale. La poursuite d'un rêve, une conviction, un véritable parti pris pour le chef Ravin qui poursuit l'écriture de sa partition culinaire au travers d'un nouvel environnement. L'expérience est dorénavant complète et consommée. Ici, il est question d'émotions et de sensations, d'une rencontre intime avec le Chef et sa culture gastronomique, marquée par ses origines caribéennes, sa terre d'accueil Méditerranéenne, et ses voyages sur les cinq continents. Le tout fait corps et qui plus est, porté par l'audace d'une équipe passionnée : Jérémie Testa et Jérémie Silman en salle qui transcendent l'univers du chef et Gérard Veyrat De Lachenal qui pousse cette odyssée de l'assiette au verre.



Justement, pourriez-vous nous en dire plus sur cet art de la table ?

J.T : Nous avons l'Oursin blanc qui fait figure de caviar de la mer en Martinique ; La Nasse avec laquelle le chef allait pêcher enfant avec son grand père ; Le Volcan pour le Rocher du Diamant ; Le Corail qui fait référence à la barrière de corail où derrière celle-ci la pêche était toujours fructueuse... Lorsque l'on accueille les clients à la table, nous les retournons. C'est un peu comme un signal pour lancer les réjouissances. À noter également, ces assiettes une fois retournées – et de par la volonté du chef – représentent les fonds marins caribéens vus du ciel. Pour compléter, nous avons également des petits contenants en forme d'oursin pour l'huile d'olive de la maison qui s'accompagne du pain de partage / du lendemain. Le chef étant anti-gaspillage, réalise ce pain en collaboration avec la chef pâtissière, à partir de la chapelure des pains de la veille (pain baguette à la farine de manioc, aux céréales, Zakari, brioché à la fleur de sel).

Marcel Ravin c'est une identité forte, un univers culinaire assez unique sur Monaco... Est-ce une force ?

M.R : Nous avons créé un style culinaire unique. Ce n'est pas de la cuisine fusion, loin de là. Je vois plutôt cela comme une écriture basée sur une identité, une histoire qui fait partie de ce que nous sommes le peuple caribéen... Le monde créole. C'est un mélange de cultures, de différentes origines et contrées. Ma cuisine est une interprétation de tout cela. J'ai souhaité m'enrichir de ce mélange de peuples et de cultures. Je vois ma cuisine comme une passerelle sur les cinq continents. Le jour où j'ai compris qu'il y avait une richesse à travers cela, j'ai trouvé une sorte d'apaisement culinaire. Transmettre n'est pas seulement un travail personnel, c'est aussi celui d'une équipe, d'hommes et de femmes qui y ont adhéré. Et ce qui est encore plus fort dans tout ça, c'est l'émotion que nous créons autour de cette alchimie, l'humain, les éléments, l'environnement...

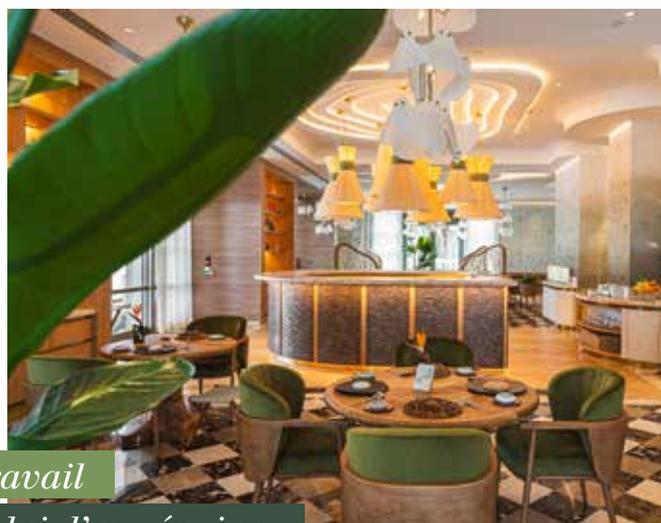




« Transmettre n'est pas seulement un travail

personnel, c'est aussi celui d'une équipe,

d'hommes et de femmes qui y ont adhéré. »



Comment cela se manifeste-t-il dans votre établissement ?

M.R : Mon équipe est imprégnée de mon histoire et la retranscrit à merveille. Les clients voient que nous formons tous ensemble « un ». Mon équipe ne surjoue pas, ils sont eux-mêmes et c'est pour cela que ça fonctionne. On reçoit les gens comme nous recevons des amis à la maison tout en conservant un certain standing. Il faut à tout prix garder cette forme de naturalité dans la communication. On ne théâtralise pas... Le théâtre c'est pour la scène, ici nous sommes dans une maison, que ce soit du côté des équipes ou des clients.

J.S : Il n'y a pas de théâtralisation ici. Nous avons des principes de service commun mais à côté chacun est libre

d'apporter sa pierre à l'édifice lors d'un service. Il n'y a pas de choses qui sont prédites et pré-écrites à l'avance. Lorsque le client s'assoit et repart, il a vécu une expérience unique et personnalisée. Et ce, même s'il revient dans notre établissement. On a la chance d'avoir un chef très créatif, qui nous stimule tous les jours et c'est à nous de nous adapter pour offrir l'expérience la meilleure qui soit à nos clients. Ici, on fait vraiment tout avec le cœur et sur l'instant.

J.T : Je pense que pour retransmettre, il faut s'intéresser au chef, à son histoire, son ADN. Il ne faut pas tricher, il ne faut pas s'inventer un rôle... Il faut simplement croire en ce que l'on dit. Si vous vous intéressez à ce que vous faites et que vous voulez bien le faire, en général le client va le ressentir et plonger naturellement dans cet

univers. J'essaye avant tout de faire vivre des émotions. Je parle avec mon cœur, spontanément, sans script.

Qu'est-ce que vos clients viennent chercher en venant au Blue Bay Marcel Ravin ?

J.T : Je pense qu'ils recherchent tous la même chose... Celle de passer un moment unique et de rencontrer le chef.

M.R : Aujourd'hui les clients savent où ils viennent et qu'ils peuvent être surpris à tout moment. Ils arrivent dans un écrin où il y a une promesse. Et si cette promesse est tenue (et elle est tenue), ils repartent heureux. Ce qu'un client vient chercher, c'est avant tout du plaisir... Si nous aimons ce que nous faisons, si nous y croyons,

GASTRONOMIE

si nous sommes heureux de servir nos clients, alors nous avons réussi. Nos clients habitués aiment également avoir une carte blanche. S'ils viennent régulièrement, on aime leur proposer de nouvelles choses, un menu différent. Rien n'est écrit d'avance.

« Je pense que pour retransmettre, il faut s'intéresser au chef, à son histoire, son ADN. »

Lorsque l'on pense à vous Marcel, le mot qui revient souvent est créativité... Etes-vous d'accord ?

M.R : Je ne sais pas si je suis créatif mais une chose est sûre, je suis aimant et amoureux. Amoureux de la vie et du temps qui passe. C'est-à-dire que chaque jour j'ai envie de faire bien sans être dans une recherche de compétitivité. Je n'aime pas tant le mot « créatif »... Quand on crée quelque chose c'est quelque chose qui n'existe pas. J'ai des bases solides et avec le temps je me suis constitué une mémoire des goûts. Grâce à cela, je me laisse aller à une forme d'audace, j'ose. Aujourd'hui j'arrive à manier les associations, les accords, les épices, les textures... La cuisine pour moi, c'est bien plus que de faire des recettes et des assemblages.

Je m'oblige à aller dans une réflexion perpétuelle pour amener de l'émotion plus que de l'expérience. D'ailleurs, j'en attends de même de mes équipes. Chaque jour je les pousse à se dépasser, à prendre des risques, à aller chercher ce qu'ils ont en eux.

Comment a été pensée votre carte des vins et comment faites-vous vos accords ?

G.V : Depuis 19 ans, j'ai pu m'essayer à divers horizons. Il y a longtemps, on a développé à peu près 25% de la carte sur les vins du monde. Il se trouve finalement que les clients

« MON ÉQUIPE EST IMPRÉGNÉE DE MON HISTOIRE ET LA RETRANSCRIT À MERVEILLE. LES CLIENTS VOIENT QUE NOUS FORMONS TOUS ENSEMBLE « UN » ».



étrangers veulent ce que l'on fait de mieux ici, à savoir des vins de région. Petit à petit, on a commencé à l'étoffer avec des vins locaux et des incontournables. À ce jour, nous avons environ 300 références. Pour ce qui est des accords, je travaille de près avec le chef notamment lorsqu'il y a de nouvelles propositions culinaires. À ce moment-là, je goûte pour sécuriser le palais. Lorsqu'il y a une carte blanche, ce sont généralement des accords intuitifs... La première démarche est d'aller voir ce que le chef a derrière la tête (même si parfois lui-même ne le sait pas).

M.R : Gérard a une connaissance incroyable et comme pour la cuisine, il fait preuve d'une grande part d'intuitivité. À côté de ça, nous commençons à travailler sur un Rhum signature mais également sur des boissons sans alcool comme des fermentations maison.

La table de Marcel Ravin, « un restaurant dans le restaurant »... Quelle en est l'essence ?

M.R : Je n'aime pas la notion de « table du chef » car pour moi toutes les tables sont les tables du chef. En revanche, l'idée de cet endroit est de vous faire vivre « autre chose ». Partager une même table avec d'autres convives (que parfois vous ne connaissez pas) autour d'un dîner. Ici, c'est carte blanche, avec un art de la table qui est complètement différent. Je souhaite que l'on se raconte de belles histoires. J'aimerais mettre cette table « à nu », sortir des codes, que les gens se laissent aller à une forme de liberté que l'on peut

avoir chez soi, comme par exemple manger certains plats ensemble avec la main. Il faudra venir ici sans préjugés et appréhensions... Je ne veux pas faire des choses pour faire des choses, je veux créer une forme d'émotion pure !

Quelles sont selon vous les qualités nécessaires à un maître d'hôtel, chef de rang ?

M.R : C'est très simple... Aimer son client ! C'est le seul moyen de toucher au cœur et de créer des émotions. Si la personne se sent bien et en confiance, alors on ouvre le champ des possibles. Bien sûr, il y en a d'autres, comme l'implication, le courage, la patience...

J.T : Je dirais aimer le partage, avoir une rigueur et une régularité permanente, mais aussi avoir l'envie de faire grandir les autres autour de soi. Ici, il n'y aucune scénarisation, aucun script... On doit vraiment s'adapter à chaque table car chaque attente est différente.

G.V : Lorsque l'on dit vouloir faire grandir les autres, c'est avant tout les responsabiliser. Et c'est ce qu'on fait ici. On n'hésite pas à challenger nos équipes.

J.S : Il y a des qualités sociales à avoir, comme aimer son prochain autant sur les équipes que sur les clients que l'on accueille. C'est avoir une capacité d'adaptation car chaque service est différent mais aussi savoir cerner son client et doser ce qu'on lui donne afin de lui offrir la meilleure expérience qui soit.



La Maison Hugou



La maison Hugou c'est la qualité, c'est LA valeur sûre !
Des truffes fraîches rigoureusement triées, calibrées et canifées

**N'hésitez pas à nous
contacter pour plus de
renseignements**

*Hugou Dumas
Le Moulin, 83 170 Rougiers
04 94 37 32 32 - www.hugoudumas.fr
hugou.dumas@orange.fr*

De mi-novembre à fin mars

- **Truffes noires ou truffes du Périgord** (*Tuber Melanosporum*)
 - **Truffes Brumales ou truffes musquées** (*Tuber Brumales*)
- France (Région du Tricastin et Var) Espagne, Italie

De début février à mi-avril

- **Truffes Borghii** (*Bianchetto*), Italie

De début mai à fin septembre

- **Truffes de la Saint-Jean ou truffes d'été** (*Tuber Aestivum*),
France, Italie et Espagne

De mi-septembre à mi-décembre

- **Truffes de Bourgogne** (*Tuber Uncinatum*), France et Italie

De début octobre à mi-janvier

- **Truffes d'Alba** (*Tuber Magnatum Pico*), Italie

N'ATTENDEZ PLUS ET RETROUVEZ NOUS SUR



"MAISON HUGOU TRUFFES" ET PROCHAINEMENT

SUR NOTRE SITE TRUFFES-HUGOU.FR



L'excellence mise en boîte !

Pour la mise en conserve, la truffe noire est rigoureusement sélectionnée. Cuite dans son jus, elle peut être préparée entière, en fines lamelles et en brisures.

Truffes brossées extra



Mise en verrine de truffe noire entière extra. Parfait pour faire des brouillades, feuilletés et farces. Idéal pour se faire plaisir ou faire plaisir.

Conditionnement :
12.5 GR - 25GR - 50 GR - 200 GR - 400 GR

Brisures de truffe



Truffes noires finement hachées. Parfait pour la réalisation de beurre truffé, tartes, farces, brouillades et boudins.

Conditionnement : 25GR - 50 GR -
200 GR - 1 KG

Jus de truffe



Jus obtenu durant la mise en conserve de truffes fraîches noires. Idéal pour les risottos, purée de pomme de terre et les plats en sauces.

Conditionnement : 50 GR - 400 GR

Lamelles de truffe



Excellent accompagnement pour les assaisonnements de salades, pâtes, risottos et carpaccio. Ingrédient indispensable dans votre cuisine !

Conditionnement : 55 ML - 250 ML

Huile aromatisée à la truffe noire ou blanche



Mise en conserve en pleine saison de Truffe noire coupée en fines lamelles. Excellent accompagnement pour les pâtes, risottos, pomme de terre au four et carpaccio.

Conditionnement : 12.5 GR - 25GR -
50 GR - 200 GR



Périodes de cueillettes :

DES CHAMPIGNONS SECS

Nos champignons secs sont choisis et sélectionnés dans les meilleurs pays de productions tels que le Chili, Patagonie, Argentine, Canada, Macédoine... Sont mis à l'honneur les morilles, les trompettes de la mort ou encore les cèpes !

Conditionnement : 500 GR - 30 GR

DES CHAMPIGNONS FRAIS

Notre sélection de champignons frais s'effectue à la semaine. Nous achetons en priorité dans les différentes régions de France, mais aussi en Italie, Espagne, et dans certains pays de l'Est.

CÈPES	De mai à novembre
MORILLES	Avril, mai et Juin
LACTAIRES / SANGUINS	De mai à novembre
GIROLLES	De mai à février
TROMPETTES DE LA MORT	D'août à décembre
PIEDS DE MOUTONS	De septembre à février
MOUSSERONS	Mai, juin, octobre et novembre
CHANTERELLES	Mai, juin, octobre et novembre

• PATISSERIE •

1870



MAISON **BÉCHARD**

L'authenticité d'une institution fondée en 1870

Qui n'a pas déjà entendu parler des douceurs de Béchard ? Sur le célèbre cours Mirabeau, au rez-de-chaussée d'un hôtel particulier, l'une des plus anciennes confiseries-pâtisseries de la ville régale les becs sucrés de Provence depuis plus de 150 ans. Et aujourd'hui, cet écrin de gourmandise aux airs d'antan est orchestré par Margaux Touzet, qui incarne la 5e génération de la famille Béchard.



« Cinq générations de confiseurs, le ciment d'une grande maison ! »

Une vitrine qui met l'eau à la bouche et ravit les mirettes de généreuses pâtisseries avec ce qu'il faut de douceur et de gourmandise. **Entre ces murs, les recettes et les savoir-faire restent bien gardés, transmis en famille, de génération en génération.** La qualité, dit-on, est irréprochable avec un goût de « reviens-y », trouvant ainsi au fil des décennies de nombreux partisans. Les Aixois (et pas que) y viennent d'ailleurs en famille... Une sorte de rite où les anciens initient les plus petits au plaisir gourmand, construisant ainsi leur madeleine de Proust. Tout est fabriqué sur place au sein de l'atelier dans l'arrière-boutique. Les ingrédients sont sélectionnés avec soin afin de garantir une qualité constante aux multiples créations. **Aujourd'hui, ce ne sont pas moins de 20 hommes et femmes passionnés, qui sont dédiés à la confection et au service des spécialités de la Maison.** Un héritage qui perdure et qui continue de donner du lustre à cette institution provençale.

UNE PRODUCTION ARTISANALE AUX SAVEURS DE PROVENCE

En poussant les portes de la maison Béchard, vous goûtez au fruit d'un travail minutieux fait avec cœur et raison. Dans cette boutique qui garde les marques du temps et de ceux

qui l'ont précédé, votre esprit tourbillonne dans un essaim de douceurs. Toute une palette de friandises et de saveurs se déroule sous nos yeux pour combler le palais de tous les amoureux de pâtisseries. En tête de liste, on retrouve les calissons, une spécialité de la ville. Au fil du temps, la recette s'est peaufinée pour devenir plus universelle et contenter tous les curieux. En magasin ou sur le site, vous découvrirez le calisson sous toutes ses facettes dévoilant une large palette de goûts différents : allant du moelleux au fondant, du miel au chocolat, en passant, évidemment, par le melon classique. Vous aurez également, le choix du contenant, que ce soit en sachet, en plumier (marque de fabrique de la Maison), en boîte ou en coffret pour les plus mordus.

La pâtisserie Béchard fait également la part belle à des incontournables de la région tels que les biscotins, les olives de Provence, les fruits confits, la célèbre « pompe à huile », les croquants, les navettes, le nougat blanc et noir sans oublier les tartes savoureuses, les brioches, une farandole de chocolats et la spécialité de la Maison : l'Alexandre, un entremet très gourmand unique au monde, composé d'une mousse d'amande accompagnée d'un pralin.

Ici, les goûts et les plaisirs sont innombrables... Il ne vous reste plus qu'à les découvrir !



MITRON BAKERY

La Boulangerie Artisanale engagée et durable

Une histoire de femmes et d'hommes producteurs, d'artisans-boulangers, de mitrons et commerçants, qui font vivre les valeurs et le savoir-faire d'une boulangerie véritablement respectueuse.



Pour Mauro Colagreco, le pain est fondamental. Son « pain de partage » est d'ailleurs le premier plat qu'il sert sur ses tables. **Tiède et parfumé, il est un hommage à sa grand-mère Amalia et à son enfance joyeuse en Argentine.**

« Le pain est universel. Il nous relie au-delà de nos appartenances culturelles, il est ce que nous avons de plus précieux dans notre alimentation... »

Mauro Colagreco

C'est justement ce qui pousse ce chef de file de la gastronomie circulaire à fonder en 2019, MITRON BAKERY, une boulangerie artisanale, engagée et durable proposant du pain vivant et de délicieuses spécialités régionales - notamment mentonnaises. **Ainsi, Mauro Colagreco, réhabilite le bon pain, fondamentalement nourrissant, et tente de lui rendre sa place d'aliment vital indispensable.**



« Mauro Colagreco [...] s'évertue chaque jour
à [...] améliorer l'alimentation d'aujourd'hui

pour mieux nourrir les générations de demain. »

Très investi dans la préservation de la planète et de l'alimentation vivante, Mauro Colagreco offre, avec beaucoup de simplicité et d'humilité, un nouveau regard sur l'artisanat boulanger et s'évertue chaque jour à poursuivre sa quête : améliorer l'alimentation d'aujourd'hui pour mieux nourrir les générations de demain. Afin de proposer un pain respectueux de l'environnement et de ceux qui le façonnent, il s'est intéressé à son essence même, la Terre, et a remis en question les modes de production.

« Une nourriture simple et responsable, permettant de faire le lien entre l'Homme et le travail de la terre. »

UNE BOULANGERIE RESPECTUEUSE DU VIVANT

Bien décidé à retrouver le sens premier du pain, dans ce qu'il a de plus sain et de plus généreux, le chef du Mirazur*** part à la rencontre de Roland Feuillas, fondateur des Maîtres de mon Moulin, et producteur de farines de blés anciens "100% Nature®" à Cucugnan. Une rencontre décisive dans le pays cathare qui conforte Mauro dans son envie de bousculer les codes de la boulangerie contemporaine, en proposant un pain bio au levain naturel parfaitement vivant. MITRON BAKERY, symbole de cette démarche sincère, à la fois philosophique et essentielle, contribue activement à la sauvegarde du patrimoine culturel et culturel mondial. Avec son moulin et son fournil, tous deux situés à Menton, la boulangerie du

chef triplement étoilé, ambassadeur UNESCO en faveur de la biodiversité, propose une nourriture saine issue de farines fraîches, moulues sur meule de pierre Astrié, à partir de blés anciens nourrissants, naturellement digestes et parfumés, cultivés sur sols vivants en agriculture biologique.

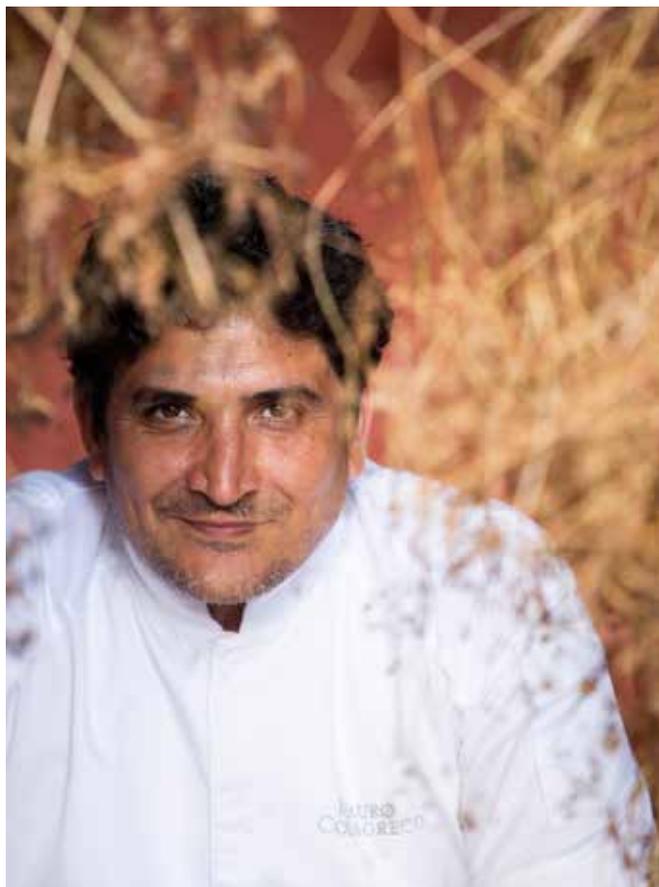
« Aujourd'hui, l'alimentation est devenue une industrie de masse qui permet à chacun de se nourrir. Malheureusement, nous avons, pour beaucoup, perdu ou oublié notre capacité à bien nous restaurer. Chez Mitron Bakery, nous offrons cette opportunité de mieux consommer tout en restant accessible. »

Mauro Colagreco

UNE NOUVELLE ADRESSE AZURÉENNE POUR PROMOUVOIR LA BIODIVERSITÉ PAYSANNE

Après avoir ouvert successivement trois points de vente à Menton et Monaco, Mauro Colagrecò propose dès lors son offre de pains vivants exceptionnels et ses délicieuses spécialités régionales aux niçois. Entre la mer et le centre-ville historique, le marché Saleya de Nice regroupe depuis 1816 les étals des petits producteurs et artisans locaux. Une adresse parfaite pour MITRON BAKERY qui y décline une multitude de découvertes gustatives et olfactives : Barbu du Roussillon, Méteil, Petit-Épeautre (Engrain) et Grand-Épeautre, Blé de Population, Blé de Khorasan (Kamut), Rouge de Bordeaux, Seigle, Amidonnier rouge, Blanc de Noé, Pétanielle Noire de Nice... Autant de pains « santé », naturellement faibles en gluten, qui reflètent l'engagement de MITRON BAKERY en faveur de la biodiversité cultivée.

Aux côtés de ces miches aux bienfaits propres, la boulangerie artisanale propose des sandwiches de saison (baguette, ciabatta ou foccacia), des fougasses, et bien d'autres gourmandises telles que tarte au citron de Menton, lingot aux agrumes, fougasse mentonnaise, panettone (élu meilleur panettone créatif de France en 2021), brownie et cookie, rolls à la cannelle ou au chocolat, chiffon cake...



« Manger en pleine conscience est une magnifique médecine préventive. Pour moi, Mitron Bakery est le point de ralliement de toutes celles et ceux en recherche d'un bonheur intérieur; de goûts, et d'engagements. Par nos choix, nous faisons prospérer des écosystèmes vertueux. C'est d'ailleurs en choisissant ce que l'on mange que l'on choisit le monde dans lequel nous vivons. »

MITRON BAKERY NICE (MARCHÉ SALEYA)

Ouverture du mercredi au dimanche de 8h00 à 14h

MITRON BAKERY MENTON (8, RUE PIÉTA)

Ouverture du mardi au samedi de 8h à 19h et le dimanche de 8h30 à 14h30

MITRON BAKERY MENTON MARCHÉ DES HALLES (HALLES MUNICIPALES, RUE PELISSON)

Ouverture du mardi au vendredi de 7h30 à 13h et les samedis et dimanches de 7h à 14h

MITRON BAKERY MONACO (MARCHÉ DE LA CONDAMINE, PLACE D'ARMES)

Ouverture du mardi au dimanche de 7h30 à 13h45



PARTAGEONS ENSEMBLE *la passion du pain*

« *Des pains sains, naturels et bons* »



Depuis plus de 40 ans, Jean Kircher est l'ardent défenseur des règles anciennes de la boulangerie. Symbole fort de la vraie tradition du pain dans notre monde moderne, Pains & Tradition base sa production sur la main de l'homme, sans automatisation ni programmation numérisée, sans artifices ni améliorants. Une philosophie de qualité... sans compromis.

Le goût... c'est tout !

Pains & Tradition attache une attention particulière non seulement à la qualité de ses ingrédients mais également aux producteurs et leur façon de travailler.



« On récolte ce que l'on sème »

Les graines sont essentiellement d'origine bio et sont sourcées chez les meilleurs cultivateurs d'Europe avec une exception près, le lin doré qui

vient du Kazakhstan. Et c'est entre les murs du moulin Kircher d'Ebersheim en Alsace que s'opère tout le savoir-faire de Pains & Tradition... En résulte des farines exceptionnelles, une matière première noble parfois même rare. Le sel, quant à lui, provient de Guérande, les levains sont issus de cultures propres et la levure est dosée jusqu'à 10 fois moins que ce que pratique la boulangerie moderne.

Une production en « Slow Baking »

Chez Pains & Tradition, les boulangers interviennent tout au long de la chaîne de production. Rien n'est automatisé, aucun compromis n'est fait!

« Nous n'inventons rien et faisons le pain comme nos anciens ! »

Le pétrissage est une étape essentielle car il confère à la pâte la personnalité

qui s'exprimera pleinement à la cuisson. La Maison fait le choix d'un pétrissage lent, octroyant à la mie une couleur crème et bien alvéolée. L'eau et la farine sont parfaitement dosés de façon à faire une pâte hydratée à 67-70% ce qui permet d'obtenir un pain « vivant » digeste qui se conserve dans le temps et déploie des arômes de miel, de caramel, de foin et de fruits rouges. Les fermentations lentes et naturelles, elles, sont effectuées à température ambiante (23-24°) et ce, durant 3 à 8 heures. Suivant les préceptes d'antan, la pâte est ensuite rabattue à la main avant le façonnage. Finalement, les pains sont pré-cuits dans des fours à soles de pierre puis surgelés, permettant ainsi aux consommateurs-amateurs de les enfourner une deuxième fois au four chez eux, afin de leur apporter la coloration et le « croustillant » qu'ils souhaitent.

« Le goût du vrai à portée de main. La qualité à chaque instant ! »

Slow Baking Certified

Pains & Tradition est certifié « Slow Baking » depuis 2004, seule certification au monde à donner au consommateur la garantie d'un pain bien fait en respectant les vraies règles de la boulangerie.

Un pain signature : L'Ardennais

Le bon, le vrai, l'authentique... Ce pain possède une croûte croustillante et une mie grasse et généreuse, agréable à la mâche et dégageant des arômes et des goûts sans pareil.

Ingrédients : Farine de blé, eau, farine d'épeautre, germes de blé, sel de Guérande, levure.

Très bonne conservation.

Son indice glycémique bas en fait un pain très digeste.

La gamme : 40 gr, 80 gr, 120 gr, demi baguette 150 gr, pain rond 200 gr, baguette 270 gr, pavé 350 gr, 440 gr, 600 gr, 800 gr, 1 kg.





CYRIL **LIGNAC**
& *Benoît Couvrand - Chef pâtissier*

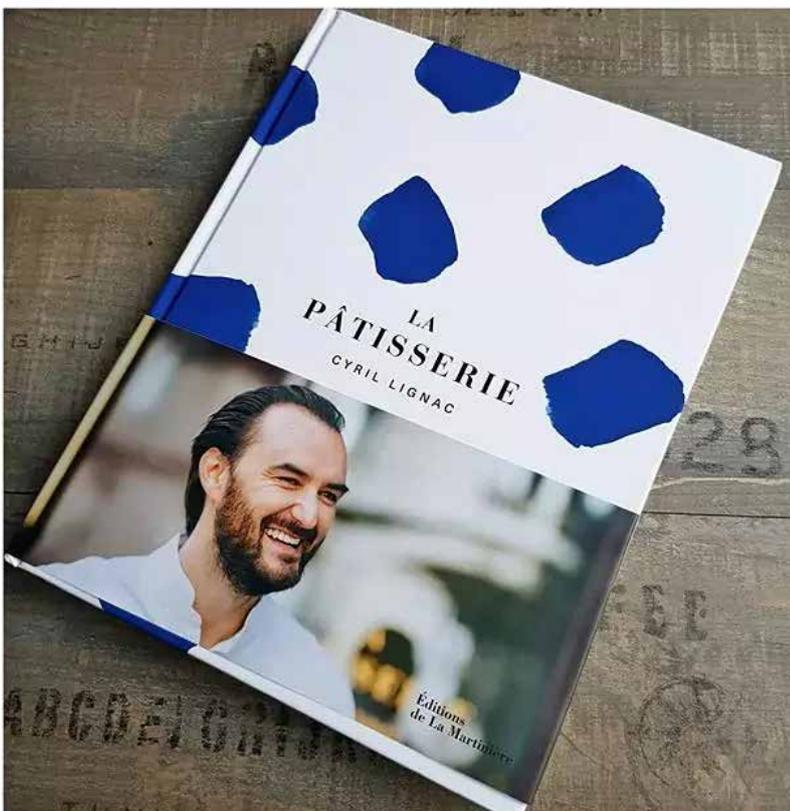


Un sourire jusqu'aux oreilles, l'accent chantant et un (non)sérieux attachant

...

On ne présente plus Cyril Lignac, célèbre cuisinier et chef (ami) préférés des français. Aux côtés de cette figure emblématique de nos écrans, on retrouve Benoît Couvrand, ami et partenaire de longue date. À eux deux, ils ont bâti un petit empire de délectation, en ouvrant pas moins de six pâtisseries - chocolateries, véritables lieux de vie de quartiers où défilent une farandole de douceurs appelant à la gourmandise et à la convivialité. La simplicité des belles choses, du cœur et de l'émotion à l'ouvrage, un brin de malice, un amour pour les pérégrinations savoureuses... Voilà ce qui lie ces deux hommes dont la candeur défie l'art d'une partition parfaitement exécutée.

ILS FONT LA PAIRE !



L'un est un aveyronnais épris de goûts et de voyages, l'autre un fils de boulanger tombé dans le fournil et les délices sucrés dès le plus jeune âge... Et pour autant, tous deux sont le fruit d'un travail acharné et d'une envie irrépressible de vouloir faire plaisir.

L'année 2011 signe une heureuse rencontre - la-leur - et les prémices d'une aventure humaine et ô combien savoureuse. Entre les deux hommes, ça a fait « tilt », une évidence dont l'entente et l'amitié se poursuivent encore aujourd'hui. « Nous nous sommes tout de suite bien entendus avec Cyril. On parlait produit, philosophie, façon de travailler et nous nous sommes aperçus que nous étions très complémentaires. J'apprécie travailler avec lui car il sait exactement où il souhaite aller, quelle orientation prendre, il a des convictions et une vision du métier que je partage. ». Ensemble, ils créent une once de magie, des pâtisseries ancrées dans la tradition tout en étant tournées vers la modernité.

*Cyril et Benoît
autant à inventer qu'à réinventer, dans un style toujours plus friand, à la
technique assurée !*



« ENSEMBLE, ILS CRÉENT UNE ONCE DE MAGIE,

DES PÂTISSERIES ANCRÉES DANS LA TRADITION

TOUT EN ÉTANT TOURNÉES VERS LA MODERNITÉ. »



UN PIED-À-TERRE À SAINT-TROP'

Pour leur toute première ouverture hors de la Capitale, les deux amis ont mis le cap vers les doux embruns et le bleu azur de la Méditerranée... Un air de vacances propices aux plaisirs (non) coupables dans l'un des plus beaux villages de la Côte d'Azur : Saint-Tropez. Le décor est planté sur la route des plages, revêtant l'allure d'une maison provençale avec ses tuiles méditerranéennes, ses persiennes aux fenêtres, ses oliviers et agrumes accueillants. À l'intérieur, les poutres apparentes en chêne badinent allègrement avec le sol en terrazzo beige-sable et les carreaux de céramique ocres conférant chaleur et convivialité au lieu. D'un côté, on trouve l'Atelier où sont confectionnés chaque jour les pâtisseries, pains et viennoiseries et de l'autre, l'espace de vente et ses comptoirs en marbre couleur sable et

en chêne griffé où trônent les créations. On note également l'arrondi des vitrines qui insufflent d'autant plus la gourmandise et les étagères aux bords cannelés qui ne sont pas sans rappeler les biscuits d'antan.

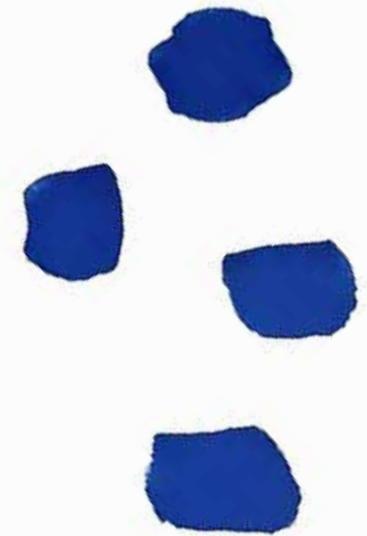
DU SIGNATURE, DE L'INÉDIT ET UNE TOUCHE PROVENÇALE

Cyril et Benoît s'amuse à inventer qu'à réinventer, dans un style toujours plus friand, à la technique assurée ! On se régale de créations inédites pensées au sein de l'atelier de création local à l'image d'une élégante pavlova aux fruits rouges, d'une tarte fine à l'abricot, d'un financier aux framboises, d'une tarte cerise, de choux chantilly, sans oublier la pissaladière et la focaccia en exclusivité ! Parmi les grands classiques de la maison, on retrouve le baba au rhum copieusement surmonté de sa crème chantilly à la vanille Bourbon,

la tarte citron, le royal Chocolat ou encore la tarte framboise, signature de l'été, alliant la douceur d'une crème légère au lait d'amandes et l'acidulé des framboises fraîches garnies de compotée de framboises. On ne fait pas l'impasse également sur la première création signature de La Pâtisserie Cyril Lignac, l'Equinoxe, avec sa crème légère à la vanille Bourbon, son cœur caramel et son biscuit croustillant au Spéculoos. Du côté des boulangers, une collection de pains, viennoiseries et goûters est proposée tout au long de la journée : Tigré, chocolatine, cake marbré, pain de mie aux céréales... Enfin, on retrouve les produits phares de La Chocolaterie comme les tablettes de chocolat, barres chocolatées,

pâtes à tartiner, sans oublier les emblématiques oursins guimauve.

En prime, les Chefs ont choisi de travailler avec des producteurs passionnés, garants d'une qualité régulière et implantés majoritairement au plus proche de la production. Ainsi, les fruits frais viennent de petits producteurs implantés sur le pourtour méditerranéen ; le beurre (qui est toujours frais) vient des Charentes Poitou ; la laiterie, quant à elle, est fournie par L'Or des Prés ; et enfin les farines proviennent exclusivement de la Minoterie Viron, réputée pour son savoir-faire et sa rigueur dans la sélection des meilleurs blés.



*« Cyril et Benoît s'amuse
autant à inventer qu'à réinventer, dans un style
toujours plus friand, à la technique assurée ! »*





SANDRO MICHELI

Ou la « *desseralité* »

Une vision inspirée de son alter ego culinaire la « Naturalité ». Une approche résolument moderne de la pâtisserie, née de l'esprit du chef Alain Ducasse et de Jessica Préalpato dès 2018. Aujourd'hui en digne ambassadeur, Sandro Micheli, chef pâtissier du Louis XV, incarne à la perfection cette philosophie nouvelle et instille des morceaux de gourmandise qui émerveillent les fins palais. Dans ses assiettes, pas plus de deux éléments, pas de superflu... Le produit est roi, le goût l'est tout autant ! On délaisse les déferlements de sucre pour laisser place à la légèreté. Tagètes et quinoa, macérer et snacker : les produits et les techniques que Sandro utilise pour les desserts sont vraiment dans la droite ligne de la Desserativité.



À BONNE ÉCOLE

Celui qui a toujours eu la dent sucrée découvre lors d'un stage le travail de Stéphane Klein, pâtissier-chocolatier et maître sculpteur sur sucre. Une révélation qui le pousse vers une mention complémentaire, prémices d'une véritable

« C'est un peu par hasard que Sandro Micheli s'oriente vers le monde de la cuisine mais c'est indéniablement par passion qu'il choisit la pâtisserie. »

vocation. **Et autant le dire, il part sur les chapeaux de roues, faisant sa grande entrée dans de prestigieuses maisons.** Tout d'abord chez Paul Bocuse, à Collonges-au-Mont-d'Or, où il apprend la rigueur, la discipline, l'organisation et le respect. Puis chez Michel Guérard à Eugénie-les-Bains, où il découvre un tout autre monde comme la cuisine minceur et les desserts à l'assiette. Finalement, c'est les cuisines de Gérard Boyer aux Crayères à Reims, qu'il part rejoindre pour temps. En 2000, à seulement 24 ans, il se laisse porter par son goût d'ailleurs et plie bagages pour New York. Là-bas, il pousse les portes du célèbre restaurant de Daniel Boulud et fait des miracles en tant que sous-chef. **En 2005, il fait la rencontre d'Alain Ducasse qui l'engage en moins de temps qu'il n'en faut comme chef pâtissier** à l'Essex House puis, en 2008, chez Adour, le restaurant de l'Hôtel Saint-Régis. Après quelques années à Manhattan, il réfléchit à rentrer en France avec sa famille. Dès lors, Monsieur Ducasse lui propose une place de



chef pâtissier à Monaco, au Louis XV ! **Un rêve qui se concrétise et qui signe le début d'une nouvelle aventure... Qui dure.** Et pour cause, il a fêté l'année dernière ses 10 ans de maison à Monaco ! « Je suis heureux d'être ici. Quand on est bien quelque part, qu'on se sent à sa place, que l'on est en phase avec son équipe et avec le restaurant, pourquoi vouloir changer ? » À la tête d'une jeune brigade de quatre personnes, **Sandro Micheli met un point d'honneur à transmettre dans la bienveillance,** ne misant pas sur l'expérience mais donnant ses chances aux plus motivés. Et c'est entouré de son équipe qu'il crée au gré des saisons et avec les merveilleux produits du sud des desserts inventifs pour la carte du Louis XV. En 2019, Sandro obtient même le titre de « pâtissier de l'année » par le Gault & Millau, loin d'être un aboutissement, **c'est**

plutôt « une belle reconnaissance de toutes ces années de travail ».

UN SOUPÇON DE GOURMANDISE

Depuis plus de 10 ans, Sandro Micheli mitonne des gourmandises trois étoiles qui cochent toutes les cases d'un dessert magistral. Comme pour la cuisine, des goûts francs et sincères, un nuage de légèreté, très peu de sucre, aucune fioriture visuelle et d'authentiques produits du sud sublimes. Ici, les fruits, qui sont évidemment de saison, occupent une place privilégiée...

Hommage leur est rendu en les travaillant de toutes les façons possibles. **Pour autant, Sandro n'est pas à l'abri de nous offrir**

quelques surprises, nous révélant pour le moins des ingrédients inattendus. Un vrai travail d'orfèvre jouant sur un camaïeu de notes et de textures, et ce toujours dans une même ligne directrice : un produit phare et son accompagnement. Ainsi, la figue est-elle présentée à la fois fraîche, accompagnée d'un condiment à base de figue et de stracciatella, d'un jus à base de feuilles de figuiers et enfin d'une tarte fine à la marmelade de figue. De même, les pêches sont rôties et accompagnées d'un sorbet à la pêche. Que les aficionados se rassurent : le baba au rhum avec sa crème mi-montée (et l'impressionnant chariot de bouteilles de rhum parmi lesquelles le convive est invité à faire son choix) est toujours à la carte. **Et le chocolat utilisé pour confectionner les desserts provient bien sûr de la Manufacture de chocolat Alain Ducasse.**



« Sandro Micheli met un point d'honneur à transmettre dans la bienveillance, ne misant pas sur l'expérience mais donnant ses chances aux plus motivés. »



I780



PHILIPPE **SEGOND**

“ *Quand la Provence se mue en gourmandises* ”



*L'ambiance cosy d'un salon de thé, une maison artisanale de renom dont les volutes appellent au péché de gourmandise. Et qui pouvons-nous blâmer, si ce n'est Philippe Segond, unique Meilleur Ouvrier de France pâtissier-confiseur du Pays d'Aix. Issu d'une famille d'hôteliers-restaurateurs depuis 5 générations avec notamment le Château de Meyrargues** et d'une famille de pâtissiers-confiseurs installée à Aix-en-Provence depuis 1780, Philippe ne pouvait choisir autre destinée.*



LA PÂTISSERIE COULE EN LUI... C'EST PLUS QU'UN MÉTIER, IL LA RESSENT, IL LA VIT !

En vrai passionné, il a été touché par le syndrome de Stendhal dès le plus jeune âge. Et il se souvient encore de l'instant, nous contant avec émotion le jour où un simple soubresaut s'est révélé en véritable passion à seulement 17 ans. Dès lors, il n'a cessé de rêver, d'imaginer et de créer faisant appel à une précision et une mémoire des goûts infaillibles. **Un technicien hors pair qui va chercher son bonheur dans la justesse et l'équilibre, nous dévoilant des créations au firmament du sublime.** On le considère d'ailleurs comme l'un des précurseurs de la pâtisserie moderne.

Sa passion ? **Imaginer, mettre en œuvre et présenter artistiquement ses créations sucrées** composées de fruits, de miels, d'amandes et autres huiles d'olives de « Sa Provence » dont les arômes et les parfums sont pour lui sources d'inspirations infinies.

LE GOÛT, LA TEXTURE PUIS L'HABIT...

Un pâtissier « pur et dur avec un ressenti cuisine » qui marche à l'instinct et à l'inspiration. Le goût de ses futures créations ? Il l'a déjà en bouche avant même d'avoir œuvré. « Je sais exactement ce que je veux et je sais comment y arriver ». **Une mémoire des goûts qui se veut l'anticipation de la pure réalisation.** Il « pres »ent chaque saveur et parfum, l'association, l'équilibre et les textures... Donnant vie par un tour de main habile à des créations inédites, juste à temps pour poser sur le papier les reliefs et les nuances d'un tableau moderne. « Le visuel est aussi lié à la dégustation. »

On lui connaît d'ailleurs un talent pour l'art et les esquisses, lui qui aurait très bien pu devenir dessinateur industriel. **Un don d'un autre temps qui lui vient naturellement et lui sert dans la mise scène de ses œuvres.**

DES PÂTISSERIES « S »IGNATURES...

Douceurs incontournables qui badinent avec générosité et élégance avec une sonorité qui n'est pas sans rappeler le nom du maître. **Une chose est sûre, le chef apprécie la tradition tout autant que les élans modernes délaissant autant que se peut les excès de sucre.** Ainsi, on se régale sans retenue d'un Signature, d'un Snob, d'un S'Opéra, d'un Souverain, d'un Sumatra, d'un Samouraï ou encore d'un Solstice et d'un Stendhal... Chacun nous emmenant avec gourmandise dans son propre univers.

• PATISSERIE •

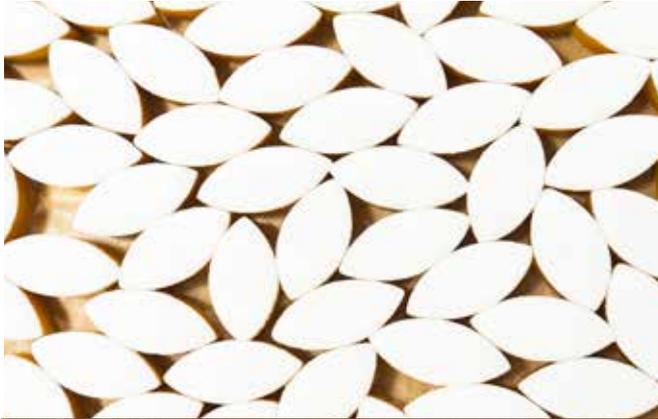
La Maison regorge de spécialités qui rendent hommage à la Provence, un terroir cher à notre chef pâtissier. Guidé par la tradition et les recettes ancestrales de ses aïeux, Philippe Segond ne déroge pas à la règle des treize desserts durant le temps des fêtes, avec en haut du podium le Gibassier ou encore la fameuse « Pompe à l'huile ». Le pain du pauvre qui ne se coupe pas mais se rompt, fait toujours mouche et ne manque jamais d'amateurs. On retrouve également avec plaisir l'intemporel Calisson, mais pas n'importe lequel ! La recette de son arrière-grand-père Eugène, peu sucrée et très aromatique, faite avec du melon confit, des amandes de Provence, de l'écorce d'oranges et de citrons confits et des amandes amères entières. « Lorsque l'on goûte un bon calisson, on doit

sentir le grain de l'amande, c'est très important ». À Pentecôte, le traditionnel Colombier fait son entrée et séduit par son biscuit à l'orange subtilement imbibé au kirsch. Les chocolats eux, ne sont pas en reste, avec des notes très identitaires : Ganache figue & vin cuit Rasteau, huile d'olive AOP Baux-de-Provence, romarin frais, miel de lavande de Forcalquier, caramel fleur de sel de Camargue... Enfin, on découvre toute une gamme de biscuits secs comme des croquants aux amandes, des navettes provençales, des sablés à la figue, au thym des garrigues, à la pâte de calisson mais aussi des pâtes à tartiner maisons **entre recettes traditionnelles et déclinaisons audacieuses autour des aromates de notre terroir.**

« Il « pres » sent chaque saveur et parfum,

l'association, l'équilibre et les textures... »





*« Je sais exactement ce que je veux
et je sais comment y arriver »*



• PATISSERIE •



Un Meilleur Ouvrier de France engagé

1991

Consacré "Meilleur Ouvrier de
France"

2015 et 2018

Président du Jury National des
Meilleurs Ouvriers de France
Pâtisseries-Confiseurs

2016, 2018 et 2022

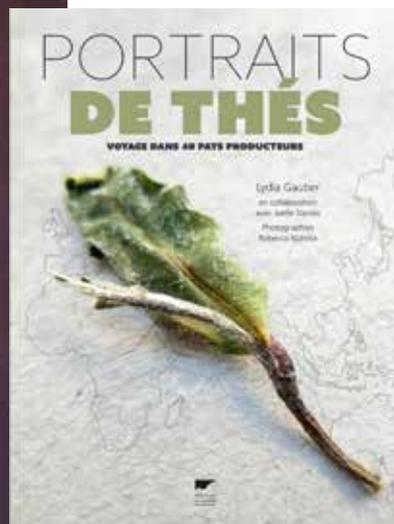
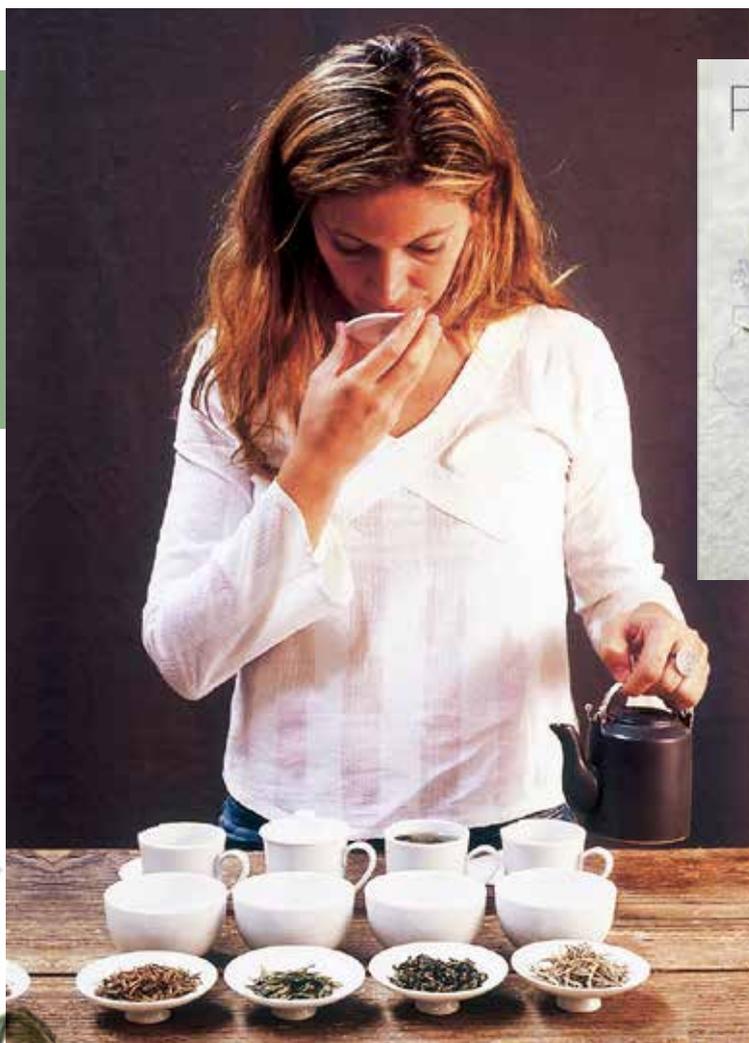
Président du jury du Mondial des
Arts Sucrés

2017

Élu Vice-Président de l'Association
des Meilleurs Ouvriers de France
pâtisseries-confiseurs.

2022

Président de classe
Pâtissier-Confiseur



Thé de Thaïlande



Thé vert du Mont Jing

Le thé passe à table

*Le thé trônant à la table des grands étoilés qui plus est, aux côtés des mets les plus subtils... Quelle idée ! Et pourtant la deuxième boisson la plus bue au monde, trouve de plus en plus ses partisans, que ce soit dans les foyers ou établissements les plus cotés de l'hexagone. Erigé comme un véritable produit de gastronomie, le thé dévoile une palette aromatique aussi riche que celle du vin. Tout comme lui, il a ses crus, ses terroirs, ses appellations et se marie à merveille avec la cuisine. Lydia Gautier, pionnière dans la sommellerie du thé en France et auteure de plusieurs ouvrages de référence, livre un portrait saisissant et offre aux néophytes et amateurs éclairés quelques lignes directrices afin de s'initier aux plaisirs du très célèbre *Camellia sinensis*. Comment le choisir, le préparer, le déguster, l'accorder ou encore le cuisiner... Elle vous dit tout !*

Du vin au thé... Quel a été votre cheminement ?

La bascule s'est faite très rapidement... Ingénieure agronome diplômée de l'Institut National Agronomique Paris-Grignon, j'ai exercé dans des vignobles français et sud-américains avant de me spécialiser dans le thé comme consultante, formatrice et auteure. On y retrouve beaucoup de similitudes avec le vin, dont deux dimensions qui m'ont particulièrement séduite. La première est la dimension agronomique avec la conduite de culture, le respect du terroir, l'accord avec la nature et les saisons. La deuxième dimension, c'est tout ce qui a trait à la manufacture - comme la vinification pour le vin - il y a là tout un travail qui est fait par le producteur. C'est un vrai savoir-faire, un artisanat d'art où l'on vient transformer la feuille pour aboutir à différentes expressions du thé, tant en couleurs qu'en parfums et saveurs.

Vous avez beaucoup voyagé... Quel pays vous a le plus touché de par sa culture au thé et ses rituels ?

Au tout début de ma carrière, c'était le Japon où j'ai pu approfondir la cérémonie du thé Chanoyu ou Chadō appelée aussi la « voie du thé ». Ce qui est merveilleux, c'est qu'autour de l'art du thé gravitent plein d'autres arts, tel que l'art de la céramique, du kimono, du travail du bambou, de la fonte... À l'image d'une bobine, vous êtes attrapé par le thé et juste derrière se

« Savoir-faire, savoir être, savoir écouter, savoir respecter, savoir donner, savoir se remettre en question... Tous ces savoirs et bien d'autres, sont les bases du savoir-vivre à la française. C'est en m'appuyant sur ce savoir-vivre, que j'exprime ma philosophie au quotidien en veillant à l'équilibre et à l'harmonie dans les interactions entre mes hôtes et mes collaborateurs »

déroule toute une culture, un monde propre. J'ai également eu un coup de cœur pour la Chine continentale et les thés taiwanais en particulier. Par la suite, j'ai découvert le Népal, le Sri Lanka, le Vietnam. Derrière chaque pays, on découvre une dimension ethnogastronomique, un vecteur culturel très fort. Chacun s'est approprié cette plante et l'a ritualisé à sa manière.

Quels sont les difficultés que peut rencontrer un producteur de thé ?

On retrouve les mêmes difficultés que l'on peut rencontrer pour la vigne, comme notamment les intempéries, les variations de climat... S'il pleut en permanence cela va raviner les sols et diluer les composés aromatiques du thé. Par exemple, les thés de mousson en Inde et en Chine n'ont pas bonne réputation et sont des thés qui vont être en général déclassés.





Oimén Kao
© Rebecca Rubcke

En revanche, les thés de début de saison au printemps et encore plus lorsqu'on a un temps un peu sec et légèrement pluvieux sont généralement de très belle qualité avec des grands crus qui seront bien positionnés sur le marché du thé. On constate également un regain de la plante à l'automne après la mousson qui offre de très belles récoltes avec des caractéristiques organoleptiques complètement différentes des thés de printemps. **Les thés de printemps sont plus vivaces,**



The de thailande
© Rebecca Rubcke

portés sur la fraîcheur alors que les thés d'automne sont habituellement plus boisés, fruités voire compotés, ce qui est très recherché pour les thés noirs et Wulong.

Peut-on également parler de terroirs pour le thé ? Quels en sont les principaux ?

Bien évidemment - et comme pour le vin - il en existe une multitude au sein des divers pays producteurs, dont chacun octroie aux thés leur singularité, leur unicité. La majorité des pays producteurs se trouvent en Asie, avec en tête la Chine continentale et Taïwan, puis l'Inde, le Kenya, le Sri Lanka et le

Vietnam. À eux tous, ils concentrent plus de 70 % de la production mondiale. Prenons pour exemple l'île du Sri Lanka qui présente de nombreux terroirs et étonnamment des variations



The vert du Mont Jing
© Rebecca Rubcke

climatiques intéressantes. Du fait de ses montagnes et différents versants, une partie de l'île peut être en saison sèche tandis que l'autre se retrouve en période humide. Par conséquent, les thés de l'est de l'île sont réputés pour être meilleur en juillet-août tandis que les thés de l'ouest, eux, le seront en décembre-janvier. Il y a également des variations organoleptiques très visibles dans le thé en fonction de l'altitude où se trouvent les plantations. Donc même sur un petit territoire tel que le Sri Lanka, il y a toute une multitude de facteurs et de combinaisons qui vont faire que chaque terroir au sein du Sri Lanka a sa particularité. En Chine, il existe plus de 1000 thés différents produits sur pas moins de neuf provinces - dont certaines sont plus grandes que la France - et dont chacune présente une myriade de terroirs bien distincts !

La production de thé en France est peu répandue... Qu'en pensez-vous ?

C'est vrai mais elle tend tout de même à se développer depuis une vingtaine d'années. Nous n'avons pas toutes les conditions climatiques réunies pour pouvoir produire à grande échelle. Le thé a besoin d'un écosystème particulier et idéalement d'un climat humide et chaud avec une alternance

de nuits fraîches et de journées un peu chaudes avec des passages brumeux. En France, on retrouve quelques cultures notamment en Bretagne, sur les contreforts des Pyrénées et du Massif Central... D'ailleurs, j'ai moi-même lancé quelques essais en Corrèze.

La sommellerie du thé est encore peu reconnue dans le milieu de la gastronomie française... Pour quelle raison selon vous ?

Aujourd'hui, de nombreuses personnes et établissements cherchent à trouver des alternatives à l'alcool ou aux vins durant les repas. De plus en plus, on a des demandes côté salle pour monter en compétences et avoir un accompagnement dans l'élaboration d'une carte de thés, en boisson d'après repas mais également en alternative au vin durant le repas notamment pour la clientèle asiatique ou proche du Moyen-Orient. Avec le thé on peut vraiment varier les plaisirs, que ce soit sur les différentes couleurs ou encore le Rooibos et les tisanes. On peut aussi jouer sur les températures de préparation et de service, une myriade de paramètres qui va nous permettre de trouver l'accord parfait sur des plats. **Côté cuisine, on a également plusieurs demandes, en particulier des chefs pâtisseries qui veulent incorporer le thé à leurs desserts. J'ai aussi beaucoup travaillé avec l'école Ferrandi à Paris et des chefs cuisiniers qui souhaitent utiliser le thé comme épice par le biais de différents procédés allant de la macération à la décoction en passant par la concentration et l'infusion.**

Vous avez écrit de nombreux ouvrages sur le thé... Quels ont été vos inspirations ? Votre volonté ?

L'inspiration est venue au gré de mes découvertes, de mes voyages... Pour mon premier ouvrage, " Le thé, arômes



et saveurs du monde" - traduit en anglais et commercialisé en Europe et aux Etats-Unis - j'avais vraiment la volonté de transmettre et de partager ma passion du produit. **Une manière de dévoiler ses différentes facettes avec une approche ethno-gastronomique** qui nous fait voyager sur les cinq continents et une approche plus sensorielle avec toute cette dégustation qui peut être faite comme pour le vin. À l'époque très peu d'ouvrages de ce type existaient. Par la suite, j'ai écrit Thés & Mets - Subtiles alliances, un livre consacré à la sommellerie du thé. Ainsi, dans un esprit de cuisine fusion faisant la part belle à différentes cultures, chaque plat quel qu'il soit peut s'accorder à un thé.

La création de votre boutique en ligne... Une évidence ?

Oui, cette boutique en ligne est comme un cheminement, la réponse à un besoin. **En 2017, c'est un palace parisien qui m'a mis en quelque sorte le pied à l'étrier car il recherchait une marque exclusive.** Au début, nos clients étaient essentiellement dans l'hôtellerie-restauration puis durant la crise sanitaire on a développé la boutique en ligne pour le particulier.



Quelle vision et valeurs, portez-vous à travers votre marque ?

Mon approche est différente et reflète mes valeurs du quotidien, à savoir que je ne veux pas qu'il y ait d'aromatisation. Mes mélanges sont tous 100% naturels. À l'heure actuelle, plus de 70% des thés sont aromatisés. Cela s'explique par le coût des matières premières - telles que la vanille, le gingembre, la citronnelle - qui est assez élevé. Mais aussi du fait, que dans la création d'un thé, il est plus facile et plus stable d'utiliser l'aromatisation. Et pour cause, cela permet d'obtenir une constance dans le profil aromatique qui ne variera pas d'une année sur l'autre. Enfin, cette marque est une merveilleuse vitrine pour mettre en avant des petits producteurs, mes coups de cœur mais aussi de grands crus, rares et confidentiels. Je fais du sourcing en circuit court et créé mes propres mélanges en misant avant tout sur la naturalité.

De nouveaux projets en préparation ?

Après avoir conseillé durant de nombreuses années mon réseau de producteurs, le challenge pour moi est aujourd'hui de produire mon propre thé. Il y a là, une certaine dimension pédagogique ! Manufacturer du thé est un travail qui demande du temps, de la réflexion, des expérimentations.... J'ai encore beaucoup de progrès à faire et de choses à apprendre. C'est une façon de mettre la main à la pâte et de comprendre véritablement les enjeux auxquels se frottent les producteurs de thé que je défends et accompagne depuis le début de ma carrière.

CHOISIR LE THÉ

Quelles sont les règles pour choisir un bon thé ? Les pièges à éviter ?

Autant que possible éviter les thés aromatisés et privilégier le 100% naturel. Pour les thés à la vanille ou au gingembre-citron - qui sont de grands classiques - on n'a pas moins de 90% de ces thés sur le marché qui sont aromatisés, que ce soit en grande distribution ou en comptoir spécialisé. Malheureusement, vous n'avez aucun moyen de voir ou connaître cette information si ce n'est de demander à un vendeur. À savoir également que l'aromatisation ne vieillit pas très bien alors que les thés et mélanges naturels vont à l'inverse se bonifier dans le temps, les arômes évoluant, mûrissant et s'imbriquant les uns aux autres. Dans un comptoir spécialisé, on doit vous faire voir et humer le thé : les feuilles doivent être régulières, homogènes, souples avec une odeur marquée plus ou moins puissante. Certains thés étant fragiles, la période de récolte doit être mentionnée ou précisée, ainsi que le temps d'infusion, la température de l'eau et le moment le plus approprié pour le consommer. Vous pouvez également trouver des thés de qualité en supermarché notamment s'il a un rayon épicerie fine développé. Les thés en sachet papier contiennent de la brisure de thé, leur goût sera donc toujours moins fin et complexe qu'un



DOSSIER REPORTAGE SPECIAL THÉS

thé en vrac en feuilles entières.

Quelles sont les différentes familles de thés et leurs caractéristiques ?

Avec un même théier, le *Camellia sinensis*, on peut obtenir toutes les couleurs de thé. C'est lors de son travail à la manufacture, équivalent du chai pour le vin et sa vinification, **que le producteur va donner naissance aux**



couleurs de thé.

Désaltérant et doux, les thés blancs sont généralement légers en bouche avec des arômes végétaux secs, des accents fleuris ou fruités et une petite amertume plus ou moins prononcée. Les thés verts peuvent avoir des notes torrifiées, de légumes cuits, de châtaignes, du velouté et du tanin ou à l'inverse des notes végétales vertes et marines avec une légère acidité et de la texture pour les grands crus. Très fragrant, les thés cyans ou Wulong oscillent entre des notes de fleurs fraîches et de fruits confits. Les thés noirs (dit rouges en Asie) présentent généralement un fond boisé, compoté, vanillé, grillé avec une structure en bouche bien présente. Et enfin les thés sombres (dit noirs en Asie) exhalent une palette aromatique très variable

et très typée allant de notes végétales, séveuses, zestées, parfois même orientales pour un "Pu er" cru (Pu er sheng cha), à des notes veloutées de sous-bois, de mousse ou cuir pour le pu er mûr (Pu er shu cha).

La couleur d'un thé résulte d'un processus d'oxydation plus ou moins poussé... Pourriez-vous



nous en dire plus à ce sujet ?

L'oxydation enzymatique, est un processus naturel du vieillissement des végétaux que l'on peut admirer à l'automne. Les feuilles, quand elles se flétrissent, vivent progressivement du vert au marron fauve sous l'action des enzymes oxydases. Ainsi, les jeunes pousses de thé changent de couleur mais aussi de goût ! Issu de cultivar très duveteux - d'où son nom - le thé blanc est l'un des thés les moins travaillé qui s'oxyde naturellement et prend progressivement une teinte vert-gris. Le thé vert, lui n'est pas du tout oxydé, il garde sa couleur verte d'origine. Pour cela, on va faire une cuisson flash (100 degrés environ) des jeunes pousses fraîchement récoltées ce qui va détruire les enzymes et venir stabiliser le thé, sa couleur et son goût. Le thé noir (dit thé rouge en Asie) à l'inverse est totalement oxydé et prend une teinte marron. Le thé cyan (bleu-vert) ou Wulong est, quant à lui, semi oxydé à mi-chemin entre un thé vert et un thé rouge. Enfin le thé sombre (dit thé noir en Asie), dont le plus connu est le Pu er est le fruit d'un jeu subtil entre oxydation et fermentation microbienne plus ou moins poussées. **On se rapproche alors de l'univers des fromages ou des vins puisque c'est un processus dans lequel interviennent des levures, des bactéries ou des champignons pour faire évoluer la couleur et le goût de la feuille. On le retrouve bien souvent en vrac à l'état brut - mao cha - ou encore compressé en galettes pour**



Ali-Shan-Cha-Wulong



Indian-Mood



Pomelo-white



Puer-Tonka



T-Revive



Tea4kids

être affiné au fil des ans.



Quels sont les plus beaux crus de thé qui vous aient été donnés de découvrir dans le monde ?

Il y en a tellement et cela dépend de l'humeur, du moment de la journée, du temps et de la saison. **Mon coup de cœur de l'automne a été le Black Shangri La, un thé noir népalais fruité et compoté qui est produit dans la Vallée d'Ilam perché à 1 500 m d'altitude.** Il y a également mes thés du quotidien depuis des années qui sont les Ali Shan Cha Wulong et Red. Ces thés viennent d'un petit jardin écologique situé à 1 000 m d'altitude dans les Monts Ali au centre de l'île de Taiwan et sont produits par Silvia Vayiyana qui est d'origine autochtone Tsou. Enfin, j'aime beaucoup les thés verts japonais comme le Gyokuro Saemidori, cultivé à Kirishima sur l'île de Kyûshû par Monsieur Nishi. Une friandise que je m'offre de temps en temps dans la journée.

Comment est établi le grade et le prix d'un thé ?

Cela dépend beaucoup de la loi de l'offre et de la demande. Le thé n'est pas une matière première, c'est un produit fini qui sort tout droit de la plantation. Par exemple, en Chine, il y a de grands crus qui sont très cotés (notamment grâce aux concours agricoles) sur le marché chinois et qui sont devenus presque inaccessibles pour le marché français. De fait, ces derniers vont rester exclusivement sur le marché chinois car il y a plus de

demande que d'offre. La qualité d'un thé est déterminée par la qualité des feuilles, leur régularité mais aussi la quantité et la qualité des bourgeons qui concentrent toute la complexité aromatique du thé. L'odeur est bien sûr un indicateur de qualité et de fraîcheur, ainsi que la tendreté de la feuille sèche dépendamment de la couleur du thé. Comme pour le vin, on fait fonctionner les sens et en particulier l'odorat, le goût, le toucher. Tout est une question



d'équilibre et de profil recherché.

PREPARER LE THÉ

Pouvons-nous dire que le thé se déguste comme un vin ?

Le thé se déguste comme le vin et présente des variations aromatiques aussi riches et complexes que ce dernier. Du terroir à la manufacture jusqu'à la dégustation, l'approche est vraiment équivalente. Derrière chaque thé il y a un producteur, une histoire. J'utilise parfois le vin dans mes formations pour montrer en quoi dans les grandes tendances des vins blancs-vins rouges on a des similitudes avec certaines couleurs de thé. Les règles de

DOSSIER REPORTAGE SPECIAL THÉS

dégustation sont les mêmes et il est tout à fait légitime de réaliser des accords de sommellerie comme pour le vin.

Quelle température pour quel thé ?

Il faut retenir que plus les thés sont oxydés, plus ils nécessitent une eau chaude (90°C) pour bien infuser, ce qui est le cas des thés bleu-vert, noirs et sombres. En revanche, moins ils sont oxydés, plus ils sont fragiles et demandent une eau tempérée (inférieure ou égale à 80°C) comme pour les thés verts. Pour ce qui est des thés blancs, cela dépend... Pour ma part, je trouve que les thés de ma gamme sont meilleurs préparés avec de l'eau chaude. L'astuce lorsqu'on n'a pas de bouilloire à thermostat, c'est mettre un fond d'eau froide dans sa théière puis de rallonger avec l'eau de la bouilloire à 100°C pour ne pas brûler le thé.

Le temps d'infusion, primordial ?

C'est une étape cruciale ... Un thé oublié est un thé très amer et astringent. Le temps d'infusion varie généralement entre 1 min et plus de 10 min suivant la couleur de thé.

On ne parle que très peu de la qualité de l'eau... Qu'en est-il ?

Quel que soit la température de préparation, la qualité de l'eau est plus de 50% de la réussite de votre thé. L'eau calcaire est l'ennemi du thé car elle vient déstabiliser les tanins et alourdir le thé ! D'ailleurs, lorsque c'est le cas, un film gras apparaît à la surface du thé en refroidissant et va venir teinter la tasse. Il faut alors utiliser soit de l'eau filtrée soit une eau minérale naturelle (ou de source) en bouteille légèrement acide telle que Mont Roucoux, Montcalm ou Volvic.

FOLLOW THE WAVES



LET THE
SEA
SET YOU FREE



Virginie Broquet

ART *de vivre*

FOLLOW THE WAVES

CHATEAU DE **CREMAT** NICE

HOTEL **L'ESCALET** RAMATUELLE

VILLA **ESCALET** RAMATUELLE

HOTEL **LILY OF THE VALLEY** LA CROIX VALMER

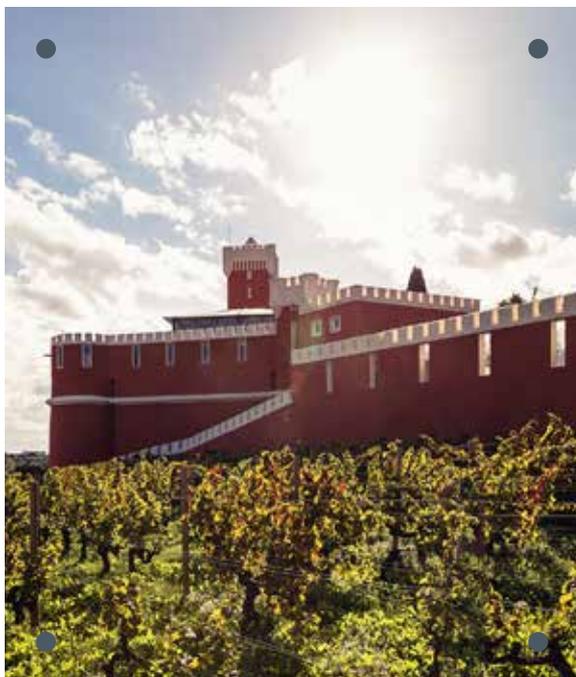
DOMAINE **LES MESANGES** GASSIN



ART *de vivre*



Suzanne Broquet



Château de Crémât

Un joyau d'architecture niché sur les hauteurs de NISSA... Quand l'expérience se veut expérience authentique. On ne peut échapper à la sincérité de Crémât !



Le territoire de Nice est « façonné » par la Belle Époque qui nous a légué un extraordinaire patrimoine. Comme l'illustrent les nombreux détails architecturaux du Château de Crémât construit en 1906, qui sont des témoins de ce passé glorieux. Flirtant avec l'horizon azur, au coeur du vignoble confidentiel de Bellet, cette vaste demeure viticole familiale arbore fièrement ses origines niçoises. Un rouge « Massena » profond, donjons et tour majestueuse, lignes éthérées. Sa singularité tout autant que son histoire intriguent et fascinent les visiteurs !

LES ARMOIRIES L'AIGLE DE NICE, LA SALAMANDRE DU SUD,
ET LA VIGNE, L'ENTRÉE MAGISTRALE DONT LA PORTE OUVRAGÉE
EST ADMIRABLEMENT CONSERVÉE.



1906



2017

En 2017, le propriétaire du Château tombe sous le charme de ce fleuron niçois et met en oeuvre des moyens colossaux pour restaurer la bâtisse centenaire !

Une cure de jouvence remarquablement bien réalisée qui hisse avec élégance l'étendard d'une ère charnière. Ici, l'architecture est glorifiée, le passé et l'héritage immortalisés. Le jeune rénovateur n'en oublie pas pour autant ses prédécesseurs, ceux qui ont estampillé de leur « feu » la mémoire des lieux allant d' **Antoine Mari son bâtisseur à la riche et fantasque Irène Bretz qui a su faire virevolter tout le beau monde de la French Riviera durant les folles années.**



Et il lui aura fallu près de deux années de travaux pour faire revivre ce lieu emblématique faisant appel à un respectueux esprit de préservation et aux meilleurs savoir-faire locaux.

Les vitraux aux couleurs chatoyantes frappés des deux C entrelacés, les armoiries (l'aigle de Nice, la salamandre du sud, et la vigne), l'entrée magistrale dont la porte ouvragée est admirablement conservée et où deux chérubins nous invitent à plonger dans la magie de la Belle Époque. Nul doute, il y a là un souci du détail inné, une dévotion pour le temps qui passe et perdure.



N'EN DÉMENT, LES CÉLÉBRITÉS DU MONDE ENTIER, ARTISTES, TÊTES

COURONNÉES, ÉCRIVAINS ET GRANDS NOMS DE LA HAUTE-COUTURE

QUI L'ONT ADOPTÉ ET ONT CONTRIBUÉ AU MYTHE.



UN ÉLOGE AUX MOBILIERS D'ÉPOQUE, À L'ART DE VIVRE SELON RITZ ET ESCOFFIER... DU RITZ À NISSA, IL N'Y A QU'UN PAS !

Aujourd'hui le Château de Crémat vous propose une immersion totale avec un authentique mobilier d'époque. Le rêve fou du propriétaire du Château qui a couru les ventes aux enchères et fait l'acquisition de pièces iconiques du mythique Ritz Paris, l'un des plus célèbres palaces au monde. Tout est reproduit dans les moindres détails, avec goût et précision : des meubles, en passant par la vaisselle et les tapisseries peintes à la main, rien n'a été laissé au hasard. Et quel honneur !

On plonge et s'abreuve avec ferveur de l'inclassable « **Style Ritz-Escoffier** ».



Comme au temps de Paris, deux fiers étalons cabrés à l'armure flamboyante nous accueillent.



UNE SUBLIME ÉMOTION, ÉPHÉMÈRE CERTES, MAIS INOUBLIABLE !

Non loin, dans un salon d'apparat feutré et chaleureux dans les tons lie de vin s'entremêlent chauffeuses et causeuses, harpe imposante, lourds rideaux de brocart et autres tissus précieux. Tous les meubles sont étiquetés, gage de leur authenticité.

Puis une salle à manger à la table démesurée où trônent candélabres et autres trésors qui racontent l'histoire et la légende. Enfin, une cuisine qui affiche des allures modernes mais ne boude pas pour autant la tradition, en témoigne l'immense piano de cuisson en fonte.

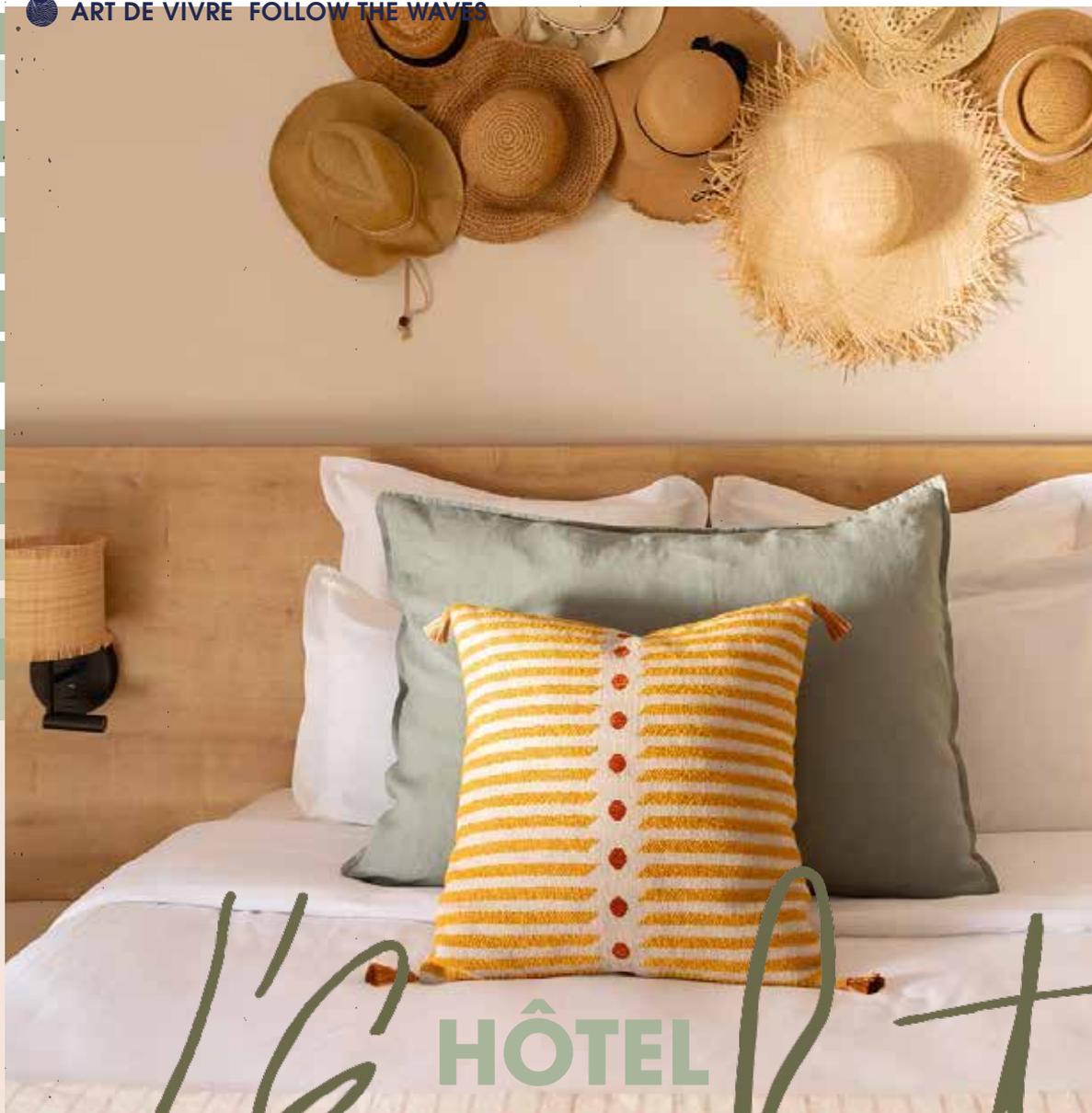
En prime : un panorama des plus saisissants entre mer et montagne, vaguant de la mythique ville de Nice au Cap d'Antibes !

Pour poursuivre l'expérience et vivre, le temps d'un dîner, la magie de La Belle Époque, nous vous conseillons un « Dîner immersif » signé par des chefs de renom. Ainsi, combinant les soirées festives et les découvertes culturelles, on peut déjà voir émerger au tout début du XXe siècle, un goût certain pour l'élégance.

Passer la porte de Crémat devient une expérience sensorielle. Car les chefs de cuisine ont cette chance de pouvoir nous transmettre des émotions à travers le goût. À l'image des dîners grand siècle, on s'invite à la table des plus grands d'aujourd'hui en hommage à ceux d'hier. Une ode à « Nissa », à ses produits d'exception, à son patrimoine et à son art de vivre. Ici se joue l'envie de découvrir un autre temps, celui d'une ambiance fastueuse en osmose avec les sens.



la Verrière, imaginée style fin XIXème d'inspiration « Grand Palais » est un lieu de belles réceptions.



L'Escalet.

HÔTEL

Un hôtel Storia Collection

L'un des secrets les mieux gardés de Ramatuelle... Lové dans un écrin naturel protégé tout proche de la plage de l'Escalet, cet hôtel aux airs de bastide provençal est le point de départ idéal pour plonger dans l'azur du golfe de Saint-Tropez.

Pourquoi s'en priver ?

Entre pinède et mer, tout à la fois proche et lointain de la clameur joyeuse de Saint-Tropez, l'hôtel Escalet vous accueille dans la simplicité et la joie de recevoir. Il n'y a pas à dire, en ces lieux empreints d'un certain charme méditerranéen on prend plaisir à laisser au temps le temps. Cette propriété de plus de 4 000 m² pensée comme une maison de famille vit et vibre au rythme des plongeurs, des siestes, des repas sur le pouce et des apéritifs improvisés. Ici, une large place est accordée aux extérieurs qui invitent à la convivialité et à la « dolce vita ». On apprécie la belle et grande piscine chauffée d'un bleu limpide, autant que les innombrables bains de soleil qui en clairsèment les abords. Plus en retrait, on aime volontiers se prélasser dans le coin lounge, dans l'un des salons de jardin en rotin ou encore profiter entre amis ou en famille du terrain de pétanque. Et si le cœur vous en dit, les plages de l'Escalet et la belle bleue se trouvent à seulement 500 mètres !

DES CHAMBRES TOUT CONFORT

Les 31 chambres (dont 3 « Suite Junior » et 1 belle suite avec terrasse privative) sont un havre bienvenu de calme et de confort. Encore une fois, l'atmosphère est apaisante faisant la part belle aux tonalités douces et aux matières naturelles. Notre regard se porte sur les pans de murs terracotta et bleu nuit, le travertin et les tapis tissés au sol, le mobilier bois et en cannage, le coton blanc et lin, les décors en paille et rotin sur les murs, quelques objets chinés, les vases et pots en céramique artisanale. Une foule de petits détails qui offrent à l'espace un style épuré et résolument bohème. On apprécie également, le confort des salles de bains avec leurs douches à l'italienne, sans oublier les terrasses et balcons aménagés qui permettent de garder à notre aise, un pied sur l'extérieur !



UNE PARTITION MÉDITERRANÉENNE

L'hôtel Escalet est un écrin de simplicité, sans ostentation, à l'image d'une maison de vacances où l'on aime se donner rendez-vous chaque année. Et pour cause, tout est réuni pour ravir les sens : Le chant des cigales, l'air marin et les effluves méditerranéens, la beauté d'un panorama naturel, la noblesse des matières naturelles sans oublier les réjouissances culinaires d'Amici, tout autant savoureuses que rafraîchissantes. Ce coin « snacking » près de la piscine arbore des allures de cabane de plage et offre, du midi au coucher du soleil, des petits-déjeuners sains et gourmands mais également des plats estivaux qui raviront tous les palais. Ainsi, on se laisse tenter par une salade de tomates & burrata, un tartare de saumon, une planche de fromages et charcuterie, des bruschettas, un club sandwich



*Des étoiles sur
le domaine :
la star c'est
vous*



ou encore une pinsa et quelques douceurs sucrées. Côté boissons, on découvre une jolie carte de vin, spiritueux, bières et cocktails avec notamment les indétrônables rosés du coin, Apérol Spritz et piscine de champagne. Les softs, jus d'orange frais et detox sont également de la partie !

Villa L'Escalet :... un paradis sur terre et sur la mer Méditerranée

Un cocon intimiste au luxe simple, à quelques pas de la mer, avec tout le confort et les prestations d'un service hôtelier. Les équipes de l'Escalet font de ce rêve une réalité et vous offre la possibilité de séjourner (minimum 4 nuits en saison) à la Villa l'Escalet. Un bijou exclusif et confidentiel qui se trouve à seulement 400 mètres de l'hôtel, au cœur même du Domaine Escalet ! Un air de plénitude et de vacances règne entre

les murs de cette maison de 250 m² : des tonalités douces et naturelles, une décoration remise au goût du jour, la belle bleue pour seul horizon... Le temps semble s'y arrêter !

Lorsque l'on pénètre dans cette grande villa de deux étages, ce qui nous frappe avant tout c'est sa perméabilité à la lumière. On apprécie les grandes baies vitrées et les pièces donnant sur le jardin et la mer méditerranée.

une impression d'intérieur - extérieur très agréable.

Une fois la porte d'entrée passée, on découvre avec plaisir un grand salon, une cuisine aménagée ainsi qu'une salle à manger permettant d'accueillir 8 convives autour d'une grande table. On aime également la terrasse vue mer avec son joli salon de jardin qui invite au partage et à la convivialité. En rez de jardin, on retrouve l'espace nuit qui se compose de 2 belles suites parentales de 30 m² avec douches à l'italienne, doubles vasques et WC séparés ainsi que 3 chambres d'environ 12 m² - dont une avec deux lits individuels - avec salle d'eau et WC.

Le jardin luxuriant de 400 m² n'est pas en reste et invite à la détente. On opte pour un plongeon dans la grande piscine chauffée (5 x 10 m), une séance au soleil sur une des chaises longues, un barbecue improvisé au Pool-house ou encore pour une virée sur la plage de l'Escalet qui se trouve à seulement 80 m et dont la villa offre un accès direct par un chemin privé.

+ Lors de votre séjour, vous disposerez également d'un accès privé (avec un bip) pour accéder à la maison, de trois places de stationnement sur la propriété ainsi que de deux autres à l'extérieur.

En vacances on lève le pied ...

... et on profite des services hôteliers de la Villa l'Escalet :

- Viennoiseries, pain et jus d'orange frais livrés chaque matin avant 8h30.
- Service Housekeeping de 10 heures à 14 heures tous les jours (ménage et rangement).



Privatisation

Vous êtes conquis par le cadre convivial et intimiste des lieux... Alors pourquoi ne pas en privatiser l'intégralité en basse saison (de novembre à mars) ? Vos incentives, mariages ou encore célébrations familiales méritent un décor à la hauteur... Ne cherchez plus, vous l'avez trouvé !





LILY OF THE VALLEY

Wellness Luxury Hotel



Le temps semble s'y arrêter tout autant que notre regard posé sur les infinies camaïeux de la belle bleue. Lily n'est que pure contemplation à l'image d'une orchestration sans fausse note. Idéalement niché sur les hauteurs de Gigaro, à quelques encablures de Saint-Tropez, l'établissement 5 étoiles bouscule les codes de l'hôtellerie traditionnelle. En ces lieux, aucun sens n'est délaissé, redéfinissant le luxe comme un nouvel art de vivre. Une parenthèse singulière permettant de se connecter à soi et aux autres. Un havre de bien-être, inspiré et inspirant, où l'homme et la nature se lient dans une harmonie absolue:

UN RÊVE DE NATURE ET DE LIBERTÉ SUSPENDU À LA MÉDITERRANÉE...

Élégance et bien-être... C'est en ces termes que Lily of the Valley se raconte. Fruit d'un projet familial, l'établissement au cadre raffiné et bienveillant répond au rêve de toute une vie, porté par l'ambition de Lucie Weill et de son père Alain Weill, président fondateur du groupe WHM. Les lieux d'une splendeur à couper le souffle ne sont pourtant pas étrangers aux propriétaires. Une évidence, dirons-nous même, pour cette famille d'entrepreneurs qui s'y rend déjà depuis plusieurs générations, arpentant du regard (toujours avec la même émotion) les contours et horizons du Cap Lardier. Aux yeux de Lucie, un seul architecte était taillé à l'imminence de ce projet... Et ce n'était autre que Philippe Starck. Au début réticent, l'homme tombe très vite sous le charme de ce cadre époustoufflant de beauté.

reprendre tout naturellement ses droits. Un lieu ouvert, perméable, où la lumière, les couleurs et la végétation s'immiscent en maîtres des lieux. Les murs tombent, les lignes « intérieur-extérieur » deviennent floues... Philippe Starck pense et conçoit chaque espace, allant des aménagements intérieurs aux extérieurs paysagers.

« La création doit investir un environnement sans le bouleverser [...] La conception d'un hôtel ne doit pas s'imposer à la nature, mais plutôt s'y adapter et s'y fondre. »



S'inspirant des jardins suspendus de Babylone et de l'architecture des villas californiennes, le designer visionnaire imagine alors un établissement vernaculaire et organique qui ne s'impose pas mais se fond magistralement au cœur d'un parc de 200 hectares (classé Natura 2000), laissant ainsi la nature

UN ACCOMPAGNEMENT SUR-MESURE

Dans ce cadre idyllique où un grand soin est porté aux détails et où les petites attentions se font légion, les hôtes peuvent poursuivre leurs objectifs de santé et de bien-être en toute sérénité, sans ne jamais perdre de vue la notion de plaisir.

« Du soin à la nutrition en passant par la préparation physique, Lily of the Valley se spécialise dans le bien-être de ses convives. »

Ainsi tout au long de l'année, la « méthode Lily of the Valley » se décline autour de trois piliers : **la gastronomie minceur, les soins et le sport.** Développée avec le nutritionniste Jacques Fricker, l'approche gastronomique nutritionnelle offre des menussains et variés qui évoluent au gré des semaines et de la saisonnalité, faisant la part belle aux produits d'exception. Les Chefs Vincent Maillard et Charley Bouhier opèrent une vraie réflexion sur la perte de poids sans frustration et s'adaptent, si nécessaire, aux profils plus particuliers de leurs clients que ce soit par rapport à leurs allergies, leurs restrictions alimentaires ou encore leur condition physique. Afin de combiner ses effets, cette approche nutritionnelle vient se mêler à des soins technologiques et manuels ciblés, prodigués par une équipe de thérapeutes professionnels ainsi qu'à des coachings individuels, des séances de sports indoor et outdoor de plus ou moins haute intensité.

« Combiner plaisir et bien-être avec une offre attrayante et des résultats, voilà notre credo. Il s'agit de bien vivre et de bien vieillir. »



All in one

Ce complexe hôtelier haut de gamme, se compose d'une quinzaine de bâtiments qui s'articulent entre eux. On y retrouve entre autres 4 restaurants, pas moins de 38 chambres et 6 suites spacieuses au cœur de l'hôtel, une villa exceptionnelle, 8 Pool Suites à proximité du bord de mer, un Beach Club, un espace « wellness » intégré au Shape Club... Chaque pièce a été pensée comme un espace distinct vivant et vibrant à l'année.

ATTEINDRE SON POIDS IDÉAL AVEC PLAISIR

Ce programme est une application rigoureuse de la méthode TGV du nutritionniste Jacques Fricker. Grâce à un régime hypocalorique avec des menus sains cuisinés à partir d'ingrédients d'exception et accompagnés d'un verre de vin au dîner, les clients sont en mesure de perdre du poids de manière durable.



JACQUES FRICKER NUTRITIONNISTE

Après 10 années de recherche, c'est à présent au travers de ses consultations de nutrition que Jacques Fricker développe son approche d'accompagnement pour maigrir et pour personnaliser les conseils en fonction des goûts et des besoins de chacun. Sa méthode en 3 temps (Phase « Grande Vitesse », de stabilisation et de pleine forme) défend une perte de poids sans privation, saine et durable, associée au plaisir avec des résultats probants et qui perdurent dans le temps.



QUATRE PROGRAMMES POUR PRENDRE SOIN DE SOI

4 Une reconnexion profonde avec soi, une recherche de bien-être, un recentrage sur sa santé, une amélioration de ses performances sportives ou encore une avancée dans l'âge plus sereine... Peu importe la quête, Lily of the Valley met tout en œuvre pour répondre et accompagner ses clients dans leur « voyage » initiatique. Car au-delà d'un simple séjour, c'est bien de cela qu'il s'agit. Un voyage du corps et de l'âme à l'instar d'un pèlerinage, pour mieux vivre et mieux appréhender son quotidien. « Ici, les clients sont chouchoutés » et dès le début de leur programme, ils sont pris en charge par une équipe experte et bienveillante : Un Wellness Advisor, une diététicienne, des thérapeutes et des coachs qui usent de leur talent pour ficeler un programme sur mesure à leurs clients afin de les aider à atteindre leurs objectifs.

SPORT

AMÉLIORER SES PERFORMANCES SPORTIVES

Des séances de sports de haute intensité et un protocole de soins favorisant la récupération musculaire permettent aux résidents de se dépasser dans les meilleures conditions. Grâce à un suivi nutritionnel favorisant la prise de masse ou la perte de masse grasse tout en se faisant plaisir avec des menus luxueux, ce programme complet permet de repousser ses limites.

Ce programme peut être associé à une perte de poids.



BETTER-AGING

OPTIMISER SA LONGÉVITÉ

Explorez une nouvelle approche de la longévité. Ce programme est articulé autour de bilans novateurs et de soins corps aux effets immédiats et durables. Des sports doux associés à une gastronomie équilibrée et des soins visages ciblés rythmeront votre séjour. Grâce à l'utilisation de la technologie Kinvent, ce programme est personnalisé en fonction de l'analyse de votre force et votre mobilité générale.

Ce programme peut être associé à une perte de poids



4

Quatre durées selon ses besoins

DISCOVER – 4 Jours

REBOOT – 7 Jours

RESET – 10 Jours

REBORN – 14 Jours

SHAPE CLUB

Un « Village » de 2 000 m² dévolu au sport, à la santé et au bien-être du corps et de l'esprit. Encore une fois, ici nous retrouvons les codes de l'univers Starck.



Une continuité avec les autres espaces, bien maîtrisée qui abat la standardisation et les diktats du déjà-vu. Ainsi, on délaisse volontiers l'immaculé, les lignes épurées, les énergies aseptisés en faveur d'espaces ouverts, absous de tout dogme et contrainte... Les résidents s'approprient chaque espace à leur bon vouloir. Les lignes entre intérieur

et extérieur s'effacent laissant s'immiscer de part et d'autre, la lumière et la nature environnante. Un esprit chaleureux habille l'âme des lieux en permanence faisant la part belle aux matériaux nobles et aux nuances chaudes et naturelles. Le bois, le béton, les tonalités douces, **la végétation luxuriante aux effluves méditerranéennes... Les sens sont en émulations et à la fois apaisés.**



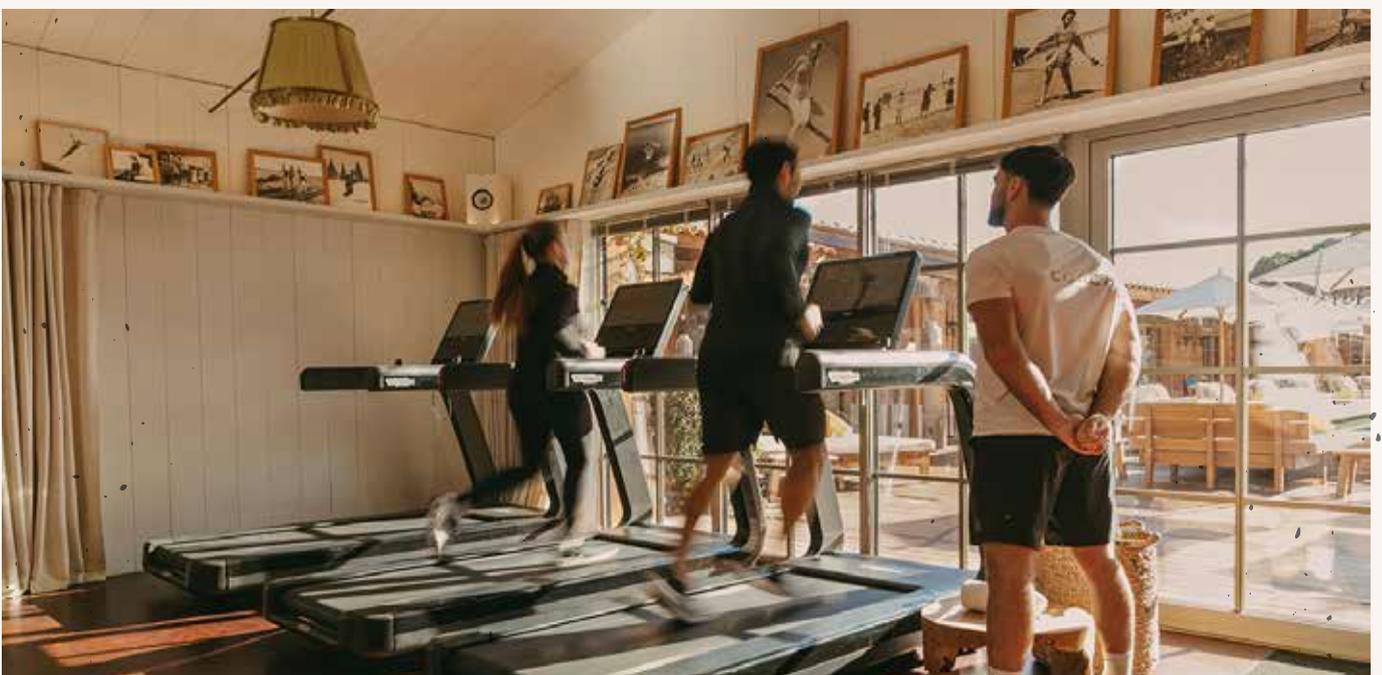
Centrale à ce cocon bienfaiteur, la piscine semi-olympique (25 m de long) chauffé à l'année invite aux longues brasses matinales. Ici, le bois, le béton et les nuances ensoleillées s'entremêlent aux plantes grimpantes et odorantes.

Clairsemé sur son pourtour, on découvre un espace détente pour profiter des rayons du soleil, différentes salles dédiées aux consultations ou au coaching individuel, des studios de cours indoor, une chambre de cryothérapie ainsi qu'une vaste salle de fitness qui arbore des airs de chalet ouvert. **À l'intérieur de celle-ci, on profite d'une multitude de machines et équipements sportifs Technogym dernier cri ainsi que du mur miroir qui reflète la lumière et ajoute de la profondeur.**

En levant les yeux, tel un chapelet,



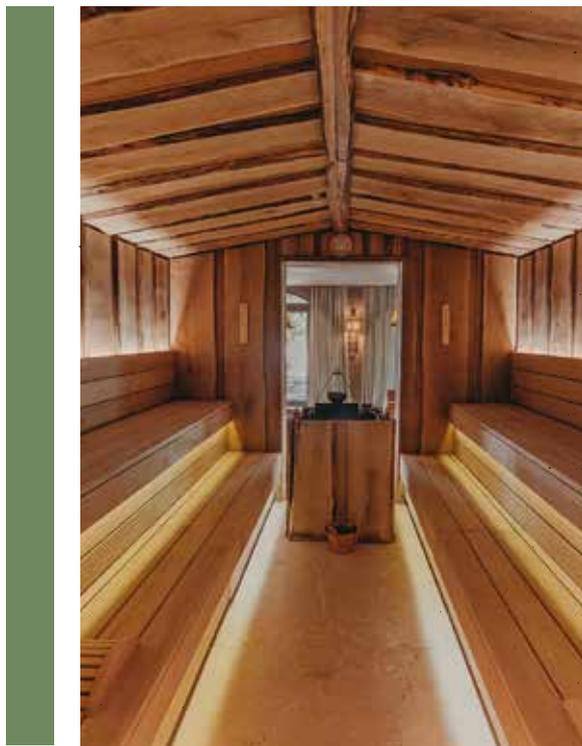
les photographies vintage se succèdent mêlant humour et culture du sport.



ART DE VIVRE FOLLOW THE WAVES

DES SOINS D'EXCEPTION À L'ACTION CIBLÉE

Lily of the Valley offre une gamme de soins sur mesure, alliant les gestes ancestraux aux technologies de pointe. Ainsi, les clients (qu'ils suivent un programme ou non) peuvent profiter de divers massages, soins du corps avec des gommages et enveloppements à la boue, soins du visage réalisés avec les produits de la marque Biologique Recherche, soins thérapeutiques (acupuncture, ventouses et réflexologie plantaire...) et enfin soins amincissants, détoxifiants ou encore spécialement conçus pour la récupération sportive. Plusieurs technologies innovantes sont également proposées aux clients à l'instar de la cryothérapie localisée qui permet de réduire les graisses, l'inflammation et d'activer la circulation sanguine. Mais aussi la radiofréquence (Indiba) qui vient dynamiser la production de collagène et accompagner les sportifs dans leurs entraînements intensifs. Et enfin, la Led Thérapy qui est l'alliée ultime pour une peau éclatante, rajeunie et en pleine santé.



DÉTOX

PRIORISER LE SELF-CARE ET REPENSER SON MODE DE VIE

Prendre du temps pour soi et repenser son mode de vie. Un régime alimentaire allégé mais luxueux couplé à du yoga, des sports doux et de plein air, ainsi qu'un protocole de soins favorisant la détente permettront aux clients de retrouver un sentiment de légèreté et de bien-être. Un moment pour interrompre son quotidien, reset son corps et son esprit.

Régime sans gluten ni lactose. Ce programme peut être associé à une perte de poids.



DES ACTIVITÉS

OUTDOOR & INDOOR

Longe-côte dans l'eau cristalline de la Méditerranée, VTT électrique et randonnée sur les chemins du Cap Lardier ou encore séances de yoga et de boxe sont autant d'exemples de la large offre d'activités que propose Lily of the Valley. Tout au long de l'année, chaque résident a accès à un planning hebdomadaire de coachings collectifs outdoor & indoor. Ces séances viennent notamment compléter les coachings individuels quotidiens prévus en programme.

**SPORTS OUTDOOR
AQUATIQUE**

LONGE-CÔTE (ÉTÉ - HIVER)
RANDONNÉE KAYAK
RANDONNÉE PADDLE
PADDLE YOGA
AQUA BOXING
AQUA FITNESS
FLOAT PILATES
SWIM & LEARN

**SPORTS OUTDOOR
TERRESTRE**

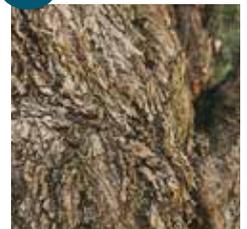
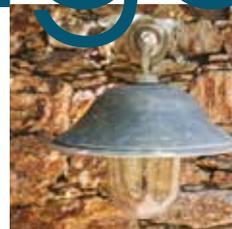
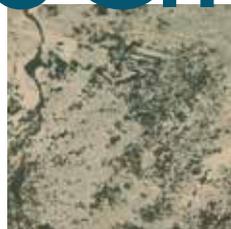
MARCHE NORDIQUE
RANDONNÉE PÉDESTRE
RANDONNÉE VTT
SUNRISE YOGA
RUNNING

SPORTS INDOOR

POSTURAL BALL
YOGA
PILATES
MÉDITATION
TRX
BIKING SPRINT
CARDIO BOXE
CORE TRAINING
STRETCHING



les *Domaine* Mésanges



Un écrin intimiste baigné de lumière du sud, une parenthèse où le temps semble être suspendu pour ne laisser entrevoir que les mille et un secrets de la Provence. Situé à Gassin, au cœur de la presqu'île de Saint-Tropez, le Domaine les Mésanges invite aux instants de quiétude et de partage. Un luxe pur et rare, une plénitude inespérée à seulement quelques encablures de la belle et bouillonnante Saint-Tropez !



Une fois le majestueux portail en fer forgé passé, c'est un univers subtil à fleur de « sens » que l'on pénètre. Un bout de paradis bien gardé, hors du temps, hors du cadre. Le domaine des Mésanges a ce « je ne sais quoi » qui dépayse incessamment, nous enveloppant d'une aura apaisante. Peut-être est-ce cette nature environnante qui exhale ses subtiles fragrances méditerranéennes, ou bien le charme des vieilles pierres qui nous content l'histoire de ces lieux... Quoi qu'il s'y passe, venir est déjà une expérience en soi.

Un cocon de raffinement et de nature



Ce domaine familial, datant de 1956, doit son nom - dit-on - aux nombreuses mésanges qui nichaient dans les arbres de la propriété. Un bon présage qui, tout compte fait, continue de perdurer pour nos hôtes ! Le maître des lieux est d'ailleurs l'un des plus grands pépiniéristes et créateurs de jardins de la région. Ainsi, on prend un heureux plaisir à se laisser porter par la richesse luxuriante des jardins qui ponctue notre pérégrination du doux parfum des essences endémiques. Aucun doute, nous sommes au cœur de la Provence, dans son état absolu. Le chant des cigales et des oiseaux qui s'entremêlent, les lavandes qui foisonnent et bourdonnent joyeusement, le jardin d'oliviers millénaires, les vignes qui étendent leurs lignes sur l'horizon, le jardin potager, la piscine d'eau naturelle chauffée sans oublier les terrasses ombragées qui invitent à la légèreté durant les chaudes journées d'été... Ce lieu conjugue authenticité et élégance à la perfection.



Événements & privatisation

Mariages, célébrations familiales, événements d'entreprise, séminaires... Les Mésanges vous aide à créer des instants mémorables, des événements à votre image en mettant à votre disposition ses différents espaces extérieurs. Le jardin d'olivier millénaires, le grand salon d'hiver, le Hameau, la Bergerie, la Balinaise... Votre cœur balance ?

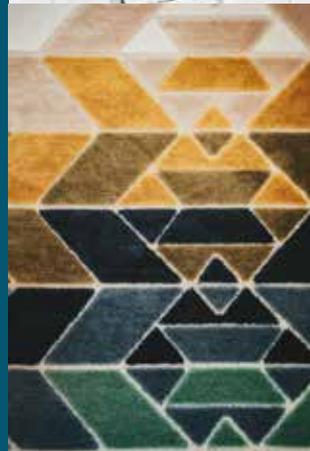
UN HAVRE DE VIE ET DE CONVIVIALITÉ

Lorsque l'on pousse la porte de ce Mas provençal, nous sommes accueillies par la chaleur du bois et la fraîcheur de la pierre brute. L'espace de vie est bien pensé et chaleureux, mêlant admirablement l'ancien et ce qu'il faut de moderne.

On joue sur un patchwork aux notes rétros, Shabby chics... Les meubles sont tous de belles factures et gardent par endroit la patine du temps. On apprécie particulièrement la grande et longue table de ferme en bois qui trône au milieu de la pièce et invite aux instants de partage et de convivialité. Les chaises, toutes bigarrées, apportent la juste dose de contraste et de peps dans la scène. Toute proche, la grande cuisine disposant d'un îlot central, vient réchauffer la pièce grâce à son foyer ouvert. Quelque peu en retrait, telle une alcôve, on apprécie le petit coin salon propice à la lecture et à la contemplation. Avec ses magnifiques ouvertures en arcade, ses murs de pierres et ses verrières en fer forgé, la pièce revêt des airs de jardin d'hiver. Le patio ombragé attenant, lui, n'est pas sans rappeler les anciennes haciendas, avec sa fontaine chantante, ses tommettes au sol, ses orangers parfumés et ses divers espaces aménagés pour laisser avec un plaisir non coupable le temps s'égrainer. Peu importe le moment de l'année, les hôtes ont la chance de pouvoir choisir l'espace qui leur sied le mieux pour déguster leur copieux déjeuner. La maison ravit les papilles, entre autres, de délicieuses confitures maison, de beaux fruits venant tout droit du verger, de pain frais et de viennoiseries, de différents mueslis ainsi que de café chaud et délicieux jus de fruits pressés.

LA TABLE D'HÔTE

Durant la belle saison, Les Mésanges vous offre une jolie parenthèse sur le patio... Soleil couchant, un chef fait la part belle aux produits de saison et séduit les palais de savoureuses partitions aux accents du sud. Le doux clapotis de l'eau, le soleil dardant ses derniers rayons, un cadre enchanteur, une assiette sublimée... **Tout y est, rien ne manque !**



DES SUITE ET CHAMBRES UNIQUES

Cet éden naturel offre aujourd'hui à ses hôtes, pas moins de 14 chambres et suites dévoilant leur propre univers. Des espaces tout confort, singuliers et raffinés qui sauront contenter les aspirations de chacun.

Ainsi, les hôtes ont le choix entre :

Le Grand Pin (50 m²) qui offre une atmosphère zen, propice à la détente ;

L'Olivier (45 m²) un cocon de nature ; La Verrière (30 m²) douce et lumineuse ;

La Pergola (35 m²) au charme bucolique ;

La Serre (35 m²) avec une vue saisissante sur les oliviers millénaires ;

La Boisée (20 m²) à l'ambiance chaleureuse ;

La Nuptiale (20 m²) aux nuances douces et romantiques ;

La Fleur d'Oranger (15 m²) au style provençal ; La Mimosa (15 m²) aux notes lumineuses.

Il y a également **deux magnifiques bungalows traditionnels** qui invitent au voyage tels que Le Faré (20 m²) avec son jardin privatif et La Balinaise (35 m²) avec sa piscine.

La bergerie. Cette superbe villa provençale de 160 m² se compose de trois belles suites (Chez le Berger, Transhumance, La Belle Étoile), chacune avec un lit King size, une salle de bain/douche privative et une terrasse ou un balcon. La maison dispose également d'un jardin de 4 000 m² avec vue sur les vignes, une piscine privée et une très belle terrasse. Privatisation possible. Places de parking et service d'une femme de ménage inclus.

LA VILLA AUX OLIVIERS

Au milieu d'un jardin arboré où s'épanouissent bougainvilliers et plantes grimpantes, ce mas provençal de 300 m² se veut une véritable « maison de famille » entre tradition et modernité. On apprécie l'imposante cheminée en pierre, les innombrables meubles chinés, la grande cuisine aux suspensions industrielles, les cinq belles suites où le bois patiné contraste avec le béton ciré et les œuvres d'art contemporain, sans oublier la grande terrasse et la piscine aux allures de bassin naturel. Privatisation sur demande.



WINE TASTING

CHÂTEAU DE **CHAUSSE**

MAS DE **LA DAME**

CHÂTEAU **DEMONPÈRE**

CHAMPAGNE **DRAPPIER**

CHÂTEAU **FONT DU BROC**

CHÂTEAU **LÉOUBE**

CHÂTEAU **MONTAURONE**

DOMAINES **OTT**

DOMAINE **PASCATI**

DOMAINE DE LA **PERTUADE**

DOMAINE **RABIEGA**

DOMAINE **TROPEZ**

WINE TASTING

Virginie Broquet





Wine event

2
Mai
2024

tasting
Monaco

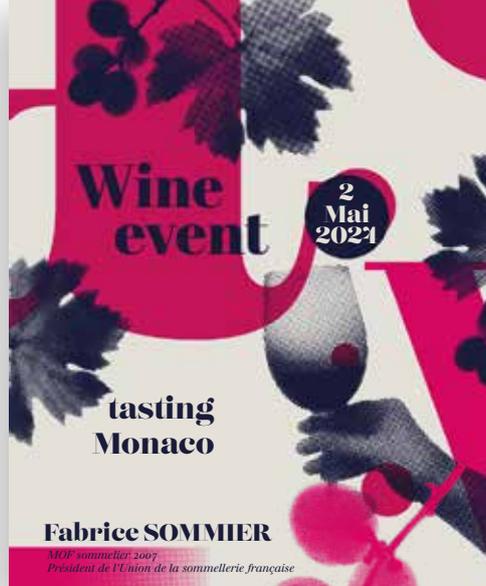
Fabrice SOMMIER

*MOF sommelier 2007
Président de l'Union de la sommellerie française*



CÔTES DE PROVENCE

CHÂTEAU DE CHAUSSE



Une très belle cuvée bio, issue de cépages provençaux qui a tout pour plaire. Sa jolie robe lumineuse aux reflets saumonés, son nez fin et élégant et sa bouche délicate dotée d'une belle fraîcheur ne laissent pas indifférents !



FABRICE SOMMIER

MOF 2007 , Président UDSF et fondateur de la Wine School

Tout d'abord, je trouve que c'est une très belle bouteille. À la dégustation, j'aime ce côté simple sans être simple, porté sur la gourmandise, le côté digeste et la touche de fraîcheur. Le plaisir est là et atteindra son sommet sous peu. J'apprécie qu'il soit un peu tendu et je l'imagine sur un ceviche qui amènera également un peu d'acidité et de gourmandise. Mais aussi sur un beau fromage frais type Brocciu accompagné d'une huile d'olive de Provence. Un vin frais et vibrant !

MAXIME PASTOR

Louis XV Alain Ducasse***

Ce qui me plaît particulièrement dans ce vin, ce sont les amers que l'on peut avoir en finale et qui amènent une certaine fraîcheur, longueur mais également un aspect digeste. C'est ce que je recherche lorsque je goûte un vin rosé... Sur l'aromatique on est sur un registre bonbon, gourmand. Un vin avec lequel je prends du plaisir !



FRÉDÉRIC WOELFFLÉ

Les Ambassadeurs**

Un nez assez discret qui a besoin de temps pour se dévoiler avec une bouche, elle, très expressive avec beaucoup de puissance. On retrouve en milieu de bouche le pomelo ainsi que des amers légèrement présents en fin de bouche qui viennent rafraîchir le palais. On a beaucoup de gourmandise en finalité. Un vin qui pourrait trouver son intérêt aussi bien sur un apéritif que sur une entrée aux accents méditerranéens. Il y a beaucoup de plaisir à avoir et encore plus, selon moi, dans le futur. Un vin gourmand et surprenant. Je crois en son devenir où il aura beaucoup à dévoiler !

MATHIAS NÉGRO

Hôtel de Paris

C'est un vin qui répond plutôt bien à l'idée que je me fais d'un rosé de Provence. On est sur la fraîcheur, quelque chose d'assez friand, facile et désaltérant. Un côté acidulé sur la groseille... On le ressent bien sur l'ensemble aromatique et sur la texture en bouche. Un vin plutôt vibrant avec une belle fraîcheur en finale.



CHÂTEAU DE CHAUSSE



APPELLATION

AOP Côtes de Provence

CÉPAGES

Cinsault 40 %, Grenache 30 %, Syrah 25 %, Mourvèdre 5 %

TERROIR ET VINIFICATION

A seulement 3 km de la mer, le vignoble de 15 hectares est conduit en Agriculture Biologique sur un terroir unique composé de phyllades et de schistes en feuillets en plein coeur d'un espace forestier préservé. Les vignes s'étendent sur les arrondis des collines et parfois s'enracinent sur des restanques.

Les vins reflètent une vinification lente, délicate, qui s'attarde à extraire le meilleur du terroir et à produire des vins ciselés et raffinés.

DÉGUSTATION

Robe

Une jolie robe lumineuse aux reflets pétales de rose

Nez

Le nez est fin et élégant sur de subtiles notes de fruits rouges et de rose

Bouche

La bouche, délicate et gourmande, est dotée d'un bel équilibre entre la fraîcheur et la finesse de l'acidité



CHÂTEAU DE CHAUSSE

Un vent de renouveau

Sur les collines de la Croix-Valmer et de Gassin, perdu au milieu d'une nature immaculée se dresse une somptueuse bâtisse provençale datant du XIXème siècle. Un cadre exceptionnel qui pousse au rêve... Un terroir prédestiné à l'excellence ! Le Château de Chausse a été entièrement rénové, offrant une architecture moderne et épurée. Perméables à la lumière, les lieux mettent l'accent sur des lignes pures et la noblesse des matériaux. La cave et le chai, quant à eux, bénéficient d'équipements de pointe octroyant aux vins une signature d'autant plus forte. Enfin, une salle de dégustation privée vient compléter cette nouvelle partition et devient l'écrin d'initiations oenotouristiques.



DES EXPÉRIENCES INÉDITES

Visite du Château de Chausse - 1h : Accordez-vous une parenthèse pour en apprendre davantage sur l'histoire du Château mais également sur les secrets de fabrication de ses crus. Lors de cette visite, vous découvrirez le domaine ainsi que les chais, puis poursuivrez l'expérience par une dégustation de vins emblématiques.

Dégustation sensorielle - 1h30 : En duo ou en petit groupe, vivez une expérience immersive qui joue avec vos sens ! Les yeux bandés, vous vous initierez à une compréhension plus profonde des différentes nuances du vin. Une approche de la dégustation inédite !

Visite avec le chef de culture - 2h : De la vigne à la bouteille... Laissez-vous tenter par une visite au milieu des vignes durant laquelle vous pourrez plonger au cœur du terroir, allant de la culture de la vigne à la récolte des raisins, sans oublier la production des vins du domaine. L'expérience s'achève par une dégustation des crus qui font la renommée du domaine.



AOP LES BAUX-DE-PROVENCE

MAS DE LA DAME

Le Coin Caché est l'une des plus anciennes parcelles du domaine... Isolée au pied de la colline, dans la garrigue, elle produit un grenache de grande qualité qui devient l'essence même de ce grand cru. A la fois puissant, élégant, fin, le Coin Caché a un style bien à lui et une expression très originale de soupes de fraises, de cerise à l'eau de vie et de pruneaux.

FABRICE SOMMIER

Président UDSF et fondateur de la Wine School

Ce cru m'apporte beaucoup d'émotions ! Un vin charmeur, robuste et efficace sur un millésime pas simple. On a des notes clou de girofle, réglisse avec un peu de poivre noir également. Il y a un côté très puissant mais en même temps tout en finesse, je dirais même presque féminin avec un effet un peu dentelle. Un vin qui est dans la gourmandise et à la fois en structure. C'est très paradoxal... On pourrait dire qu'il est rond et pointu. Je l'imagine très bien sur des plats aussi divers que variés comme une belle soupe au pistou, une gardianne de taureau - car effectivement c'est la bonne conjugaison entre le nord et le sud - mais aussi sur une Forêt Noire de par sa jutosité. J'ai un grand sentiment de fierté pour le chemin parcouru par ces dames qui font des vins identitaires qui leur ressemblent.

BRUNO SCAVO

Sommelier formateur

J'aime bien ce vin... Un millésime qui n'était pas facile et celui-ci fait lien entre la Provence et le sud de la vallée du Rhône. Je retrouve d'ailleurs un peu des deux dans son caractère. Un vin très souple, satiné et suave enrobé par sa générosité. En plus du fruit, je le trouve très méridional dans son aromatique. Je le vois très bien accompagné d'un beau pigeon cuit à basse température avec une crème de potiron à la réglisse. Une émotion : générosité satinée !





JULIA SCAVO

Sommelière formatrice

De jolis souvenirs de ce domaine me reviennent et c'est un vrai privilège de pouvoir goûter à ce vin. Le millésime était un challenge et on ressent qu'il y a eu un réel effort pour ce cru. Le nez est expressif et mûr. Il y a également un élevage qui est présent avec le chocolat, les épices et tout ce qui peut compléter un peu la prune, la figue et les fruits noirs. C'est assez extraverti et très sudiste au nez. En bouche, on a un petit contraste avec un serrage au niveau des tanins et une fraîcheur aromatique. Ça reste assez généreux avec une jolie texture et un côté assez suave au niveau du toucher. Un joli coup de fouet qui vient avec le grain du tanin et les épices. Un vin qui incite à la patience et qu'on a envie de voir se développer.

FRÉDÉRIC WOELFFLÉ

Les Ambassadeurs**

Juste du plaisir. Je trouve que les vins des Baux de Provence arrivent à concilier merveilleusement bien ce côté plaisir et puissance en même temps. C'est une région que j'ai toujours appréciée pour ses rouges et ici c'est une belle réussite. C'est l'équilibre et l'élégance, le genre de vin que l'on a envie de faire découvrir à l'aveugle.

STEPHEN CASTELLI

Marguerite Bar Events

Je suis surpris. Au nez, on est sur la fraise vraiment intense, sur une soupe de fruit d'été. En bouche, on a quelque chose de beaucoup plus suave avec le chocolat, le poivre, la cannelle et un peu de clou de girofle. Cette dualité est très intéressante. Du frais et du suave... J'aime !

MAS DE LA DAME



CÉPAGES

Grenache majoritaire,

Syrah, Mourvèdre et Cabernet.

VINIFICATION

Cuaison longue

Remontages réguliers

Contrôle oxygène et température

Ramassé en caisses, à la limite de la surmaturité fin septembre si le temps le permet, le grenache est vinifié séparément et élevé quinze mois en foudre de chêne avant d'être assemblé avec la syrah.

ACCORDS

Avec un rôti de chevreuil ou une daube de sanglier à la provençale

MAS DELADAME



Cité dans les prédictions de Nostradamus, peint par Van Gogh, évoqué par Simone de Beauvoir, le Mas de la Dame produit des vins et des huiles d'olive d'exception depuis plusieurs siècles...

L'histoire du mas commence par un matin ensoleillé de 1903. De passage dans la région, Auguste Faye, négociant Bourguignon, a un coup de foudre pour la vieille bâtisse noyée dans les vignes, au flanc des rochers blancs. Aujourd'hui, ce ne sont autre que Caroline Missoffe et Anne Poniatowski, les arrière petites-filles du fondateur, qui gèrent avec cœur et passion ce domaine de 300 hectares où s'entremêlent dans une harmonie retrouvée 58 ha de vignes et 28 ha d'oliviers.

LE RAISIN

Situé au pied du mythique village des Baux-de-Provence, sur le versant sud des Alpilles, à l'abri de la barrière montagnaise, les vignes bénéficient d'un terroir et d'un microclimat uniques, octroyant aux vins toute leur spécificité. La conduite du vignoble est faite dans le plus pur respect du fruit et de la terre ; La vinification, quant à elle, est certifiée biologique par Ecocert.

L'OLIVIER

Sur ces terres foisonnantes, Grossane, Salonenque, Picholine, Verdale et Aglandau s'épanouissent sous le soleil du sud. De ces différents fruits naissent des huiles d'olives vierges d'exception en AOP Les Baux de Provence ainsi qu'en AOP Huile de la Vallée des Baux-de-Provence en fruité vert ou noir. On retrouve également avec plaisir des olives vertes Picholine prêtes à la dégustation ainsi que diverses spécialités à base d'olives.

Visites & dégustations

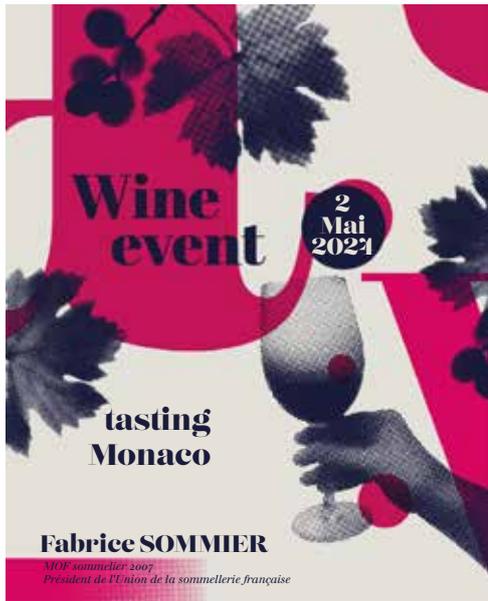
Découvrez les produits du domaine lors d'un passage à la boutique ou d'une visite guidée. Vous pourrez également profiter d'une balade en accès libre, à travers la garrigue, les vignes et les oliviers, le long d'un parcours fléché de 2,6 km ou encore vous régaler d'un panier pique-nique composé de produits locaux et d'une bouteille de vin.





CHÂTEAU DEMONPÈRE

Cette cinquième cuvée de la dénomination du Terroir Notre-Dame des Anges présente une robe d'un beau rose pâle, un nez très expressif, complexe et harmonieux ainsi qu'une bouche ronde toute aussi séduisante. Un millésime 2023 gourmand doté d'un bel équilibre gastronomique.



FABRICE SOMMIER

Président UDSF et fondateur de la Wine School

Un vrai plaisir ! De nature je déteste le pamplemousse mais là ça me dérange beaucoup moins. Bien au contraire, j'y trouve un côté très rafraîchissant. Ce vin nous raconte une véritable histoire... Nous sommes sur une des appellations benjamines de la Provence. On est sur un très joli rosé avec une robe très appétente. J'aime beaucoup sa texture et sa salinité qui va lui permettre de durer dans le temps. Je l'imaginerais bien avec des calamars, des partitions un peu criées et fumées.



BRUNO SCAVO

Sommelier formateur

Très joli vin ! J'aime bien cette couleur, ni trop pâle, ni trop soutenue, qui évoque pour moi le pétale de rose. J'apprécie particulièrement ce caractère porté sur le fruit et floral. C'est expressif ! On est sur quelque chose de très harmonieux, souple en bouche avec une certaine amplitude et générosité. Ce rosé commence à s'ouvrir et je le verrais bien avec un petit tartare de veau, une huile de sésame et de la grenade. J'aime beaucoup ce rosé avec une appellation qui selon moi mérite le détour.



ÉLÉA NOUGAROLLES restaurant étoilé Récif*

Ce rosé m'a particulièrement séduite. Malgré une acidité, une tension et un côté un peu citronné, écorce de pamplemousse, on retrouve une belle gourmandise et du volume en bouche. C'est très séducteur. Le premier nez et la première bouche sont plutôt sur le fruit... En se réchauffant, on passe un peu plus sur le floral avec un côté hibiscus, pétales de rose séchés. Il va gagner dans le temps car il a cette acidité, cette colonne vertébrale qui va lui permettre de tenir. Je verrais très bien ce vin sur l'entrée signature de Récif qui est autour de la tomate.

CHÂTEAU DEMONPÈRE



Une cuvée Prestige des plus harmonieuses qui se révèle comme une vraie gourmandise. Le nez est élégant et très expressif, badinant entre les fruits et les fleurs blanches. La bouche explose en saveurs et offre une fraîcheur éclatante. Un blanc qui irradie l'été !



FABRICE SOMMIER Président UDSF et fondateur de la Wine School

J'ai une agréable sensation de bonbon, un peu acidulé. Par la suite, vient des arômes un peu cédrat, amande, noisette pour la pointe amère, presque frangipane sans le gras. Je trouve cela très gourmand et ça fait du bien !



LOUISE VALLAT Blue Bay**

Une belle linéarité entre le nez et la bouche. Une explosion qui me rappelle le bonbon Arlequin entre gourmandise et esprit un peu acidulé. Très agréable !



MAXIME PASTOR Louis XV Alain Ducasse***

Un vin très expressif aussi bien au nez qu'en bouche. On retrouve une dimension solaire, très exotique avec un style assez pulpeux. La bouche est intense avec des notes confites et de fruits exotiques. Je dirais que c'est un vin plutôt sensuel. Très agréable !



ÉLÉA NOUGAROLLES

Récif*

Un vin que je trouve audacieux et réconfortant. Il a quelque chose de surprenant de par sa sucrosité qui arrive en attaque. Je ne m'y attendais pas du tout. J'ai l'impression d'avoir croqué dans une mangue fraîche. Il y a également de jolis amers en fin de bouche, une belle longueur, de la mâche et une pointe florale. Je le visualise bien avec une association que l'on a proposé l'été dernier au restaurant, autour de la pêche blanche et de la lavande en différentes textures et températures de service. très beau vin !

MATHIAS NÉGRO

Hôtel de Paris

Dès le premier nez, on découvre une intensité aromatique tournée sur le côté garrigue, herbes sèches, badiane. En bouche, j'ai une sensation d'explosion aromatique, de texture avec une finale riche et puissante. Un vin que je qualifierais de solaire et rayonnant. C'est un joli cru pour s'essayer à des accords plus audacieux que sur des blancs classiques provençaux. Je l'imagine bien sur un gorgonzola légèrement affiné mais très crémeux avec des poires fraîches.

CHÂTEAU DEMONPÈRE



CARACTÉRISTIQUES

Vin issu de l'agriculture biologique certifié Ecocert et d'une exploitation agricole certifiée HVE : Haute Valeur Environnementale

ASSEMBLAGE

Grenache (55 %)
Cinsault (40 %)
Rolle (5 %)

ACCORDS

Associé à des olives, des toasts de tapenade, des tomates cerises, des fougasses, des plats légers d'été, toutes sortes de grillades, des petits farcis provençaux, des fromages frais, des desserts de fruits d'été.

CARACTÉRISTIQUES

Vin issu de l'agriculture biologique certifié Ecocert et d'une exploitation agricole certifiée HVE : Haute Valeur Environnementale

ASSEMBLAGE

100 % Rolle (Vermentino)

ACCORDS

Ce blanc de blanc accompagnera à merveille aussi bien les poissons grillés, les apéritifs dinatoires, que les fromages et les fruits frais.





Je suis venu ici pour cultiver l'AUTHENTIQUE

Marcel Pagnol — Jean de Florette

En plein cœur de la plaine des Maures, se niche un écrin sauvage et authentique, oublié de la main de l'homme depuis des décennies... Jusqu'au jour où Yves et Géraldine Journal foulent le sol de cette terre provençale indomptée. Une rencontre providentielle, un véritable coup de foudre. Dès lors, naît l'intuition immuable que cette propriété du XV^{ème} siècle arborera de nouveau sa grandeur d'antan.

Et du cœur à l'ouvrage, ils n'en manquent pas... Visionnaire tout autant que poète, le maître des lieux Yves Journal a, depuis 2011, initié une restructuration herculéenne, inspirant le profond respect comme l'attente de la plus haute exigence.

Sur cette propriété de 149 hectares - dont 32 sont dédiés à la vigne - les ceps sont arrachés et replantés un à un par tranches de 5 hectares chaque année et ce, avec la volonté constante de respecter la biodiversité

et l'équilibre naturel du vignoble. Subtil mélange de tradition et de modernité, le caveau de vente n'est pas en reste, trouvant sa place dans une ancienne bergerie qui s'est vue transformée au fil du temps en chai. En parallèle, les bâtiments agricoles sont rénovés, le jardin est aménagé, des œuvres d'art sont installées pour sublimer la magie du lieu. Ici, la production est sans compromis faisant foi de son terroir : 100 % bio, certifiée Haute Valeur environnementale (HVE) du fruit à la mise en bouteille !

LA VÉRITÉ DANS LE VERRE

Éparses sur différentes parcelles, les rangs de grenache, cinsault, syrah, mourvèdre, rolle et cabernet sauvignon s'épanouissent sous le soleil du sud et s'enracinent dans une terre riche et vibrante de vie. Des plus beaux fruits naissent des crus singuliers à l'identité forte (A.O.P. Côtes de Provence & A.O.P. Côtes de Provence Notre-Dame des Anges) amplement salués lors de concours nationaux et internationaux ! Ainsi, les vins rosés sont charmeurs, exaltant une aromatique complexe toute en finesse. Les rouges sont, quant à eux, racés et dévoilent un caractère affirmé à la fois voluptueux. Enfin, le blanc nous livre une partition chatoyante et délicate aux milles nuances ensoleillées. Un goût de « reviens-y », qui ne laisse pas indifférent !

DE L'OR VERT EN BOUTEILLE

Sur 17 hectares ce ne sont pas moins de 2 700 oliviers qui étirent leurs rameaux, au bout desquels pointent des olives à l'étoffe bigarrée. On prend ainsi plaisir à découvrir différentes huiles d'olive (essentiellement en monovariétale) Vierge Extra, 100 % bio et terroir : picholine, frantoio, ascolana, cayon, Fruité noir et tradition.

MONACO WINE TASTING

CHAMPAGNE

CHAMPAGNE DRAPPIER



Wine
event

tasting
Monaco

Fabrice SOMMIER

Novembre 2007
de l'Union de la sommellerie française

La pureté cistercienne dans une nature généreuse... Inspiré de Clairvaux, la cuvée CLAREVALLIS provient de raisins cultivés biologiquement sur le coteau d'Urville déjà planté à l'époque cistercienne. Clarevallis est l'expression du paysage et de la terre que l'homme entretient depuis le XIIIe siècle.

FABRICE SOMMIER

Président UDSF et fondateur de la Wine School

C'est un champagne qui te raconte une histoire. Il est tellement singulier que c'est justement ce qui en fait sa perfection. On est sûr quelque chose d'agréable et tout en délicatesse avec cette notion de différence entre le nez et la bouche. Tout de suite, on pense aux accords que l'on va pouvoir faire et du plaisir que l'on va donner. C'est ça le métier de sommelier, sortir de sa zone de confort et pouvoir être étonné de ce que l'on déguste et découvre. Et celui-là m'a convaincu. Je connais un peu la Maison Drappier qui est sérieuse et Michel (Drappier) fait un travail remarquable.

MAXIME PASTOR

Louis XV Alain Ducasse***

C'est assez gourmand et je prends beaucoup de plaisir. Que ce soit dans l'aromatique ou en termes de texture, nous sommes sur un style plaisant. Je dirais volontiers que c'est un champagne de gastronomie. Ce n'est pas forcément une aromatique que l'on a l'habitude de retrouver dans tous les champagnes, et c'est justement ce qui est intéressant. Une belle fraîcheur et qualité de bulles.... J'aime beaucoup.

CHAMPAGNE DRAPPIER



LOUISE VALLAT restaurant doublement étoilé Blue Bay**

Un champagne empreint de souvenirs et que j'ai découvert à mon arrivée sur Monaco. Je l'ai d'ailleurs tout de suite apprécié. Un champagne original, qui sort des sentiers battus, ne serait-ce que dans son assemblage mais aussi par sa couleur. Ses notes pâtisseries, épicées m'ont toujours surprise. Un champagne qui sera idéal aussi bien à l'apéritif qu'en accompagnement du repas.

FRÉDÉRIC WOELFFLÉ

Les Ambassadeurs**

Déjà la couleur est très agréable. J'adore ce nez légèrement confit, ce côté oxydatif... Je trouve que c'est là que l'on peut s'amuser sur les accords mets & vins. Au niveau de la bouche, on est sur un champagne racé qui irait parfaitement avec des langoustines sauce maltaise.

MATHIAS NÉGRO

Hôtel de Paris

Je trouve que c'est un champagne très singulier par ses caractéristiques aromatiques et sa couleur qui interpelle. C'est, pour moi, un champagne de repas, qui a besoin d'un accompagnement et d'échanges culinaires pour révéler au maximum son onctuosité.

CHAMPAGNE DRAPPIER



ASSEMBLAGE

Pinot Noir 75 %
Pinot Meunier 10 %
Chardonnay 10 %
Blanc Vrai 5 %

VINIFICATION

Sol calcaire Jurassique
Kimméridgien d'Urville
Vignoble cultivé en Agriculture Biologique,
en partie labouré par un cheval
Première presse
Vinification par gravité
Débourbage naturel
Fermentation malolactique
Levures bio du domaine
Non filtré et non décoloré
Extrêmement peu sulfité

SERVICE

7°C à l'apéritif ou à table, avec des poissons marins, tel un ceviche de daurade et de pamplemousse. Salades fraîches d'été, langoustine et légumes croquants.

CHAMPAGNE 1808 DRAPPIER



MAISON FAMILIALE DEPUIS 1808

La vigne au cœur de l'identité Drappier... Essentiellement situé sur la commune d'Urville, le vignoble familial s'étend aujourd'hui sur 62 ha en propriété et 50 ha en contrats associés. Des lignes verdoyantes où le Pinot Noir règne en maître (70 %) aux côtés du Pinot Meunier (15 %), du Chardonnay (9 %) ainsi que de quelques cépages anciens (6 %).

De nos jours, cet héritage familial est porté par Michel et Sylvie, qui ont été rejoints depuis 2016 par leurs enfants, fiers représentants de la 8ème génération. Charline est en charge de la commercialisation, Hugo de la viticulture et de l'œnologie tandis qu'Antoine cultive une partie du vignoble en bio.



UNE VITICULTURE DURABLE ET BIOLOGIQUE

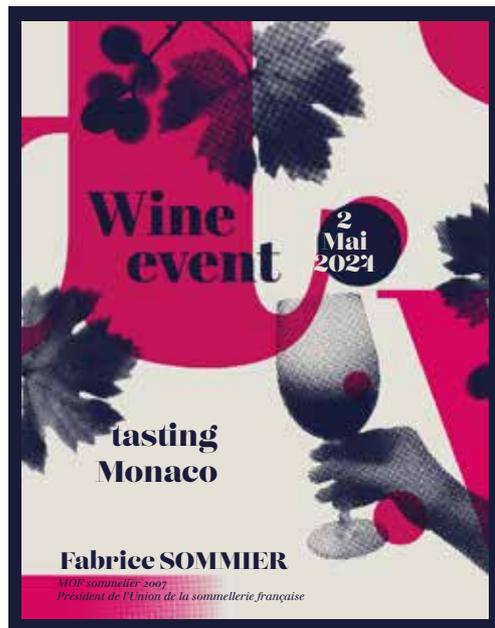
Aujourd'hui, ce ne sont pas moins de 27 hectares qui sont cultivés en agriculture biologique (certifiés Ecocert) et qui permettent l'élaboration de grandes cuvées à l'instar de Clarevallis, Quattuor, Grande Sendrée, et Grande Sendrée Rosé. Sur le domaine, aucun désherbant ni insecticide n'est utilisé, ainsi la biodiversité est encouragée, garantissant l'équilibre naturel de la vigne. Le sol, lui, est labouré avec des chevaux de trait ce qui permet de travailler au plus proche de la plante, de réduire l'impact carbone, et surtout de ne pas favoriser l'érosion.



PREMIÈRE MAISON « CARBONE NEUTRE »

Premier domaine en Champagne à être certifié « carbone neutre » (Écoact), Champagne Drappier œuvre depuis 2016 à réduire au maximum son impact sur l'environnement. Ainsi, le domaine dispose de panneaux photovoltaïques sur les toits - couvrant 75 % de leurs besoins en énergie - et d'une flotte de véhicules électriques avec des bornes de recharge. Leurs bouteilles sont également 15 % plus légères que les traditionnelles et la maison recycle tous ses matériaux, allant même jusqu'à leur offrir une seconde vie.





CÔTES DE PROVENCE

CHÂTEAU FONT DU BROC

La cuvée château a fait la renommée de Font du Broc. Son terroir, ses cépages et les hommes qui y travaillent, donnent à ce vin incontournable, un caractère affirmé et équilibré. On est charmé par sa robe limpide et lumineuse, son nez intense et une bouche fraîche au fruité généreux.



FABRICE SOMMIER

Président UDSF et fondateur de la Wine School

J'y retrouve un petit goût mentholé très agréable. J'aime cette alchimie entre le nez et la bouche et ces notes de fraises qui me rappellent l'enfance. Il y a un sentiment presque de frustration... Dans le sens où ce vin a d'autres choses à nous raconter. C'est un vin qu'il faut aller chercher dans le verre, que l'on boira facilement cet été mais qui mérite aussi qu'on l'attende un peu pour qu'il déploie tout son potentiel... Les gibiers à plumes de l'automne et de l'hiver, le canard sauvage et les cerises pour pouvoir faire des accords détonants et même étonnants. Un vin où il faut prendre le temps d'aller à sa rencontre !

JULIA SCAVO

Sommelière formatrice

Ce vin m'évoque une sensation de plénitude. Un vin avec un côté aventureux, un peu bandolesque. J'aime beaucoup !



LOUISE VALLAT

Blue Bay**

Un très bon vin avec des notes compotées, d'abricot et d'épices. Une fin de bouche où l'on sent une chaleur agréable. Pour moi, c'est un rosé de fin d'été presque automnal. Réconfortant !



MATHIAS NÉGRO

Hôtel de Paris

Il y a une vraie alchimie entre le nez et la bouche. Le bouquet est très prometteur tant au niveau aromatique que de l'intensité. En bouche on retrouve cette même puissance avec une finale assez marquée presque chaleureuse. Cela donne un rosé plutôt réconfortant que l'on boira volontiers sur la fin d'année.

ÉLÉA NOUGAROLLES

Récif*

Une petite madeleine de Proust... Ce vin me rappelle un souvenir d'enfance : lorsque mon père m'offrait des bonbons avec une petite poudre acidulée à l'intérieur... Il y a ce côté un peu « peps », un peu tonique. Et je ne sais pas pourquoi, quand je l'ai eu en bouche, j'ai retrouvé au tout début, ce côté très frais et vibrant. Par la suite, est arrivé quelque chose de plus rond, un peu plus calisson et charnu. Très agréable.

CHÂTEAU FONTDUBROC

ACCORDS

Idéal à l'apéritif comme en accompagnement d'un repas, ce vin est gastronomique et polyvalent, se mariant aussi bien à une cuisine de la mer qu'à une cuisine de terroir.

IDÉES D'ACCOMPAGNEMENTS

Salade fraîche aux épinards, fêta et grenade
Tartare de thon aux graines de sésame
Assiette de tapas, anchoïade et tapenade
Tajine de poulet aux aubergines



TERROIR

Sur les hauteurs varoises entre l'Estérel et le Golfe de Saint-Tropez, le domaine est implanté sur un terroir argilo-calcaire.

CÉPAGES

Syrah: 40 %
Grenache: 35 %
Cabernet Sauvignon: 15 %
Mourvèdre: 10%



VINIFICATION

Les épisodes de gel printanier puis la sécheresse estivale ont limité la récolte. Cette sélection naturelle, nous a, par ce fait, permis de cueillir des grappes de grande qualité. Celles-ci sont ramassées à la main puis transportées dans de petites caissettes et entreposées à basse température avant un pressurage délicat. En est extrait un jus clair et très aromatique, présageant un joli millésime.





CHÂTEAU FONT DU BROC



BÂTIR UN HÉRITAGE...

Lorsque l'on se trouve au pied de ce grand domaine érigé sur les hauteurs varoises, on ne peut imaginer que quarante ans auparavant, il n'y avait rien d'autre qu'un petit cabanon cerné de milliers d'ares de garrigue en restanques. Aujourd'hui, le Font du Broc abrite une bâtisse majestueuse agrémentée de jardins à la française, d'un haras parmi les plus renommés au monde, d'une oliveraie, ainsi que d'un vignoble s'étendant sur pas moins de 28 hectares. Quarante ans de travaux herculéens furent nécessaires pour permettre au vignoble de voir le jour mais également pour bâtir une cave voûtée sous-terraine d'inspiration cistercienne, véritable chef d'œuvre signé par les artistes compagnons du Tour de France.



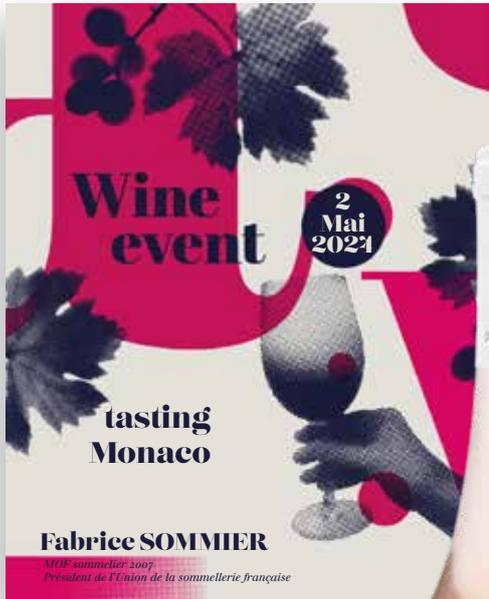
POUR L'EXCELLENCE

Le vignoble jouit d'une situation remarquable et d'un terroir rare de nature argilo-calcaire, l'un des meilleurs de l'appellation Côtes de Provence. Dans cet éden naturel, l'agriculture biologique est une philosophie de vie, étayée par une viticulture traditionnelle respectueuse de l'environnement. Les grandes étapes de vinification, elles, restent ancestrales. Ainsi, le Château Font du Broc se positionne sur un créneau très haut de gamme et propose des vins rouges fortement racés et puissants, mais également des vins blancs et rosés frais et subtils qui séduisent régulièrement les jurys et les épicuriens.

Tourné vers l'avenir

Un vent de renouveau souffle sur le domaine... Précurseur tout autant que téméraire, le Château Font du Broc vient d'initier la construction d'un nouveau chai contemporain, doté d'équipements de pointe et ce, afin de vous offrir des vins toujours plus qualitatifs au plus près de leur terroir. De nouvelles cuvées exclusives au design « accrocheur » vont également faire leur entrée !

Restez à l'affût, plus d'informations à venir sur les réseaux sociaux du domaine !



CÔTES DE PROVENCE

CHÂTEAU LÉOUBE

En édition limitée, la cuvée rosé Collector est l'emblème de l'exigence du Château Léoube. Fruité, équilibré et généreux, ce cru « haute-couture » signe une grande délicatesse et libère des arômes fruités et naturels.

FABRICE SOMMIER

MOF 2007, Président UDSF et fondateur de la Wine School

Une couleur surprenante et une belle simplicité. Je trouve que c'est hyper gourmand et efficace. J'aime particulièrement la finale sur l'anis. Pour ce vin, la température de service sera importante afin de le déguster à son meilleur. Je l'imagine bien sur un colombo ou encore sublimé par un côté végétal comme l'asperge. C'est très très joli... On sent qu'il y a une patte et une patine derrière ce vin qui selon moi, a une capacité de vieillissement intéressante. **Un vin très bien fait !**

ELÉA NOUGAROLLES

RESTAURANT étoilé "Récif" SAINT-RAPHAËL

Je suis très agréablement surprise. Une belle émotion ! Une jolie couleur sablée que je retrouve étonnamment en bouche... Un petit côté sablé breton, pâtissier, très rond avec des notes un peu salines. Un vin volumineux, avec un peu de gras. Beaucoup de gourmandise dans ce vin avec des jolis amers qui viennent apporter une petite appétence très agréable. Également, des notes un peu ardoise, granit, pierre à fusil. Un rosé tonique et animé avec du caractère que j'aime beaucoup. C'est le genre de vin que j'aime consommer. **Très séduite !**

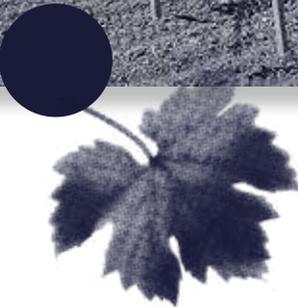
CHÂTEAU LÉOUBE



LOUISE VALLAT

Restaurant doublement étoilé le
Blue Bay** MONACO

Ce qui m'a le plus surprise dans ce vin rosé, ce n'est pas le nez qui est frais et discret, mais plutôt la texture en bouche. On retrouve une forme d'onctuosité tapissante et très agréable. **Un rosé que je trouve fédérateur, de partage et qui irait à mon sens avec une cuisine dans le même esprit.** Un plaisir en toute simplicité pour des moments conviviaux.

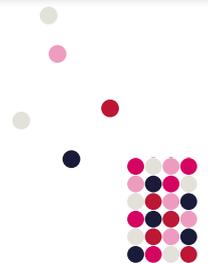


BRUNO SCAVO

Sommelier formateur



Un rosé de bord de mer à la couleur sablée. Un nez délicat et frais très plaisant. **En bouche, on retrouve ce caractère-là, assez vif, frais et satiné.** Un vin assez droit et linéaire qui est rond avec une belle fraîcheur portée notamment par les épices. Passé l'été, je pense que ce cru s'exprimera pleinement. Je l'accompagnerais volontiers de petites fritures de goujons ou de calamars.



MATHIAS NÉGR0

Hôtel de Paris MONACO

Ici, l'émotion se traduit essentiellement par la bouche. Un vin rosé qui a de la mâche avec presque une sensation tannique sur la finale. **C'est un véritable rosé de gastronomie** qui demande un accompagnant. Pourquoi pas des viandes blanches en sauce ou encore des légumes primeurs pour amener un côté végétal.



CHÂTEAU LÉOUBE

ACCORDS



Idéal pour accompagner des cuisines orientales et exotiques, ce rosé se marie parfaitement à des poissons frais, crustacés, carpaccios et ceviches.



TERROIR

Un mélange de schistes et d'argiles caractérise les sols du Château Léoube. La proximité de la mer, l'air marin quotidien et les nuits fraîches sont autant de facteurs qui offrent un climat idéal à la culture de la vigne. Une situation particulière qui contribue à l'élaboration d'un meilleur vin rosé de Provence bio.

CÉPAGES

Les meilleures vieilles vignes de Grenache et Cinsault ont été sélectionnées.

VINIFICATION

Les raisins sont vendangés uniquement manuellement. Puis triés à la parcelle, ils arrivent en grappes entières au chai. Ils ne sont pas pressés. Nous récupérons seulement le premier jus qui sort au moment où la baie éclate : le meilleur jus : le jus de goutte. Fermentation en cuve inox thermorégulée. Clarification naturelle - élevage sur lies de plusieurs mois.

GARDE

2 à 4 ans

MÉDAILLES

OR : The Global Rosé Masters 2023, Léoube Collector Rosé 2022

OR : The spirits the drinks business & the spirits business 2023, Léoube Collector Rosé 2022

ARGENT : The Global Grenache Masters 2023, Léoube Collector Rosé 2022

ARGENT : The Global Organic & Vegan Masters 2023, Léoube Collector Rosé 2022

CHÂTEAU LÉOUBE

Léoube, une ode à la biodiversité

Depuis plus de 25 ans, Léoube œuvre en faveur d'une agriculture biologique durable et humaine, ne produisant que ce que la terre est en mesure de lui offrir. Situé le long du littoral méditerranéen, le domaine ne contraint pas le terroir mais l'accompagne. Un précepte qui est suivi à la lettre et qui se traduit par une richesse et un équilibre de l'écosystème.



En effet, une majeure partie des 560 hectares du domaine demeure à l'état sauvage, laissant la faune et la flore prospérer librement. La démarche environnementale et écoresponsable tend à soutenir la biodiversité et à fournir des ressources précieuses ainsi qu'un habitat de choix pour de nombreuses espèces terrestres et maritimes.

... au service de la qualité des vins

« **C'est un écrin fabuleux qui permet d'obtenir des vins biologiques à fort potentiel** » ... Château Léoube tire le meilleur de ce site exceptionnel pour créer des vins complexes offrant d'agréables moments

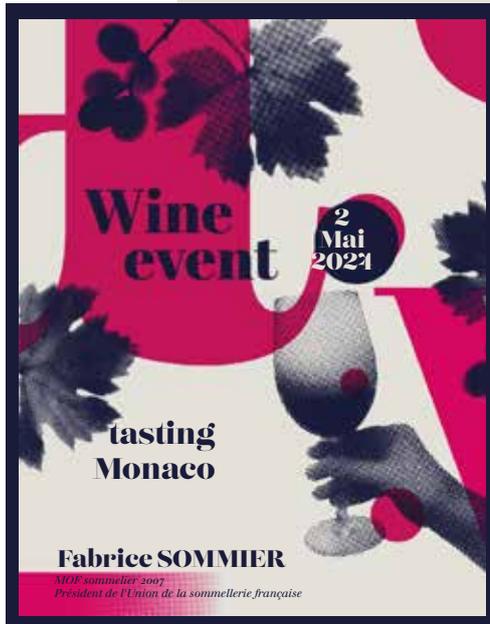
de dégustation. Ces terres « vivantes » sont exploitées avec un respect profond de la nature et véhiculent une tradition vinicole séculaire. En résulte des rosés délicats, des blancs aux accents salins, des rouges raffinés, et des effervescents d'une belle fraîcheur aromatique ... Au fil des millésimes, les vins du Château Léoube expriment parfaitement l'unicité de leur lieu d'origine.

Un été riche en émotions

Surplombant une crique remarquablement préservée, à l'abri du reste du monde, la terrasse du Café Léoube devient la scène de nombreux événements. Dès le 6 juillet, retrouvez le cinéma en plein-air (les mardis), les soirées live-concert (les jeudis) et les soirées DJ (les samedis). À ne pas manquer également, la Summer Party (le 20 juillet) et le Harvest Festival (le 28 septembre) au milieu des pins et des oliviers, à l'ombre des voilages flottant sous les embruns,

Plus d'informations à venir sur www.leoube.com.





COTEAUX D'AIX

CHÂTEAU MONTAURONE

Un vin des Coteaux d'Aix-en-Provence qui surprend par sa fraîcheur et son côté acidulé très subtil. Le nez est entraînant, dévoilant un bouquet complexe et riche. La bouche, elle, est en symbiose et offre une attaque vive toute en longueur. Un cru ensoleillé parfait pour l'été !

FABRICE SOMMIER

Président UDSF et fondateur de la Wine School

Étrangement, je trouve que ce vin n'a pas pris sa cape de caractère sudiste. On aurait pu être sur quelque chose de plus nordiste... atlantique car je lui trouve un côté frais, de poire, pomme verte avec une touche saline et herbacée. Je suis déçu en bien ! Il y a un côté à la fois charmeur et droit. C'est net, efficace et surprenant. Et en même temps aussi très éclatant avec une belle tension, fraîcheur et vivacité. L'acidité n'est pas trop mordante. Un vin très émouvant dans sa structure.

STEPHEN CASTELLI

Marguerite Bar Events

Un vin qui est animé. Au nez, je ressens la cardamome, quelque chose d'assez frais presque mentholé. En bouche, on a quelque chose qui tend vers le fruit presque exotique, très rond. Un côté acidulé aussi très sympa. Un très beau vin assez surprenant ! Je l'imagine bien avec un peu de Pisco pour lui donner encore plus de caractère.





BRUNO SCAVO

Sommelier formateur

J'aime beaucoup cette robe qui est un peu or clair avec des reflets verts. Un nez qui est très frais et assez typé Coteaux d'Aix. J'y vois un peu de miel acacia, entre poire et pomme golden et puis un peu cédrat avec une note camomille. En bouche, j'ai un palais qui est vraiment à l'unisson avec cette impression de fraîcheur. C'est frais et net, assez droit avec une touche de rondeur qui amène un peu de plaisir et de souplesse. On est sur des notes zestées en même temps qui apportent du relief sur la finale. C'est un vin qui a un caractère salivant avec une petite note acidulée sur la nêfle. J'aime bien... Un bon équilibre, une belle profondeur dans la fraîcheur de ce vin !



LOUISE VALLAT

Blue Bay**

Surprenant et vivifiant. Au nez, je retrouve une grande richesse, une belle opulence. En bouche, une élégance que je trouve exceptionnelle, un toucher très particulier avec une amertume résiduelle et un côté acidulé en finale qui perdure. J'aime beaucoup !

JULIA SCAVO

Sommelière formatrice

Il y a une construction intéressante sur la stratification et la profondeur. Dans un premier temps, c'est la fraîcheur aromatique qui surprend. Le Rolle apporte le côté menthol, zesté tandis que l'Ugni blanc apporte un ressenti sur la cire, le végétal. C'est un joli vin bien construit. Une envie de découverte pour moi qui ne connaît pas vraiment ce domaine.

CHÂTEAU MONTAURONE



TERROIR

Âge des vignes : environ 15-20 ans
Nature du sol : argilo-calcaire

CÉPAGES

Rolle : 70 %
Ugni Blanc : 30 %

VINIFICATION

Rendement : 60 hl/ha maximum

Culture : Cuvée certifiée agriculture biologique depuis 2016, travail du sol sans désherbage, amendements organiques.

Vinification/élevage : stabulation à froid, fermentation à température régulée (14°)

ACCORDS

Un blanc qui se déguste aussi bien à l'apéritif qu'en accompagnement de vos poissons et plateaux de coquillages. Il se marie également très bien avec les viandes blanches.



NEW Nouveautés

LES BULLES FAÇON MONTAURONE

GLM, un vin mousseux bio qui fera pétiller votre été !

On est séduit par sa robe rose aux reflets melon et son nez fin porté sur des notes de pêche. L'attaque en bouche est dominée par une effervescence modérée, des arômes de mandarine, de figues et de fruits à chair jaune, tandis que la finale se veut plus généreuse sur la groseille. Un allié estival tout en équilibre qui saura trouver sa place sur vos tables ensoleillées, que ce soit au moment de l'apéritif ou du dessert.

CÉPAGES

35 % Cinsault, 15 % Grenache, 50 % Caladoc

TEMP. DE CONSO

Entre 8°C et 11°C

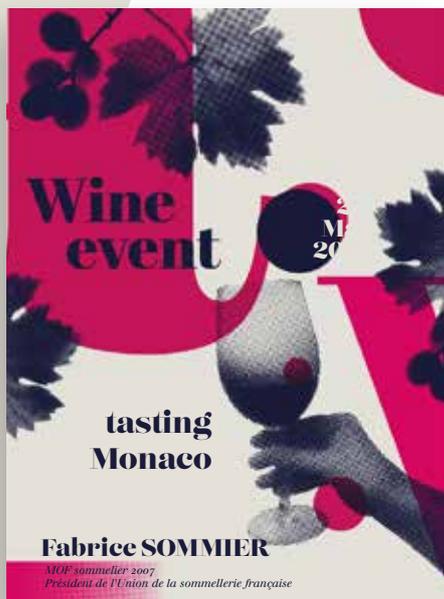


HUILE D'OLIVE VIERGE EXTRA

À Saint-Cannat, sur les terres familiales de Montaurone, les vignes côtoient depuis des décennies les oliviers. Sur 8 hectares pas moins de 1800 arbres de variétés différentes sont cultivés, dont l'Aglandau et la Salonenque. Du fruit naît une huile d'exception, certifiée AOP Provence (conversion bio 3ème année) et mise en bouteille à même le domaine. Tel un hommage à l'œuvre de son aïeul, Guillaume Sorba, gérant des lieux, s'est vu recevoir (non sans fierté) une médaille d'or au Concours Général Agricole pour son précieux nectar !

Belle huile vive et aromatique qui dévoile des notes d'herbes fraîches, ardentes, poivrées et peu amères...





CÔTES DE PROVENCE

DOMAINESOTT

Équilibre subtil entre structure et finesse, cette cuvée illustre la précision qu'exige la vinification d'un rosé : une méthode rigoureuse qui met à l'honneur la chair du fruit, le cœur du grain... Voici un vin dont la tension est à l'image du vignoble : des collines calcaires, une terre aride, dont l'austérité s'illumine d'un ensoleillement exceptionnel.

FABRICE SOMMIER

Président UDSF et fondateur de la Wine School

Une émotion : La nostalgie. Il y a 30 ans, lorsqu'on parlait des rosés de Provence, on pensait tout de suite à Ott ! Ce vin-là aura toujours pour moi, la touche des premiers vins de Provence que l'on pouvait goûter. On retrouve la gourmandise et un certain classicisme naturellement émouvant.

FRÉDÉRIC WOELFFLÉ

Les Ambassadeurs restaurant
doublement étoilé

Domaines Ott, une maison qui a su renaître et qui offre aujourd'hui des rosés d'une belle générosité et gourmandise. C'est assez complet, il y a le nez, la bouche... Un millésime 2022 qui est particulièrement bien réussi. Je trouve que c'est une des maisons qui définit le mieux le rosé pour beaucoup de nos consommateurs, ici à Monaco.

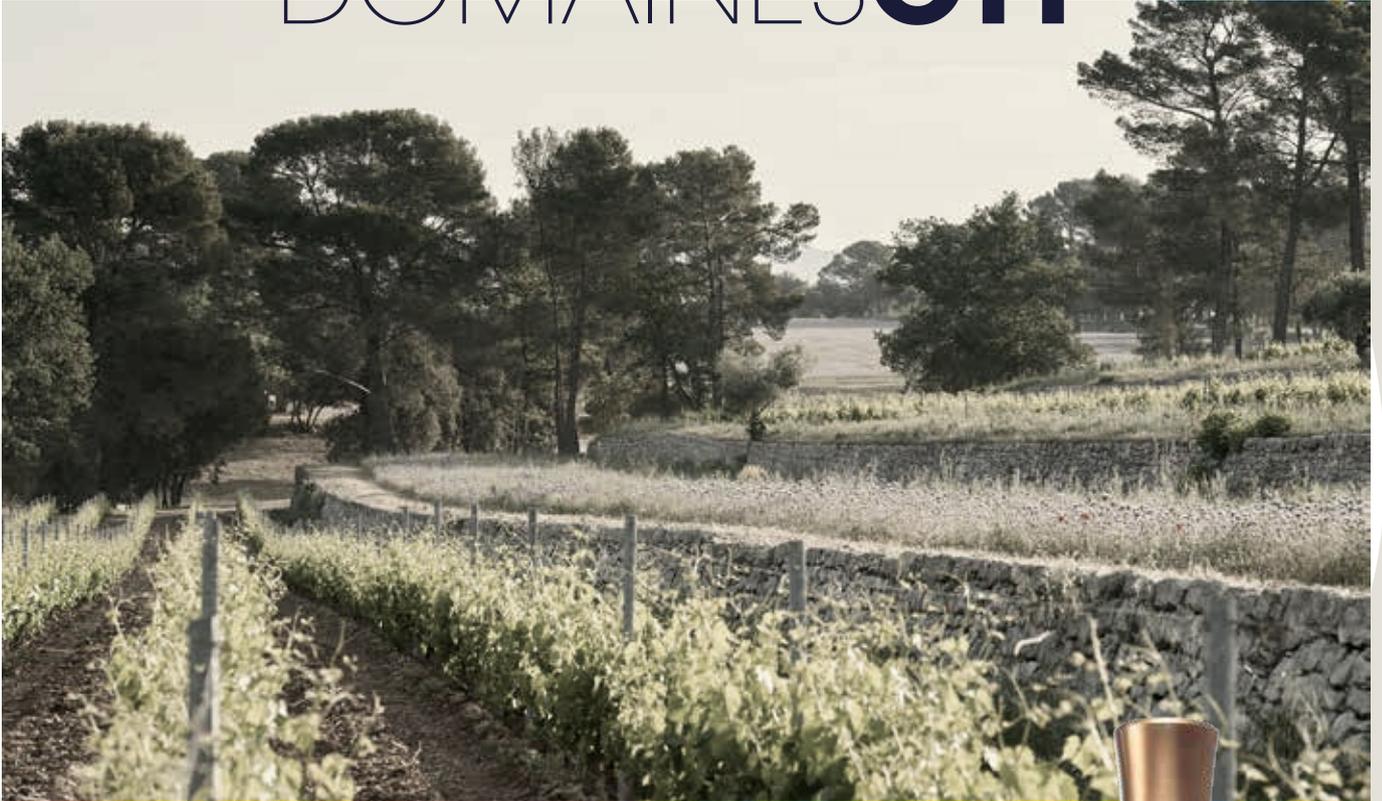
BRUNO SCAVO

Sommelier formateur

J'aime son équilibre. Un millésime chaud qui a de la chair et qui finalement garde une fraîcheur tout en ayant perdu son fruit de jeunesse. Une très belle structure caressante, soyeuse. Un petit caractère légèrement épicé, un peu réglisse et salin sur la finale. Très lent et frais en même temps. Généreux mais pas alcooléux. Un très bon équilibre. Un seul mot : Plaisir !

WINE TASTING

DOMAINESOTT



JULIA SCAVO

Sommelière formatrice

Une construction texturale solide qui donne un raffinement esthétique. Un peu épicé et réglissé, tenu par des jolis amers qui l'étirent et soutiennent cette fraîcheur aromatique.

MATHIAS NÉGRO

Hôtel de Paris

Un domaine emblématique de la Provence. Un rosé à mon sens très consensuel et bien fait. Je dirais aussi réconfortant par son côté enveloppant et ses notes de miel d'acacia.

STEPHEN CASTELLI

Bartender Mixologue Un vin chatoyant bien équilibré et bien construit. Une jolie sucrosité sans trop. Un côté salin qui donne envie d'y revenir. Ça me plaît !

MAXIME PASTOR **restaurant le Louis XV Alain Ducasse*****

Un cru signature chez les vins rosés. J'aime beaucoup sa trame très précise avec une finale assez saline. C'est ce qui le rend à la fois complexe et désaltérant. Du début à la fin, il y a une belle tenue. Je prends beaucoup de plaisir !



DOMAINESOTT



TERROIR

Perdu dans un océan de pinède et de forêt, le Château de Selle s'ouvre sur le paysage et les vignes et compte 84 hectares plantés sur des sols de gypse et d'argile rouge, de grès, de graviers et de pierres.

CÉPAGES

58 % Grenache
28 % Cinsault
7 % Mourvède
7 % Syrah



MILLÉSIME

Une fois encore, l'année 2022 n'aura pas apporté beaucoup d'eau au vignoble provençal. Une épreuve pour le monde végétal, un défi pour le vigneron. Fort de sa longue histoire, les Domaines Ott bénéficient de nombreux atouts pour y répondre. Avec une faible pluviométrie jusqu'à la fin du mois de juin et une forte chaleur estivale, toute leur attention s'est portée sur la conservation d'un maximum de fraîcheur autour des grappes. Pour atteindre une pleine maturité des baies, des pluies sont espérées avant de récolter les grappes. Elle ne surviendront que le 17 août, au premier jour des vendanges. De la pluie mais aussi de la grêle, bien heureusement accompagnées de chaleur et de vent. Le 29 septembre, l'ensemble de la vendange est en cave.

Depuis leurs origines, les Domaines Ott pratiquent une viticulture et des vinifications durables et vertueuses, souvent cités en exemple. Rencontre avec Jean-François Ott, quatrième génération à diriger la destinée de ce monument des vins provençaux.

Sur quels fondements se base l'excellence de la production des vins des Domaines Ott ?

L'excellence recherchée dans nos vins repose sur trois piliers fondamentaux : le terroir, le savoir-faire et la passion. Nos vignobles bénéficient de microclimats et de géologies exceptionnels, que nous préservons depuis toujours avec un profond respect pour le vivant. Notre savoir-faire, hérité et perfectionné à travers les générations, nous permet de mieux comprendre chaque parcelle, chaque cépage. La passion, enfin, est le moteur qui nous pousse à nous inscrire dans une démarche de sur-mesure, sans standardisation des processus de viticulture et de vinification.



Comment percevez-vous les discours parfois réducteurs autour du vin rosé ?

J'entends trop souvent parler du rosé comme s'il s'agissait d'une boisson unique et indivisible, ce qui n'est jamais le cas pour le blanc ou le rouge, perçus comme plus nobles, plus gastronomes, plus respectables. La couleur rosé souffre de ce discours uniforme qui ne reflète pas sa richesse, sa diversité et tout le travail fourni autour de certaines cuvées pour en faire de très grands vins. Chez Domaines Ott, nous travaillons à valoriser nos trois terroirs et à montrer que nos vins rosés, loin d'être des vins d'un seul registre, expriment une palette de nuances complexe et fascinante. Il s'agit de communiquer sur la singularité de nos rosés, pour éduquer le palais et changer la perception du grand public et de certains professionnels.

Vous ne faites donc pas de différence entre les vins rosés, blancs et rouges ?

Pas dans leur capacité à être de très grands vins s'ils bénéficient de la même attention, et cela commence à la base, dans les champs, avec des raisins adaptés à la couleur et aux profils de vins recherchés. Les techniques de vinification et de viticulture varient pour respecter les particularités de chaque futur vin, mais l'objectif reste le même : atteindre l'excellence et offrir une expérience mémorable à chaque dégustation.

CHÂTEAU DE SELLE - 5093, route de Flayosc 83460 Taradeau - Tél : +33 (0)4 94 47 57 57

CLOS MIREILLE - Route du Fort de Brégançon 83250 La Londe-les-Maures - Tél : +33 (0)4 94 01 53 50

CHÂTEAU ROMASSAN - 601, route des Mourvèdres 83330 Le Castellet - Tél : +33 (0)4 94 98 71 91

www.domaines-ott.com



DOMAINE



PASCATI

« Comme un frais ruisseau né entre les cieux et la mer. »

Une cuvée Signature qui vient habiller les tables les plus prestigieuses de la Riviera. Ce vin rosé unique et confidentiel - limité à seulement 1 750 bouteilles - séduit par son nez aérien et enivre par sa bouche voluptueuse et puissante. Une envolée résolument fraîche et gourmande qui vaut le détour...



FABRICE SOMMIER

Président UDSF et fondateur de la Wine School

Un vin inattendu ! C'est déroutant même bluffant. La qualité du vin est très belle. Il y a peut-être une volonté, non pas d'interpeller mais plutôt de créer sa propre identité... Et le vigneron y est arrivé. On sent quelque chose de très émouvant dans ce vin.

ÉLÉA NOUGAROLLES

Récif*

Un côté enveloppant et sensuel très agréable !

FRÉDÉRIC WOELFFLÉ

Les Ambassadeurs**

On est sur un rosé qui se démarque d'un point de vue aromatique, porté sur le côté floral, rose, pivoine. Un vin complexe avec une bouche onctueuse et généreuse et un côté un peu lacté. C'est très surprenant ! Cela pourrait être intéressant de le déguster avec un décalage de millésime. Je suis en terre inconnue, loin de ce que j'ai l'habitude de déguster... Et j'aime beaucoup ça !



MAXIME PASTOR

Louis XV Alain Ducasse***

On se laisse porter... Ce qui me donne le plus de plaisir dans ce vin, c'est cette finale épicée. On est sur un caractère fruité, végétal qui tire en longueur. C'est vraiment un rosé chaleureux et réconfortant avec une jolie matière.

MATHIAS NÉGRO

Hôtel de Paris

Un rosé ambitieux ! Un élevage très bien maîtrisé à mon sens sur ce cru. On a de l'équilibre. Tout est là, tout est harmonieux. Je pense que c'est un rosé qui interpelle et qui ne laisse pas indifférent. Une belle découverte.

JULIA SCAVO

Sommelière formatrice

Un domaine que je ne connaissais pas avec un positionnement premium. Quand on le goûte, nous sommes dans la cohérence. Ce vin a bénéficié d'un élevage un peu plus poussé. Une couleur soutenue, un nez complexe, séduisant et aérien avec des nuances un peu florales, de pétales de roses, pivoines. Un fruit qui reste très gourmand. Il y a aussi, un côté un petit peu crémeux, lacté qui ramène de la structure. Des épices, muscade et cannelle. Une belle digestibilité avec de la chair et de la texture soutenu par l'élevage. Un joli vin de construction et de repas qui va passer l'été. On pourrait le challenger sur deux à trois ans.



DOMAINE PASCATI



TERROIR

Le Domaine Pascati (170 hectares d'un seul tenant) se situe au bord de la Méditerranée, à quelques centaines de mètres des fameuses plages de Pampelonne. Cette cuvée Signature est issue d'une sélection rigoureuse de Grenache et Syrah sur des terroirs de schistes.

CÉPAGES

50 % de Syrah
50 % de Grenache

VINIFICATION

Cuvée certifiée agriculture biologique et écologique.
Récolte manuelle de nuit pour garder l'arôme et la fraîcheur du raisin.
Entièrement vinifié et élevé en barriques de chêne français.

ACCORDS

Ce vin vous accompagnera avec ravissement tout au long de vos repas de poisson et de viande blanche.

DOMAINE PASCATI

L'ÉLITE DES GRANDS VINS DE PROVENCE CACHÉ !

Un luxe affirmé, un goût incomparable... Savourer les crus du Domaine Pascati, c'est s'offrir une expérience exclusive au plus proche de l'excellence. On craque pour ces nectars confidentiels, produits en petites quantités qui revêtent les tables des établissements les plus prestigieux, éparpillés aux quatre coins du globe. Le design est élégant, le nez et la bouche saisissants... Comment ne pas être séduit ?



NOUVEAUTÉ



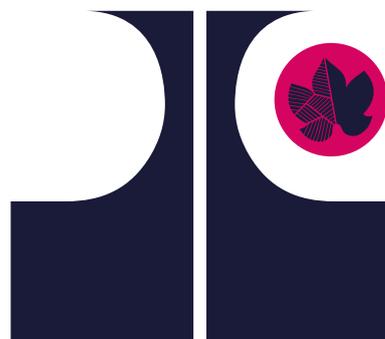
Cette année, le Domaine Pascati dévoile deux cuvées exclusives : Signature (numérotée) et Panthère ! Des vins rosés d'une belle structure et complexité, issus d'une production extrêmement limitée qui ne manquera pas d'attirer les fins connaisseurs !



UNE EXIGENCE AU CORDEAU

Près des plages de Pampelonne sur Ramatuelle, ce magnifique domaine qui s'étend sur 170 hectares, réunit les conditions idéales à la production de grands vins bios. Un environnement préservé bercé par les vents maritimes, un ensoleillement abondant, une terre unique de schistes mais également des pratiques durables et vertueuses en tout point... Ici, la Syrah et la Grenache s'épanouissent librement faisant rejaillir le meilleur de leur terroir. Lors des vendanges nocturnes, les fruits sont rigoureusement sélectionnés et récoltés à la main. À la cave, s'opère un véritable travail d'orfèvre, un gage d'excellence qui reflète toute la complexité et la richesse des vins de Pascati... Uniques et intemporels !





CÔTES DE PROVENCE

DOMAINE DE LA PERTUADE

« Un vin pour chaque moment de vie... » Cette cuvée de gastronomie 100% Ugni blanc séduit par sa robe cristalline, son nez complexe de fruits mûrs évoluant sur des notes minérales et sa bouche riche et charnue. Une belle découverte pour ce petit vignoble familial qui gagne à être connu.

FABRICE SOMMIER

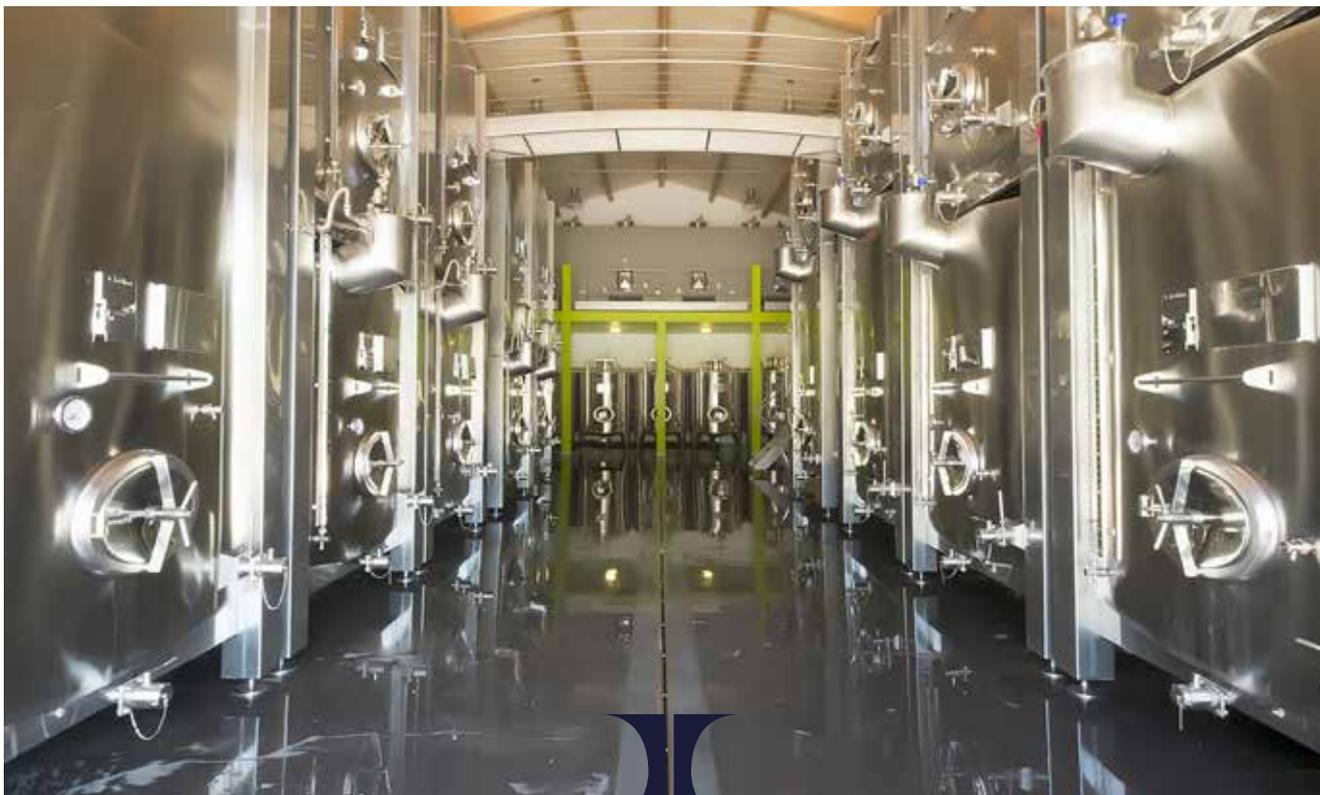
MOF 2007, Président UDSF et fondateur de la Wine School

Un millésime difficile et pourtant très réussi. J'ai bien aimé ce côté végétal très complexe presque racinaire, artichaut qui permet de jouer sur des accords différents. J'apprécie l'idée d'aller sur le crabe mais aussi sur quelque chose avec un peu plus de mâche, de structure comme une viande blanche, une volaille, quelque chose de crémé avec beaucoup de fraîcheur. C'est un vin assez frais, assez tendu qui est très consensuel tout en étant très identitaire.

ÉLÉA NOUGAROLLES restaurant étoilé "Récif"

Une très jolie découverte. Un vin très vif, moderne et friand qui a du pep's et du caractère. Un côté tranchant en première approche avec une jolie acidité. Un côté citronné qui, en se réchauffant, part vers une gamme plus herbacée et végétale. J'aime beaucoup les anisés, fenouil avec une pointe de réglisse légèrement amère. Je retrouve aussi les écorces d'agrumes, pamplemousse et cédrat, et une touche de menthol. Une belle couverture d'arômes. Quelque chose de très appétant que je verrais très bien sur une entrée autour du crabe.





BRUNO SCAVO

Sommelier formateur

Ça change du Rolle ! Un blanc équilibré avec un nez un peu réglisse, fenouil, menthol mais aussi floral, un peu acacia, cire lorsqu'il se réchauffe. Un vin qui reste encore frais. En bouche, j'ai aimé son soyeux, sa souplesse et son acidité qui est fondue dans la structure mais encore bien là. Une finale qui est zestée. Une bouteille que je garderais encore quatre ou cinq ans en cave pour la voir évoluer. Je pense que l'on partirait encore plus vers des notes miellées. Je l'accorderai bien avec un hummus au citron confit avec un peu d'huile d'olive et des fenouils confits.

FRÉDÉRIC WOELFFLÉ

Les Ambassadeurs**

Un autre visage de la Provence qu'on n'a pas l'habitude de déguster. Une belle couleur aux reflets verdâtres, un côté herbacé que j'aime beaucoup et que l'on retrouve avec l'Ugni Blanc. Un cépage qui apporte une jolie complexité et plus de longueur sur le temps. Un côté infusion agréable au niveau du nez et de la bouche, des amers légers, une finale rafraîchissante... Je trouve que c'est un très beau vin qui irait à merveille avec de l'asperge, un carpaccio de poisson avec du caviar.

MAXIME PASTOR

Louis XV Alain Ducasse***

Une belle découverte. Une aromatique autour du végétal avec une pointe agrume. La bouche est assez fraîche avec une jolie évolution sur des notes confites et légèrement miellées. C'est frais. J'aime beaucoup et c'est un vin qui trouve très bien sa place à la table des restaurants. Je le verrais bien sur un plat de poisson en tartare avec des fruits de saison qui feront ressortir l'éclat du végétal fin que l'on retrouve dedans.

WINE TASTING



DOMAINE DE LA PERTUADE



SITUATION

Au coeur des Côtes de Provence, sur 15 hectares de vignes entre Hyères et Saint-Tropez, la propriété est cachée dans un écrin de nature entre mer et collines, non loin du barrage de La Verne.

CÉPAGES

100 % Vieux Ugni Blanc

ACCORDS

Crustacés, tarte aux figues, wok de légumes, tartare de tomates vertes, poissons en sauce, viandes blanches ou même foie gras.

DOMAINE DE LA PERTUADE

MONACO WINE TASTING

ENTRE MER ET COLLINES, LA NAISSANCE D'UN VIGNOBLE CACHÉ !

Pertuade ou « le coin perdu » en provençal... Entre Hyères et Saint-Tropez, ce vignoble familial au terroir exceptionnel gagne à être découvert.

Candice Beuque, en maîtresse des lieux, y cultive depuis 2012 15 hectares de vignes aux cépages emblématiques de la Provence : le Grenache, le Cinsault, la Syrah, le Mourvèdre, le Tibouren, l'Ugni Blanc et le Rolle. Ici, la passion et la raison guident chaque geste... Le domaine, qui est en Haute Valeur Environnementale (HVE) ainsi qu'en conversion bio, prône le

plus grand respect de la vigne et du raisin jusqu'à sa vinification. Et cela se ressent dans le verre, où les trois couleurs allient une certaine finesse et élégance qui ne manque pas de charmer les fins connaisseurs. Des cuvées confidentielles à forte personnalité qui se prêtent à chaque moment de vie ou encore des vins que l'on pourrait qualifier de gastronomie « haute couture » !

CENOTOURISME

Le caveau regorge également de belles surprises de par sa conception qui nous offre une plongée en plein cœur de la cuverie ultra-moderne grâce à ses grandes façades vitrées. Un parti pris réussi, qui permet de lever le voile sur les secrets de production et d'aller véritablement à la rencontre du vigneron. En sous-sol, le vaste chai à barrique invite, quant à lui, à la dégustation du vin « dans son jus ».

Venez vivre un voyage des sens exaltant à la découverte des différents crus du domaine que ce soit durant une dégustation des plus conviviales ou lors d'une visite personnalisée.



Cet été!

Retrouvez les « Apéros Vigneron » tous les vendredis soir jusqu'à 23h. Un moment à ne pas manquer avec au menu : vins du domaine, planches à partager et pétanque entre amis !

Plus d'infos à venir sur les réseaux sociaux du domaine.





CÔTES DE PROVENCE

DOMAINE RABIEGA

Une cuvée de caractère, ambassadrice du domaine Rabiega qui se hisse depuis plusieurs années comme une référence en Provence. Ce vin rouge est travaillé avec justesse pour faire ressortir l'esprit, la force et la qualité de son terroir exceptionnel. Un incontournable.



FABRICE SOMMIER

Président UDSF et fondateur de la Wine School

J'aime beaucoup ce côté soutenu, pruneau, un peu caramel avec des notes de fruits noirs. Il y a de la structure, une belle matière. Je l'imagine sur un accord un peu déjanté mais plutôt sympa sur un plat que faisait Jean Bardet : un homard bleu avec des gésiers confits, une pomme de terre confite au beurre et un coulis au vin. J'aime l'idée un peu découpillante, de ce vin qui est à la fois sur la puissance mais aussi sur le fruit, sur la gourmandise et la matière. Je le trouve plutôt agréable avec cette finale mentholée et son côté torréfié. Un vin qui irait bien aussi sur la truffe traditionnelle ou encore la truffe au chocolat.

BRUNO SCAVO

Sommelier formateur

Je suis content de regoûter à ce domaine que j'ai beaucoup aimé par le passé. On est sur un vin à la couleur intense, encore jeune dans l'exubérance du fruit. Un millésime solaire et profond avec des notes de cassis, figue et réglisse. L'élevage est bien marqué. Un début un peu tendre sur des arômes de cacao, vanille, cerise noir. Une bouche soyeuse et très satinée. Une fraîcheur qui est intégrée avec la chair du fruit, la réglisse, les épices, le cacao qui reviennent. Puis la générosité qui apparaît en milieu de palais. Les tanins sont un peu poudrés et se resserrent en se réchauffant. Un vin qui va se garder huit à dix ans facilement.





FRÉDÉRIC WOELFLÉ restaurant Les Ambassadeurs**

Un domaine que j'ai connu il y a très longtemps. J'ai été un peu interloqué dans la dégustation au niveau du nez et de la bouche. Un vin qui présente un bon potentiel et qui va gagner avec les années. Un rouge qui sera idéal durant l'automne accompagné de champignons, de gibier, de lièvre à la royale. On est sur un beau terroir de Provence qui permet de goûter de grands rouges. Nul doute que Clos Dière redeviendra une référence.

ÉLÉA NOUGAROLLES restaurant étoilé Récif*

Un rouge de Provence assez charmeur. Je retrouve un côté un peu myrtille, figue et noix très agréable, tout en gardant un peu de fraîcheur. Il y a un équilibre qui est assez bien fait. Un vin qui, à mon sens, fonctionnera très bien sur un gibier, du lièvre accompagné de truffe ou encore un dessert au chocolat.

MATHIAS NÉGRO Hôtel de Paris

Un vin cossu et réconfortant qui demande un peu de temps pour acquérir cette sagesse et cette harmonie qu'on lui connaît tous !

STEPHEN CASTELLI Marguerite Bar Events

On sent bien les fruits confits, notamment la figue qui ressort. Il y a un poivré également très agréable en fin de bouche.



DOMAINE

RABIEGA



TERROIR

Arrière-pays varois - Plateau triasique, sol argilo-calcaire

CÉPAGES

Syrah - avec un soupçon de Grenache et de Cabernet Sauvignon.

VINIFICATION

Les raisins sont soigneusement ramassés à la main puis sont passés sur une table de tri et dans un égrappoir. Une partie de la récolte a été mise en cuve en baies entières, une autre partie a été foulée. Macération pelliculaire pendant plus de trois semaines à 24-28+. La plupart du temps sans intervention humaine (pas de poussage, pas de délestage, juste quelques remontages). Cette cuvée n'est ni filtrée ni collée.

Veillissement pendant neuf mois dans des barriques neuves de chêne français.

ACCORDS

Ce vin rouge s'appréciera aussi bien sur un rôti de biche aux aïelles que sur un tournedos Rossini.

GARDE 10 ans et plus

DOMAINE RABIEGA

Une expérience de bout en bout ...

Fleuron de la Dracénie, Rabiega occupe une place à part dans le paysage viticole provençal. Sur quelques 12 hectares, vignes et oliviers s'entremêlent dans une vertueuse harmonie laissant se dessiner par-delà leur sillage l'esquisse d'un hôtel et d'un restaurant empreint de charme.

DU VIN...

Porté par l'amour du travail bien fait et des vins raffinés, le vigneron en chef primé Lars Torstenson et le PDG Yohan Adell von Corswant apportent au domaine tout le soin et l'attention nécessaire pour le faire prospérer et exceller. Ainsi voient le jour des vins racés et généreux - et plus particulièrement des rouges d'exception, qui nous portent, une gorgée à la fois, vers une épopée des sens sans pareille.



... À L'ASSIETTE

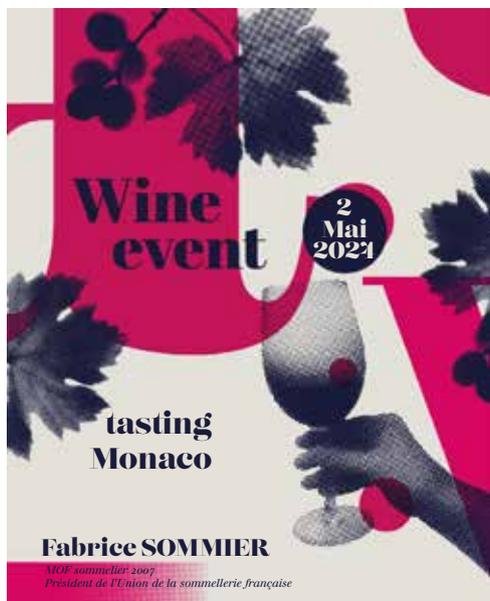
Au cœur d'une nature provençale, dans une atmosphère chaleureuse et familiale, on se laisse porter par une expérience culinaire inoubliable. Le Bistrot Rabiega, vous dédicace une partition méditerranéenne très « locavore », cuite au feu de bois ou au grill... Le tout sublimé par les vins du domaine !



EN PASSANT PAR LA BELLE ÉTOILE

Au cœur d'une nature immaculée, L'Hôtel Clos Dière vous offre 27 chambres magnifiques, chacune unique, faisant écho à l'essence même de la Provence. Ici on se sent bien, enveloppé d'une douce convivialité comme à la maison. Les petites attentions sont légion et se retrouvent dans chaque détail. Dans une ambiance chaleureuse et hétéroclite, l'hôtel se pare de pièces uniques et d'antiquités triées sur le volet offrant aux lieux le charme de l'ancien... intemporel !





CÔTES DE PROVENCE

DOMAINE TROPEZ

Un vin de plaisir immédiat au caractère bien trempé qui vous accompagnera tout au long de l'été ! On est séduit par sa fraîcheur et ses effluves exotiques aux airs de vacances infinies. Une parenthèse rafraîchissante qui trouve sa place sur toutes les tables branchées de la Riviera.



FABRICE SOMMIER

MOF 2007, Président UDSF et fondateur de la Wine School

On a des vins pour tous les moments et celui-ci est un vin de simplicité dans le bon sens du terme. Comme quelqu'un d'important le disait : « **Faire simple est ce qu'il y a de plus difficile à faire.** »

Un vin abouti qui est gourmand, efficace et qui est parfait pour la saison estivale. J'aime la finale qui est sur le côté un peu eucalyptus...

Donc effectivement : festif, vacances, barbecues et apéritifs entre copains.

On a la capacité avec ce vin-là de peut-être décomplexer un peu cette appellation.

Une efficacité qui me semble redoutable.

FRÉDÉRIC WOELFFLÉ

Les Ambassadeurs**

On est sur une bouteille qui interpelle avec un rosé à la couleur bien pâle. Au nez, on est sur le plaisir immédiat porté par le côté floral, pêche. Un rosé de soif où l'on a envie de se faire plaisir. Propice à un moment de détente avec sa bouche qui est onctueuse, aromatique. Une bouteille que l'on peut partager facilement. En cuisine, on ira sur des choses simples et goûteuses.

BRUNO SCAVO

Sommelier formateur

On a un caractère un peu zesté, un rosé festif, convivial qui sera parfait pour l'été.

STEPHEN CASTELLI

Marguerite Bar Events

Un rosé qui me plaît dans le sens où je le trouve réconfortant. Le bouquet aromatique est très floral et gourmand en même temps. Il coche toutes les cases du rosé de l'été. Je me vois bien le boire avec un coucher de soleil, pendant une partie de pétanque entre amis ou avec des petites tapenades. Ça fait du bien !

MAXIME PASTOR

Louis XV Alain Ducasse***

Un rosé qui, en termes de texture, je trouve généreux avec un toucher caressant. Il y a une belle matière. L'aromatique est discrète et la bouche onctueuse. La température de service est importante.



JULIA SCAVO

Sommelière formatrice

Effectivement un rosé idéal pour l'été. On est sur le bonbon acidulé, un peu arlequin, sur le fruit, la pêche. Des arômes très volatiles qui fonctionnent très bien durant l'été. Un vin de plaisir immédiat !

DOMAINE TROPEZ

TERROIR

Schistes sableux.

CÉPAGES

Grenache 70 %

Cinsault 20 %

Rolle 10 %

RÉCOLTE

Les raisins sont récoltés à leur maturité aromatique. Cueillis de nuit pour préserver fraîcheur et arômes.

VINIFICATION

Foulage et égrappage total. Pressurage doux des raisins à basse température. Débourbage à froid. Fermentation alcoolique en cuves thermorégulées pour préserver les arômes. Élevage sur lies fines.

ACCORDS

Une cuisine raffinée élaborée en toute simplicité. Des poissons grillés accompagnés de quelques légumes provençaux font un accord idéal. Il peut aussi s'accompagner de plats issus de la gastronomie internationale avec ses saveurs d'épices exotiques.



DOMAINE TROPEZ

MONACO WINE TASTING

EN AVANT-GARDE SUR SON TEMPS, LE DOMAINE TROPEZ EST DEvenu L'UN DES GRANDS DOMAINES VITICOLES DE GASSIN.

Créé en 1996 par Grégoire Chaix, **la propriété viticole familiale est le fruit d'une passion exigeante et ancestrale pour le vin...** Ce dernier a, en effet, hérité des vignes de son grand-père puis initié la restructuration du vignoble qui compte aujourd'hui 55 hectares. Après vingt ans d'un travail acharné, **Domaine Tropez démontre que la valeur n'attend pas le nombre d'années et récolte ainsi le fruit de ses efforts au travers de nombreuses récompenses.**

Ici, la vigne étire ses lignes sur une quarantaine de parcelles en coteaux et en plaine réparties sur toute la presqu'île de Saint-Tropez. Elle jouit d'une situation exceptionnelle, exposant des sols argileux, calcaires et parfois sablonneux à un climat méditerranéen sous forte influence maritime. **En phase avec les principes de l'agriculture biologique, le domaine pratique une culture raisonnée.**

Les vendanges sont effectuées à très basse température afin d'obtenir des vins rosés et blancs aux arômes élégants et complexes mais également une belle couleur pâle, caractéristique des vins signés Domaine Tropez. La cave ultra-moderne bâtie sur trois niveaux permet, quant à elle, d'utiliser la gravité naturelle pour un meilleur respect du raisin. **Ici, la vinification s'opère à basse température** pour obtenir des fermentations lentes et régulières qui voient naître des vins fins et harmonieux.



Un nouveau design pour des vins sublimes

Portés par un vent de renouveau, les crus du Domaine Tropez esquissent de nouvelles courbes plus chaloupées permettant ainsi aux nectars d'exprimer tout leur potentiel ! Reconnaisable entre toutes, la bouteille « OZ » ne manque pas d'audace et devient la signature distinctive de la maison.



TORPEZ
 À SAINT-TROPEZ
 DEPUIS 1908



Vins et Vignoble au cœur du Terroir Tropézien
 AOP CÔTES DE PROVENCE

Bravade

Ce millésime 2023, à dominante de Grenache, étoffé par le cépage emblématique de TORPEZ à Saint-Tropez, le Tibouren, est axé sur la matière conciliant finesse et élégance, avec un beau potentiel d'évolution et de garde.



Notes de dégustation

Robe: Belle robe rose pêche très clair, brillant avec des reflets litchi.

Arômes: Le nez est élégant, envoûtant avec des effluves de jasmin et de chèvrefeuille, des arômes complexes avec des notes de kaki, de kiwi, de feijoa, de clémentine et de melon jaune, ainsi que des nuances épicées.

Bouche: La bouche est pleine, ronde, charnue, avec un joli grain de tanin qui soutient le tout: structure, complexité, matière ciselée. La finale est saline et minérale, persistante avec de petits amers nobles.



Terroir & vinification

Gneiss migmatitiques de SAINT-TROPEZ

Vendanges manuelles

Sélection parcelle, par terroir et par cépage

Stabulation et macération particulière à froid (5°C - 6°C)

Fermentation alcoolique lente et thermorégulée (14°C - 20°C)

Élevage sur lies fines (levures de fin de fermentation)



Accords

Pâtes à la Carbonara

Fregola sarda

Risotto gambas & bisque

Cuisine méditerranéenne



Cépages

Grenache 55 %, Tibouren 15 %,

Cinsault 10 %, Syrah 5 %,

Mourvèdre 10 %, Rolle 5 %

Un héritage

TORPEZ s'ancre depuis toujours « au cœur du Terroir Tropézien ». ... Un nom, une signature, dirons-nous même un emblème porteur d'une identité forte et distinctive ! Depuis le XV^{ème} siècle, le vignoble épouse l'histoire de Saint-Tropez et de ceux qui l'ont façonné. Créée en 1908 sur une ancienne villa Romaine, la cave en est la parfaite émanation ! Aux

abords des rivages azur de la Méditerranée, ce sont cinq générations de vignerons passionnés qui cultivent la vigne en se projetant sur le temps long, nécessaire à l'adaptation face au changement climatique et à la préservation de la biodiversité et des paysages.



Un jardin de vignes

Plus de 160 hectares de vignes, répartis sur près de 500 parcelles, étirent leurs lignes sur le Cap Tropézien... TORPEZ n'est autre que l'incarnation de cette mosaïque singulière dont la richesse et la biodiversité sont préservées par des vignerons-jardiniers profondément engagés. Cette beauté indicible entretenue au quotidien par des pratiques vertueuses est le garant de la bonté des vins TORPEZ à travers les âges !

Un terroir

Niché entre la belle bleue et le Massif des Maures, le cap Tropézien est « une île comme territoire ». La roche mère cristalline (500 millions d'années) composée de gneiss migmatitique et de granit offre à la vigne un sol argilo-sableux des plus prolifiques. Baignés de soleil et caressés par la brise marine, les cépages provençaux emblématiques, tels que le Tibouren, dévoilent ainsi la plus pure expression de leur terroir. En résulte des vins expressifs et subtils portés sur la finesse et la minéralité « saline ».

Une cave innovante

Inaugurée en 2019, la « Cave Pilote » rend hommage à son terroir et est le témoin vivant de l'histoire de TORPEZ à Saint-Tropez. Outil de vinification et d'élevage des vins, espace destiné à l'œnotourisme et à l'accueil des groupes et du grand public toute l'année... La cave perpétue ses précieux savoir-faire et se veut la scène d'expériences et d'événements mémorables, sources de plaisir et d'émotions.



artisans

VERRERIE **CHEF & SOMMELIER**

CRISTALLERIE MAISON **CYNA**

COUTELLERIE JEAN **DUBOST**

MANUFACTURE DE TISSAGE **GARNIER THIEBAULT**

FAIENCERIE **GEORGES**

CERAMIQUE **KOMET**

COUTELLERIE LA FORGE **DE LAGUIOLE**

CRISTALLERIE **DE MONTBRONN**

CREATION **POPOLO**

DESIGN **QEEBOO**

CREATION NON SANS **RAISON**

VERRERIE LA **ROCHÈRE**

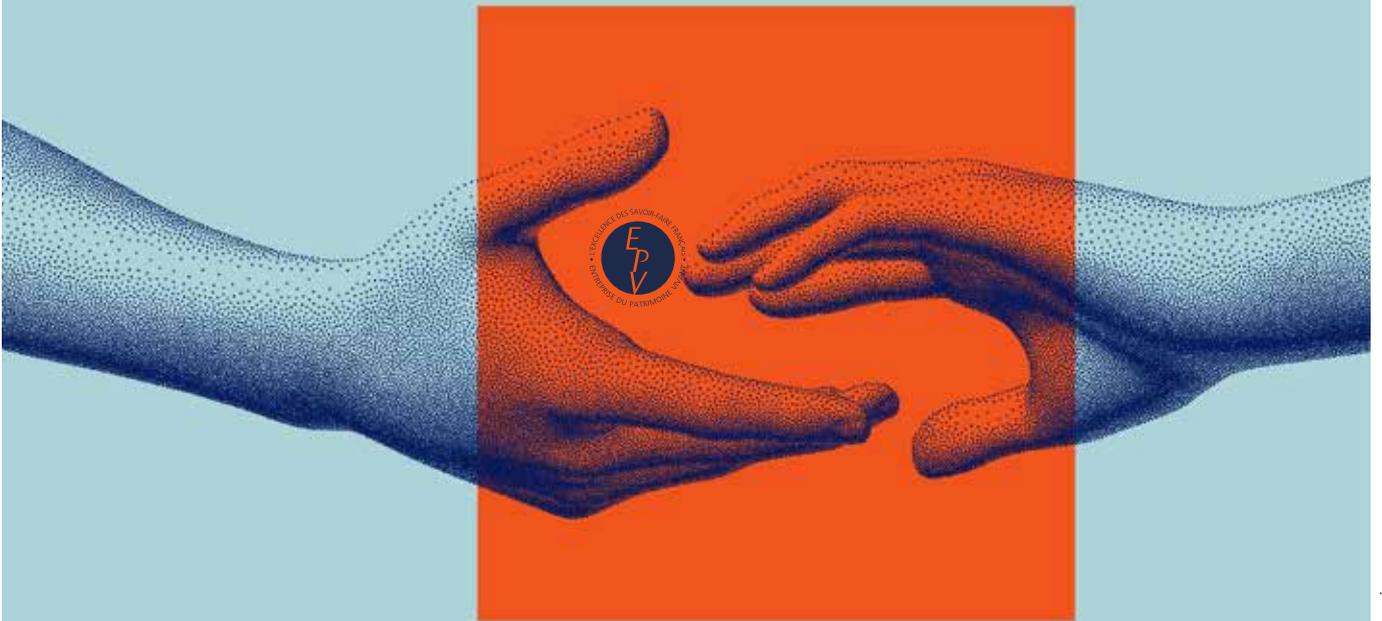
MANUFACTURE DE PORCELAINE **ROYAL LIMOGES**

FAÏENCERIE **LOUIS SICARD**

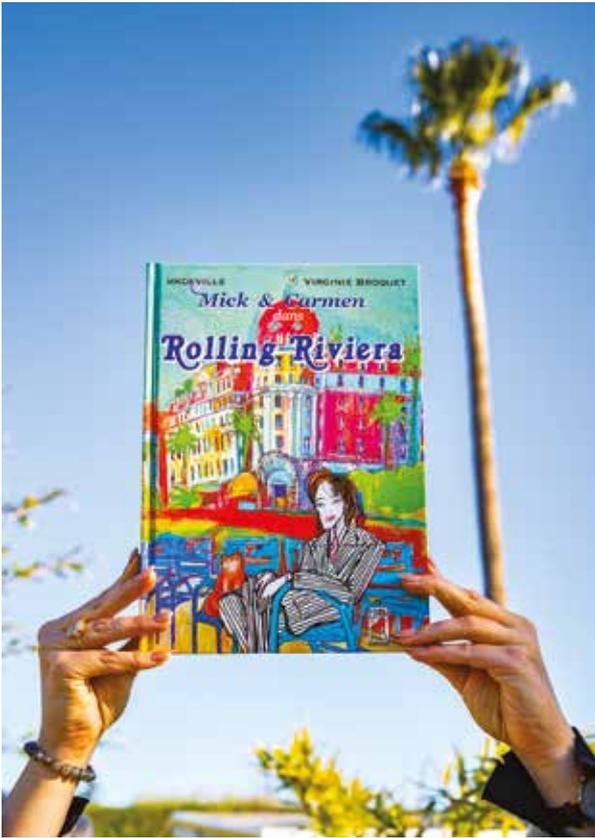
DESIGN **WERNIS**

art

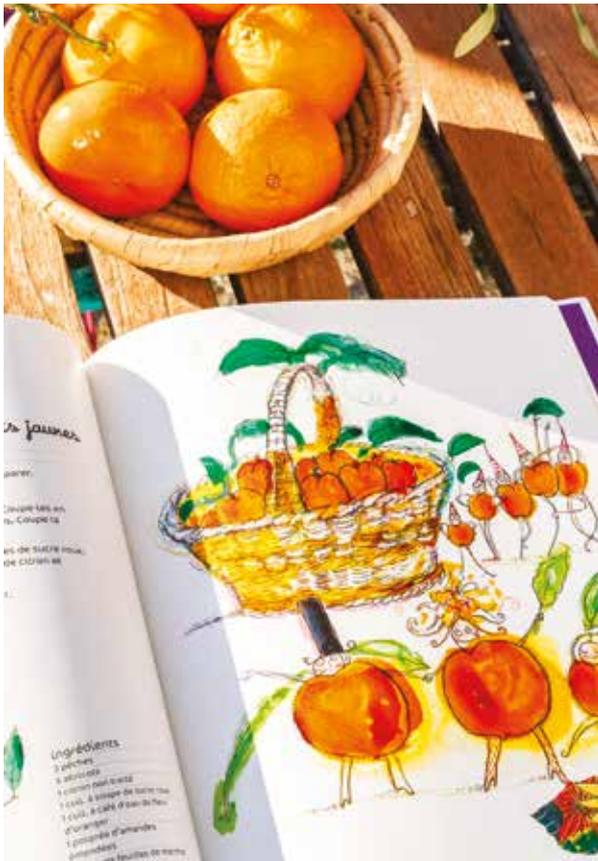
ARTISTES
ARTISANS
SAVOIR-FAIRE
PATRIMOINE



art VIRGINIE **BROQUET** ARTISTE NICE



Suzanne Broquet



VIRGINIE BROQUET ARTISTE NICE



*Merci Virginie !
Un talent au pluriel*

Virginie Broquet



Cette artiste-illustratrice à l'âme vagabonde et à l'esprit libre ébranle notre imaginaire de son univers extravagant et chatoyant. Sur la toile, mille et une allégories, un florilège de couleurs chamarrées faisant allégeance à un monde abstrait et pourtant bien réel ! Virginie est à l'image de ses œuvres, telle une boule à facette elle nous illumine de son génie rocambolesque et de son coup de crayon instinctif tantôt poétique, tantôt psychédélique. Son esquisse du monde en technicolor, hors du cadre, nous inspire, nous transporte. C'est à la fois rafraîchissant et plein d'entrain. Un style affirmé qui s'affranchit des codes et nous attire avec délice dans un tourbillon de créativité édulcoré et excentrique.

En se penchant de plus près sur ses créations, l'on s'imprègne de sa (dé)mesure fantasmagorique. Son trait est impétueux, volontairement irrégulier porté par sa soif de retranscrire le moment. La pointe de son stylo paraît ne jamais se relever, pris dans la course folle d'une ligne infinie croquant les formes de son interprétation. Pourquoi ne pas utiliser un crayon ? Il y a là, la volonté de marquer sur le vif, de laisser une empreinte immuable figée à jamais dans le temps. Cette vision se veut sans fard, brute, ne rougissant pas devant la magnificence des corps dévoilés, ni des instants capturés. La couleur quant à elle est omniprésente, assumée mais pas outrageuse, en dedans et par-delà les lignes. Virginie se complait dans un « melting-pot » de techniques aux reliefs et dimensions éclectiques pour en faire sa cuisine : Stylo-Bic, encres Sennelier, aquarelle, feutres Posca, collages... **L'artiste ne se contraint pas, ni ne s'encombre de limites. La perfection, elle la trouve dans une anarchie de beauté, dans le chaos de sa main qui s'exprime.**

www.virginie-broquet.com

Virginie Broquet

+33 04 89 14 44 41

info@virginie-broquet.com

CHEF & SOMMELIER

*et l'effervescence devient
Exaltation*

*Véritable créateur d'expériences,
Chef & Sommelier est la marque française
d'arts de la table dédiée aux professionnels de
la restauration et aux amateurs de bons vins.
Issue du groupe Arc, son exigence technique
et ses lignes novatrices de verres mettent
l'exigence au service de la dégustation.*



SOMMELLERIE



ARQUES, FRANCE



Ancré dans le terroir viticole et la gastronomie française, Chef&Sommelier conçoit ses collections de verres à dégustation pour éveiller les sens et magnifier les plaisirs épicuriens, permettant ainsi aux professionnels d'exprimer toute leur créativité. S'inspirant des tendances gastronomiques en constante évolution, la marque redouble de créativité pour concevoir ses collections.

C&S
Chef & Sommelier
- FRANCE -



Sélectionnée pour la grande exposition « **Fabriqué en France** » au **Palais de l'Élysée**, la collection Exaltation est fabriquée à Arques, dans les Hauts-de-France, sur le site historique du groupe. Imaginée pour la dégustation des vins effervescents, ce verre d'exception est né de l'alliance du savoir-faire des designers Arc avec l'expertise des meilleurs sommeliers du monde.

Leurs savoirs respectifs ont permis la création d'un verre élégant et moderne qui offre une nouvelle expérience sensorielle de dégustation. La haute transparence du krysta, la large surface d'évaporation du verre et sa chambre aromatique épanouissante sont complétées par un système de bullage unique breveté en France, **conçu pour cueillir un maximum d'arômes.**

Pour accompagner l'expertise des flûtes Exaltation, Chef&Sommelier™ a étendu la gamme avec des verres pour la dégustation de vins tranquilles.

Une **qualité premium** et une **forme iconique** permettent aux professionnels et aux amateurs d'utiliser Exaltation **pour tous les types de vins.**





CRISTALLERIE



MONTBRONN
FRANCE



Cristallerie de Montbronn FRANCE

Une expérience inoubliable d'art de vivre à la Française

Être garant d'un héritage ne suffit pas, il faut savoir l'inscrire dans la modernité d'un monde plein de vie pour le pérenniser. Depuis 1930 la Cristallerie de Montbronn n'a cessé d'évoluer pour devenir aujourd'hui l'une des plus prestigieuses cristalleries de France avec ses créations d'exceptions. Ici le plus bel outil est la main de l'homme, celle de ces artisans experts dont le savoir-faire donne naissance à une pure poésie emprisonnée dans une gangue de cristal.





Alchimie de la fusion de la terre inaltérée et du sable fin immaculé, il aboutit à une parfaite réfraction de la lumière du soleil. À l'image du mythe de Prométhée, créateur de l'humanité et père de tous les arts, le cristal a un rapport au feu viscéral. La matière en fusion naissant d'une combustion à 1200°C, forme une boule flamboyante qui, maniée selon des techniques ancestrales, aboutit à l'éclosion de pièces d'exception, véritables muses de la poésie du cristal.

Cristallerie de Montbronn
FRANCE





Transmis de génération en génération depuis presque cent ans, passion et dynamisme animent les murs de la Cristallerie de Montbronn. Elle offre une vision inoubliable de ce qu'est réellement l'expérience moderne de l'exception française, un art à part entière inscrit dans l'air du temps. Mariant tradition artistique et artisanat local, le cristal est une incarnation de valeurs intemporelles ensoleillant chaque aspect de la vie. Gardienne de mémoire, cette presque jeune centenaire est labélisée Entreprise du Patrimoine Vivant depuis 2007. Une distinction à la hauteur de

la passion qui anime chaque jour ses repreneurs, Frederic Muller, actuel président, et sa fille Camille. Une reconnaissance garante de qualité qui les pousse à s'engager envers le futur en préservant cet héritage artisanal et les talents des maîtres verriers vosgiens. Implantée sur la route historique du verre et du cristal de renommée mondiale reliant les principales verreries et cristalleries de Lorraine et des Vosges du Nord, la Cristallerie de Montbronn profite de cette région prolifique en sable, bois et eau, indispensables à son art.





Depuis 2016, débordant constamment de créativité et d'imagination, la famille Muller ancre la Cristallerie dans un monde contemporain d'avant-garde, créant sur mesure pour leurs clients des pièces uniques et œuvrant sur des projets personnalisés dont la confidentialité ne franchit pas les limites de l'atelier. A travers une technique en constante évolution, leurs équipes créatives et techniques d'une vingtaine d'artisans passionnés insufflent un vent de fraîcheur et d'innovations qui leur valent une renommée internationale ainsi qu'une confiance sans pareil de leurs prestigieux clients. Chaque collaboration apporte sa pierre à l'évolution, à l'avancée du monde du luxe sans cesse en quête de renouveau et d'inédit par des designs allant des plus évolués aux plus minimalistes. Fort d'une large palette de treize coloris en cristal doublé couleur qui ne cesse de s'étoffer, leurs créations illustrent l'intemporalité du cristal.





Tout en s'inscrivant dans la continuité et la poursuite de leurs pièces historiques, la Cristallerie présente de nouvelles collections chaque année. Savante alchimie de progrès technique et d'évolutions des mondes de l'art et du design, chaque pièce est pensée, imaginée et façonnée en s'inscrivant dans les tendances du design contemporain, se surpassant sans cesse en repoussant les limites de l'artisanat de luxe. Leur excellence s'inscrit aussi dans une conscience environnementale impliquée. Ils font le choix de prioriser les partenaires locaux et de réussir le recyclage du cristal afin de réduire leur impact. Ensemble, ils ambitionnent de porter la Cristallerie de Montbronn vers un futur poétique brillant comme du cristal.





Une Cristallerie labéllisée Entreprise du Patrimoine Vivant depuis 2007 et multi primée

Alchimie subtile de savoir-faire artisanal d'exception, des derniers progrès techniques et d'évolutions des mondes de l'Art et du design, le travail de la Cristallerie de Montbronn a été distinguée par différents prix prestigieux durant les dernières décennies : Grand Prix de la Créativité en 1986 et Grand Prix Fondexpa en 1988, ainsi que lauréate « Stars et Métiers » dans la catégorie « Dynamique commerciale » en 2008. En constante évolution, la cristallerie ouvre prochainement un nouvel espace incarnant un engagement fort vers l'avenir afin d'accueillir ses équipes d'artisans passionnés dans un environnement à la pointe de la modernité et inspirant.





MAISON CYNA

façonner le verre parfait

CRISTALLERIE



MARSEILLE, FRANCE

Il y a des vins travaillés avec passion qui méritent un verre d'exception en cristal soufflé à la bouche. Ils méritent un verre sublimant l'expérience sensorielle de dégustation en s'effaçant au profit du majestueux nectar. La Maison Cyna a fait de cette noble matière son expertise.*





Selon un savoir-faire ancestral, chaque verre en fusion est enfermé dans un moule en bois réalisé à la main avant d'être soufflé. Devant résister à des conditions extrêmes, ces gangues de bois et objets d'arts à part entière ne servent que pour une série limitée de 200 verres. Outre ses collections, la Maison Cyna propose une sélection de ses millésimes de cristal* exclusifs réalisés pour des clients prestigieux aux adeptes d'excellence et d'art de vivre remarquable. Uniques ils prennent place sur les plus grandes tables étoilées et chez les fins connaisseurs où ils écriront leur propre histoire de vin.



Dessinés en France et façonnés par leurs maîtres verriers en Bohême dans l'atelier Kvetna fondé en 1794, les collections exclusives de verres et décanteurs en cristal* sans plomb soufflés à la bouche ravissent les épicuriens. Destinés aux particuliers comme aux professionnels, la Maison Cyna réécrit le plaisir du vin sur-mesure à la commande ou au travers de leur collection Palace. D'une simple page blanche, elle imagine des verres à l'image de celui qui y trempera les lèvres pour capter l'instant dans ce qu'il a de plus pur. Enrichie d'expériences œnologiques, la Maison Cyna personnalise la taille, la forme, la finesse, imaginant un verre unique.

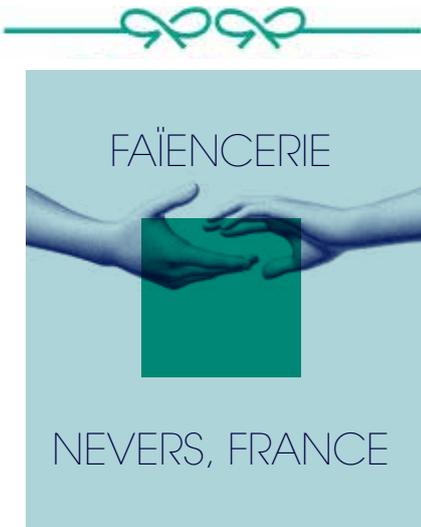
*Cristal sans plomb renforcé au titane





FAIENCERIE
GEORGES

deux nœuds verts depuis 1898



Quatrième génération aux commandes de la faïencerie familiale, Carole Georges et Jean-François Dumont ont fait le choix de l'artisanat et de la création. S'appuyant sur le savoir-faire ancestral hérité de son aïeul, Carole fait souffler un vent de fraîcheur sur la faïence de Nevers avec ses motifs atypiques, poétiques et décalés.





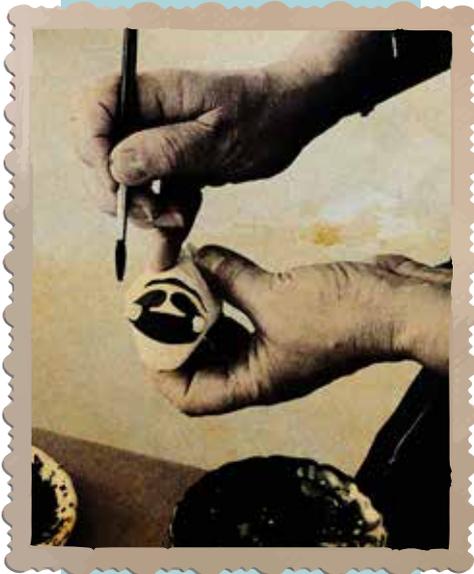
" Si les idées sont trouvées en commun, c'est elle qui les met en illustration et les peint à la main. "



De la terre au décor, les Georges ont toujours maîtrisé toute la chaîne de fabrication. Depuis 125 ans, l'importance et la minutie du geste lors de chaque phase, représentent des heures de travail et 30 étapes différentes réalisées à la main.

Si leurs services de table décorés par application de chromos répondent aux contraintes de la vie contemporaine, pour leur série limitée « Monthly Plate », la décoration de chaque assiette numérotée se fait à main levée sur émail cru, un savoir-faire rare et exigeant requérant un véritable talent pictural. Sans limites créatives, le sur-mesure est devenu leur marque de fabrique, répondant aux rêves les plus fous. L'excellence de leur travail attire les plus grands chefs. Ils ont conçu des assiettes sur-mesure pour les restaurants japonais et new-yorkais d'Alain Ducasse.





FAÏENCERIE

LOUIS SICARD

la Provence en Faïence



NNA METIERS
D'ART
ARTISAN
PROVENCE ALPES
COTE D'AZUR

FAÏENCERIE



AUBAGNE
FRANCE



En 1895, Louis Sicard marque l'histoire de la céramique en modelant la première cigale en faïence signée de la devise du poète Frédéric Mistral « Lou Souleù mi fa canta » (Le soleil me fait chanter). Cette commande d'un cadeau symbolisant la Provence par les Tuileries marseillaises a engendré un emblème provençal. Son succès et les déclinaisons contemporaines imaginées par ses héritiers en perpétuent la renommée. Succédant à ses parents Sylvette et Raymond Amy à la tête de la faïencerie, Florence ambitionne de perpétuer ce savoir-faire et ces créations ancestrales tout en développant de nouvelles collections de cigales, d'art de la table et de décoration. Plus qu'un souvenir de Provence, la cigale en faïence porte-bonheur s'offre aujourd'hui comme objet design depuis la création de la Cigale Évocation en 2015 pour célébrer ses 120 ans. Cette histoire à deux familles n'a pas fini de faire chanter la Provence.





Inspirée par ses couleurs, son art de vivre, sa faune et sa flore uniques, les Faïences Louis Sicard ont la Provence au cœur. Véritable inventeur des motifs du patrimoine provençal, leurs cigales, brins d'olivier et le semis jaune créé en 1925 sont des incontournables reconnaissables entre tous qui ensoleillent nos grandes tablées familiales. Du haut de ses 130 ans, la manufacture familiale est un véritable témoin du patrimoine et du savoir-faire céramiste d'Aubagne. Fidèle à ses créations historiques, elle a aussi pris un virage de modernité.





COUTELIER



LAGUIOLE
FRANCE

FORGE DE LAGUIOLE

La référence de l'authentique

Au cœur de l'Aubrac, sur son haut plateau volcanique sauvage et fier, est né un couteau incomparable. Depuis 1828 sa ligne cambrée, sa mouche et le guillochage de son ressort ont écrit la formidable histoire de la coutellerie du village de Laguiole. Et quoi de plus précieux que de s'offrir l'original avec son abeille forgée dans l'acier, l'authentique Laguiole, celui dont la renommée lui vaut d'être tant et mal copié. Il est encore plus précieux quand on sait qu'il a été fabriqué dans son village d'origine par la Forge de Laguiole au savoir-faire ancestral !





Née d'une volonté commune de remettre le couteau à sa place au centre de son village, la Forge de Laguiole est devenue une référence mondiale pour les amateurs de design et d'authenticité. La silhouette fine et courbe de son couteau pliant à l'élégance intemporelle et aux finitions irréprochables exige un travail minutieux.



Transmis de génération en génération, cet objet intemporel aux matériaux d'exception et à la qualité remarquable, a même trouvé sa place dans un des plus prestigieux musées, le MOMA de New-York, dans sa version designé par Philippe Starck. Une immense fierté pour les artisans de la Forge de Laguiole engagés dans la préservation et la transmission aux générations futures. Avec la même modernité et sophistication apportées à leurs couteaux, ils relancent un objet iconique de la manufacture, le moulin à poivre et à sel en corne de vache, habillé d'un élégant gainage en cuir. Une nouvelle histoire à écrire...



GÉRARDMER, FRANCE

GARNIER THIEBAUT

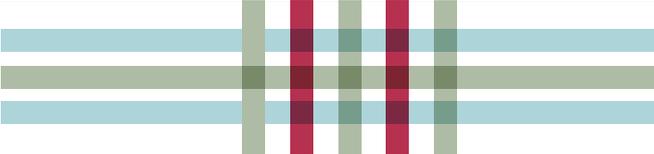


1833

*Des petits moments de
bonheur aux grands
moments d'exception !*

*Célèbre pour son festival de
cinéma, Gérardmer est aussi
l'ancre du linge des Vosges où
est implantée Garnier Thiebaut
depuis près de 200 ans. Au
service des plus grands chefs
et établissements hôteliers, la
qualité de son linge de maison
fait le bonheur des particuliers
et professionnels dans 85 pays
à travers le monde.*





En 1832, lorsque Virginie Thiebaut épouse Jean Baptiste Garnier, elle est loin de se douter que l'armoire de linge apportée en dot se transformera en une société florissante transmise de générations en générations. Sous l'impulsion de Paul de Montclos, à sa tête depuis 1995, l'entreprise connaît un véritable rebond. Pour ceux qui font le choix de la qualité, la guerre des prix est perdue d'avance, l'avenir s'écrit donc dans la série limitée et la création originale personnalisée. Réorientant ses capacités industrielles et son expertise, il offre un service sur-mesure s'appuyant sur le savoir-faire ancestral des ouvriers vosgiens et la qualité exceptionnelle de l'eau de Gérardmer. Composante indispensable du tissage, elle est naturellement acide et donne un blanc mondialement reconnu.



Résolument engagé dans le défi industriel local et le respect des 250 hommes et femmes qui travaillent pour Garnier Thiebaut, il s'implique dans la préservation des montagnes vosgiennes en investissant dans l'énergie verte de sa turbine hydroélectrique et ses panneaux solaires. Multi-médaille, cette belle aventure collective continue de tisser sa trame avec les nombreux clients qui lui font confiance.

COUTELIER



THIERS, FRANCE



JEAN DUBOST

*104 ans d'histoire et de
passion française*

Dans l'univers de la haute coutellerie, Jean Dubost est porteur d'un savoir-faire d'excellence reconnu depuis 104 ans. Quatrième génération à projeter l'entreprise fondée en 1920 dans le futur, Alexandre Dubost s'inscrit dans les pas historiques du fondateur pour qui l'engagement n'était pas un vain mot. Avec audace et passion, il perpétue, développe et transmet la tradition familiale de l'amour du couteau et son savoir-être au monde avec modernité.



« De l'intemporel [...] aux collections classiques et avant-gardistes, les inspirations sont innombrables. »





Près de Thiers, capitale de la coutellerie française, dans le petit village de montagne de Viscomtat, Jean Dubost fabrique des couteaux de cuisine et couverts de table dont la qualité, la finesse du détail et la précision du tranchant constituent un savoir-faire d'excellence. Assembler, façonner, polir, aiguiser... dans un savant équilibre entre tradition et innovation les mêmes gestes affûtés sont répétés avec minutie pour atteindre cette précision qui les distingue.



De l'intemporel « Jean Dubost Laguiole® » aux collections classiques et avant-gardistes, les inspirations sont innombrables pour transformer leur large gamme de couverts et couteaux en objets uniques. Plus gros fabricant d'articles Laguiole en France, le célèbre poinçon de l'abeille est gravé dans des matériaux nobles, acier tout inox, essences de bois, corne véritable et acrylique. Durables, accessibles et techniques, ils facilitent les préparations culinaires et embellissent les tables à travers le monde et en France jusqu'à la boutique de l'Elysée où leurs gammes ont été sélectionnées.



« *Tranchons pour un monde meilleur* »

Un mantra inscrit dans l'ADN de Jean Dubost. Labellisée engagé RSE niveau confirmé 2** par l'AFNOR, l'entreprise familiale s'emploie à fabriquer et innover dans le respect et la préservation de l'environnement, de ses ressources pour un monde responsable et durable favorisant l'économie circulaire. Sa collection « Eco-Responsable » à partir de matériaux innovants et renouvelables tels la biomatière végétale à base d'amidon de maïs ou de déchets de cannes à sucre, plastique recyclé et chêne certifié PEFC provenant de forêts durablement gérées, et sa gamme dont les manches sont issus des rebus de ses propres ateliers, en sont de vibrants ambassadeurs.



Premier coutelier certifié PEFC en 2009, Jean Dubost pratique le tri, la limitation de son impact carbone et de sa consommation d'eau avec des systèmes en circuits fermés. Soutenant Action contre la faim depuis 2011, l'entreprise met l'humain au cœur de son action en dynamisant l'emploi sur son territoire par une fabrication résolument locale et raisonnée.





Forte d'un siècle d'une incroyable aventure humaine et industrielle, Jean Dubost tire son inspiration du quotidien, des styles de vie et de ses carnets de voyage. Ils lui insufflent un esprit en éveil novateur et précurseur résolument tourné vers l'avenir, toujours prêt à relever de nouveaux défis et à écrire l'histoire de la coutellerie avec ceux qui partagent leurs valeurs fortes.



CÉRAMIQUE



MILLAU
FRANCE



K Ø M E T

*Une production artisanale de céramique
au cœur du bassin millavois*

Telle la beauté du corps céleste, KØMET porte à la lumière des créations écologiques et durables sublimes par le feu. L'atelier familial est le fruit de deux histoires d'amour... Celle de ses créateurs mais aussi celle qu'ils entretiennent avec l'art de manier et entrevoir la céramique. Et ce n'est pas un hasard : Quentin est un ingénieur céramique belge, Marion une artiste plasticienne millavoise. La main et l'esprit. La paire d'un tout. Un savant mélange de technicité et de créativité.

UNE ÉPOPÉE MODERNE "MADE IN AVEYRON"

falling in love falling in love
falling in love falling in love



Fondée aux prémices de l'année 2023, l'entreprise KØMET façonne avec cœur et passion des pièces uniques et confidentielles qui flirtent en un habile tour de main avec tradition et modernité. Un entre-deux, où le savoir-faire ancestral s'entremêle aisément au souffle artistique et créateur. « Nous sommes fiers de pouvoir porter le label " Fabriqué en Aveyron " sur l'ensemble des produits de nos gammes, ainsi que le titre officiel " Artisan d'Art ". » Une volonté d'excellence et d'authenticité dans l'air du temps et dont ressort des créations raisonnées, saisonnières et de fait, très limitées. Ainsi, les arts de la table prennent une toute nouvelle dimension et arborent des formes et des tonalités aussi diverses qu'originales. Une partie de la production se veut également 100% recyclée, en témoigne la collection capsule « Le Cycle de la Grave » confectionnée à partir de terres, d'engobes et d'eau recyclés.



Il ne tient qu'à vous
d'écrire la suite de cette
belle histoire ...



...MUÉE PAR L'ÉCO-CONSCIENCE

Vouloir faire, savoir faire, faire... Tout en respectant le cycle de la matière et des énergies (un peu comme il en est de la vie) ! KØMET s'attache à avoir une empreinte carbone la plus faible qu'il soit et fait le choix de valoriser les déchets de production, les voyant même comme un renouveau, une chance de mieux faire.



falling in love falling in love
falling in love falling in love

Travaillée à la main uniquement, cette collection en constant mouvement est une ode « à ce qui était », un retour à l'essentiel qui révèle la terre dans sa plus pure expression. On aime particulièrement ces marbrures singulières, ce veinage insolite et aléatoire rouge et blanc ou encore noir et gris, issus d'une rencontre contrastée et parfaitement maîtrisée de deux terres. Pour conserver la beauté naturelle de cette fusion, un émail transparent est appliqué. L'authenticité des belles choses... Tout simplement !

En ce sens, des panneaux photovoltaïques ont été installés sur le toit de l'atelier servant notamment au bon fonctionnement du four. Les eaux usées, les restants de terre sont, quant à eux, recyclés pour la production de nouvelles pièces. Des collaborations sont également tissées avec des acteurs et artisans du coin autant que faire se peut. Enfin, l'hébergeur web, les emballages et cartes professionnelles sont 100% éthiques et éco-responsables. Un bon point partout !



VERRIER



PASSAVANT LA ROCHÈRE
FRANCE



LA ROCHÈRE

verrerie française depuis 1475

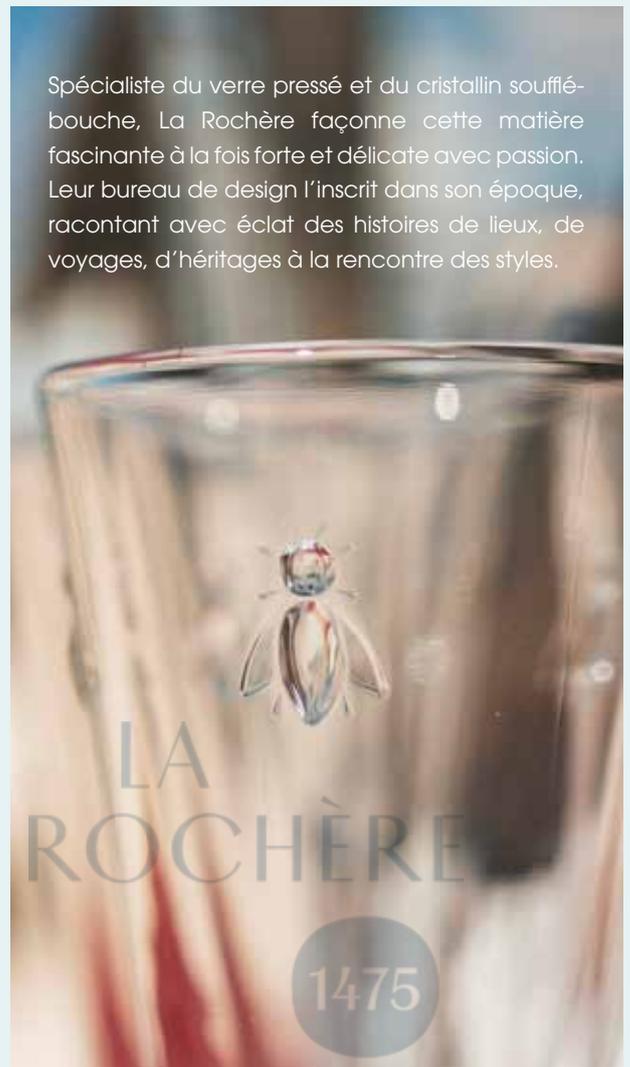
Le verre en fusion, c'est là que l'histoire commence quand il prend vie dans la plus ancienne verrerie d'art française pour illuminer les lieux qui vont l'accueillir. Créateurs et architectes du verre depuis 550 ans les maitres-verriers La Rochère font preuve d'un dynamisme innovant en constante recherche d'évolution.

Leurs produits authentiques français fabriqués entièrement au cœur des forêts flamboyantes de Haute-Saône allient élégance et robustesse pour répondre au mieux aux besoins de leurs clients. Que ce soit un toit-cathédral ou un mur de verre, une flûte à champagne ou un globe lumineux, chaque création bénéficie de leur savoir-faire acquis et transmis de générations en générations.





Outre le label " Origine France Garantie ", l'excellence acquise dans cet art exigeant leur vaut celui d'Entreprise du Patrimoine Vivant depuis 2010. Une excellence qui engage ses valeurs pour écrire un avenir responsable avec le recyclage de 100% de ses rebus en verre, un four 100% électrique, la réduction des intrants chimiques et de la consommation d'eau.



Reprise en 2021 par l'ancienne famille de verriers normands Tourres & Cie, une nouvelle page La Rochère s'écrit dans le verre, celle du sur-mesure et du luxe qui leur tend les bras.





LA TABLE PARISIENNE

BOUTIQUES
CHATELLERAULT – NIORT – POITIERS –
ANGOULEME – COGNAC



La Table
Parisienne



Du plus abordable à l'exceptionnel, s'il y a une chose sur laquelle Kristyan Grand ne transige pas c'est la qualité. Fondateur de la Table Parisienne, il a tenté sans succès de suivre les traces de son grand-père cuisinier chez le grand Paul Bocuse, mais de l'avis de ces deux illustres personnages, ce n'était pas sa voie. Pourtant la cuisine coule dans ses veines et c'est par les domaines de l'astuce culinaire et du secret de fabrication lié à ses ustensiles qu'il prend pied dans ce monde magique lié au partage des émotions.



Gingko, porcelaine TABLE PASSION, marque emblématique et partenaire de La Table Parisienne

**TABLE
PASSION**



La table, l'ustensile de cuisine, la décoration et les cadeaux que l'on s'offre comme autant de gourmandises en devenir sont pour lui un terrain de jeu aussi vaste que la création gastronomique. Il y trouve sa place avec un crédo sous forme de promesse : « la qualité à tous les prix ». Quant à sa philosophie de bienveillance dans l'accompagnement de sa clientèle, elle lui vaut la plus belle des récompenses à travers la fidélité de ses clients. Sans cesse à la recherche de nouveautés originales, élitistes et sortant du lot, ses produits viennent de France comme du monde entier et reflètent ce qui se fait de meilleur. Pour se faire plaisir un puriste ou un amateur pourra rêver devant la lame inégalable d'un couteau japonais damassé Kai comme devant une création du village de Laguiole par Jean Dubost. Encore, pour servir ses invités, un hôte pourra faire confiance dans la qualité du design et de finitions des produits Table Passion. Innovant dans son offre d'accueil, la Table Parisienne lance un tout nouveau concept Niortais, nouvel espace nommé Ambiance&Styles qui regroupe le savoir-faire culinaire mais aussi des espaces boudoirs scénarisés afin d'élargir l'expérience client et réveiller tous nos sens.





NON SANS RAISON

*créateur de paysages
gustatifs singuliers*

PORCELAINE



LIMOGES
FRANCE

S'appuyant sur un aéropage de créateurs et designers, Non Sans Raison bouscule les codes classiques dans une vaisselle haut de gamme à la porcelaine translucide d'une extrême finesse. Une porcelaine qui peut être résolument moderne et avant-gardiste tout en conjuguant savoir-faire d'exception et excellence.



Fondé en 2008 par Bertille Carpentier et Martial Dumas, créateur et éditeur français de porcelaine de Limoges, les collections Non Sans Raison sont commercialisées dans le monde entier. Leurs ateliers signent sur-mesure les commandes de grands noms de la mode et de la gastronomie.



NON SANS RAISON
PORCELAINE DE LIMOGES

La pâte de Kaolin extra blanche est choisie de qualité premium pour être sublimée par leurs formes et décors singuliers. Leur choix d'innover est un superbe hommage à ce matériaux millénaire et à la créativité humaine, insufflant une vitalité nouvelle au savoir-faire de la porcelaine de Limoges où toutes leurs pièces sont fabriquées artisanalement.



ODYSSEE, SQUARE, MAGMA, VORTEX... tout en couleurs, ors et textures, elles tissent une trame imaginaire gustative singulière, transformant l'or blanc de Limoges en expérience multisensorielle. En collection ou sur-mesure, Non Sans Raison vous invite à goûter un art de vivre en transformation.



Adaptées à la modernité d'un usage quotidien, ces pièces contemporaines haut de gamme sont travaillées dans le respect des traditions séculaires. Elles dessinent des paysages où se faufile le regard, prolongement de la mise en scène artistique que le cuisinier offre à ses convives.



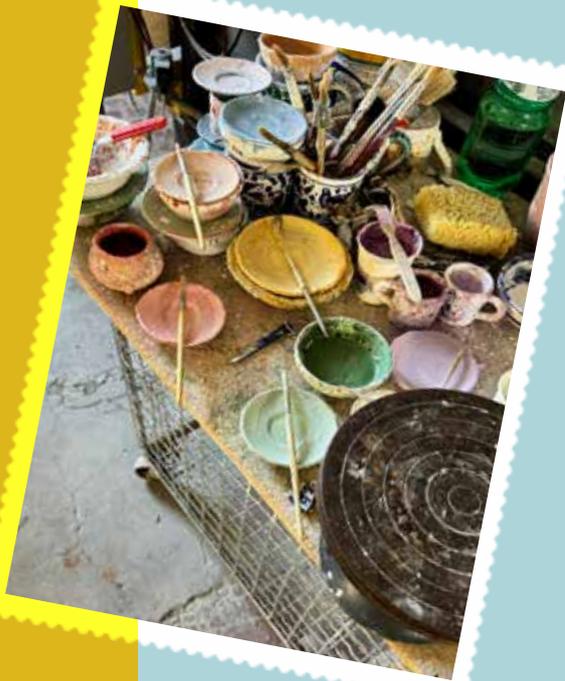
NON SANS RAISON
PORCELAINE DE LIMOGES

POPOLO

CREATION



PARIS, FRANCE



Bienvenue à la

Dolce Vita

On aime chiner des idées, des objets originaux et des adresses sur le site de Popolo, la marque française au cœur italien.

A la fois cabinet de curiosité et invitation au voyage, elle nous entraîne dans une folle virée en Vespa à travers la Toscane, un week-end à Rome... tous les deux sans personne, et sur les plages amalfitaines à travers tout un univers de saveurs gourmandes et de produits sélectionnés parmi ce que nos voisins offrent de meilleur. Un monde gastronomique où l'art de vivre à l'italienne est joyeux, festif, où l'artisanat et la cuisine chantent les refrains des paysages ensoleillés d'une beauté à couper le souffle.





Son style de vie plein de fantaisie en fait un repaire de foodistas adeptes du beau version Dolce Vita. Un simple plat de pâtes devient une pasta des plus appétissantes dans les assiettes Popolo chinées avec cœur chez les meilleurs artisans céramistes d'Italie. Unique, entièrement réalisé à la main, chaque objet raconte une histoire sur nos tables vivantes et colorées. Ludiques, traditionnelles ou ornées de préceptes de vie et d'amour, ces décors typiques italiens et créations Popolo sont choisis pour surprendre et bannir l'indifférence de ce moment familiale et amicale autour d'une cuisine généreuse et gourmande préparée pour réjouir les cœurs et les papilles.



Dolce Vita

Outre son eshop constamment achalandé de nouvelles découvertes, Popolo accompagne les projets personnalisés de marques et restaurant avec des modèles exclusifs, quitte à faire le tour dell'Italia pour trouver la réponse à une vision spécifique de ses clients. Popolo, des idées à vivre 100% made in Italie.



MILAN, ITALIE

QEEBOO

DESIGN

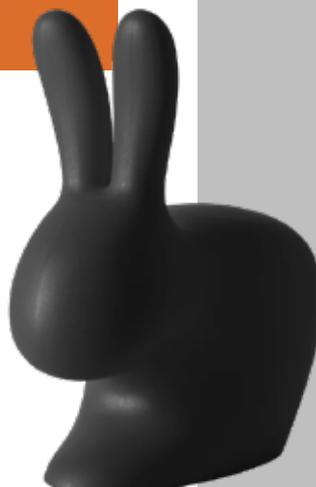
Si le design a une nation, elle se nomme Milan ! Une ville bourdonnante où Stefano Giovannoni a choisi de donner naissance à Qeeboo. Plus qu'une marque, c'est une invitation à envisager une façon d'être au monde et à soi.

Être Qeeboo c'est embrasser la liberté de créer, délivrer l'expression assoupie en soi. C'est être pop, vivre son histoire pleinement et oser être tout simplement. Les objets narratifs Qeeboo soufflent un vent turbulent et ludique de créativité joyeuse, culturelle, qui bouscule le quotidien et interpelle. Adopter un objet Qeeboo c'est s'offrir un univers renversant les barrières du conformisme.





Les concepteurs, des designers extraordinaires pour des produits extraordinaires, Qeeboo les sélectionne éclectiques, des personnalités au style fort et reconnaissable. Avec une attention rigoureuse aux détails et à la qualité, ils touchent à l'histoire des gens, interpellent la pensée, la vision et l'émotion de ceux qui croisent leurs créations. Les animaux deviennent lampes, sièges, les formes s'arrondissent autour des corps, les « empower self-expression » se posent sur les tissus en injonction. L'esprit Qeeboo se pose partout et transforme nos réminiscences d'enfance en objet design et décoratif, esprit vivant de la maison. Pensés pour vivre et durer éternellement en polyéthylène 100% recyclable, ils surprennent et rehaussent chaque style. Qeeboo peuple la vie, balayant l'indifférence de nos espaces quotidiens d'un « who are you » qui n'a d'autre réponse que la vôtre...



MANUFACTURE DE PORCELAINE



LIMOGES
FRANCE

ROYAL LIMOGES

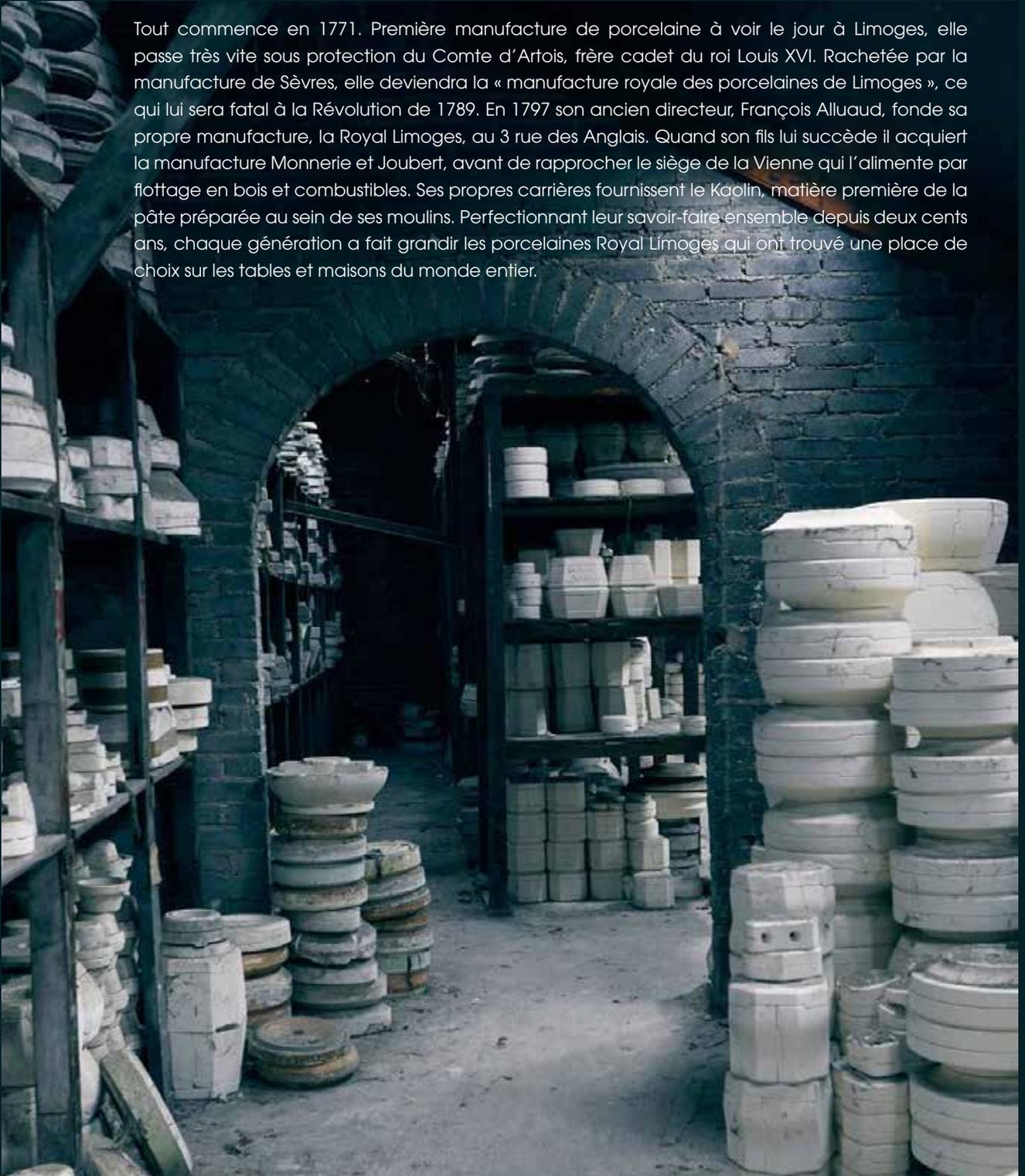
*200 ans d'excellence garanti
" fabriquée et décorée à
Limoges "*

Il y a des noms qui racontent une histoire, celle d'un destin contrarié par la révolution française qui pourtant aujourd'hui rayonne à l'international. Sur le territoire des arts et du feu, la Manufacture Royal Limoges a plus de deux cents ans de savoir-faire enrichi de génération en génération. Sa créativité ancestrale et sa qualité rigoureuse lui permettent d'offrir l'une des gammes les plus complètes et les plus prestigieuses de porcelaine à un public en quête d'excellence, de tradition et de modernité.



Laissez-moi vous conter son histoire...

Tout commence en 1771. Première manufacture de porcelaine à voir le jour à Limoges, elle passe très vite sous protection du Comte d'Artois, frère cadet du roi Louis XVI. Rachetée par la manufacture de Sèvres, elle deviendra la « manufacture royale des porcelaines de Limoges », ce qui lui sera fatal à la Révolution de 1789. En 1797 son ancien directeur, François Alluau, fonde sa propre manufacture, la Royal Limoges, au 3 rue des Anglais. Quand son fils lui succède il acquiert la manufacture Monnerie et Joubert, avant de rapprocher le siège de la Vienne qui l'alimente par flottage en bois et combustibles. Ses propres carrières fournissent le Kaolin, matière première de la pâte préparée au sein de ses moulins. Perfectionnant leur savoir-faire ensemble depuis deux cents ans, chaque génération a fait grandir les porcelaines Royal Limoges qui ont trouvé une place de choix sur les tables et maisons du monde entier.





Distinguée Entreprise du Patrimoine Vivant en 2005, Royal Limoges a retrouvé son nom, on pourrait dire son titre, lors du bicentenaire de la Révolution en 1989 afin de mettre en lumière sa relation avec la royauté Française à ses prémices. Son savoir-faire de renommée international et son succès ne se sont jamais démentis et se poursuivent aujourd'hui dirigés par la 7ème génération de porcelainiers. Passionnés par ce métier, ils font de la recherche perpétuelle du raffinement un mantra puissant et s'attachent à pérenniser ce savoir-faire régional bicentenaire.



A la fin du XIXème siècle l'ascension du style Art Déco coïncide avec un changement de cap pour la manufacture reprise par Gérard, Duffraissex, Abbot, et renommée GDA. Son design innovant dans la droite ligne des mouvements artistiques Art Nouveau et Art Déco des années 1920 répond aux attentes d'élégance et de modernité d'une clientèle internationale exigeante. En remportant le Grand Prix de l'Exposition des Arts Décoratifs de Paris en 1925 avec sa forme Apollon rebaptisée Nymphéa aujourd'hui, elle s'impose en tant que référence dans ce milieu exclusif. Cette forme florale aux courbes légères apporte à la manufacture une visibilité exponentielle à l'internationale, renforcée par les collaborations artistiques des décorateurs Maurice Dufresne et Jacques-Emile Ruhlmann, et du peintre Louis Süe.



1920 est aussi l'époque de la conquête des Etats-Unis pour la manufacture. Connue pour ses trains parmi les plus prestigieux reliant le nord-est des USA au sud-est du Canada, la New York Central Lines leur demande d'équiper ses wagons restaurant en porcelaine. Et L. Barth and Son de New-York, spécialistes de la décoration pour d'hôtels et restaurants, parachèvent cette implantation américaine. Avec plus de 1 200 employés dans ses usines, GDA est la plus grande marque de porcelaine de Limoges des années trente.

Services de table et compléments pour la table, articles cadeaux ou publicitaires, et porcelaine hôtelière composent la superbe collection de la manufacture. Répondant aux exigences d'une clientèle élitiste, des plus grands palaces parisiens aux restaurants gastronomiques en passant par les grandes maisons, elle a su tisser une véritable relation avec les acteurs du luxe à l'international.





Plus ancienne manufacture de porcelaine de Limoges encore en activité avec son emblématique four des Casseaux classé aux monuments historiques, Royal Limoges sublime nos tables et nos intérieurs comme ceux d'établissements renommés d'une touche d'exception intemporelle.



Quelques prestigieuses récompenses remportées depuis la création de la marque : Grande Médaille de l'Empereur en 1858, Grand prix de l'Exposition de Chicago en 1898, Grand prix de l'Exposition Coloniale en 1927



WERNS

Bannir l'ennui !

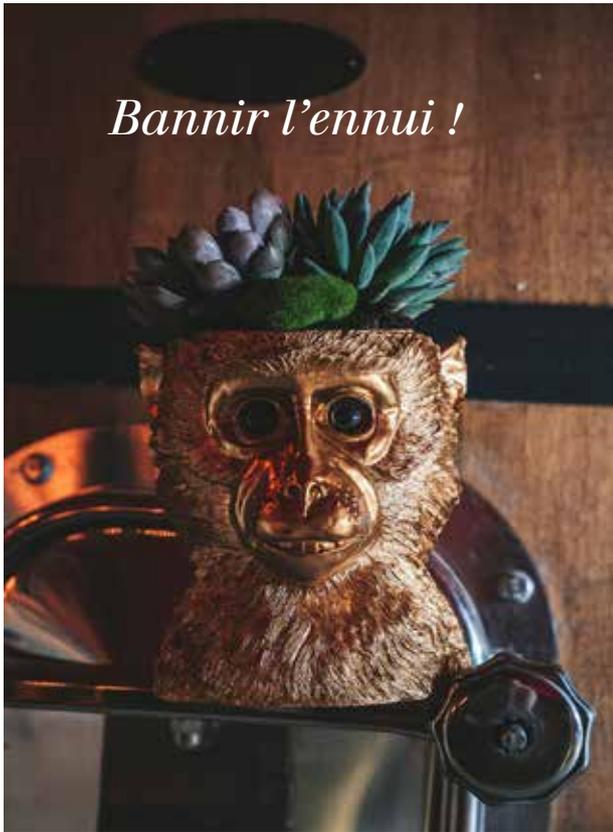
Funambule du design, Werns avance sur un fil tenu, intersection de la vie et de l'art. Entre provocation, joie et fantaisie pure, ses objets de décoration atypiques deviennent vite iconiques. Pièce maîtresse de chaque espace de la maison, ils réveillent les intérieurs trop bien rangés, trop propres ou trop convenus. Animaux détournés en lampe ou table basse, objets baroques et insolite, tout est couleur, or et inventivité.



Bannir l'ennui !



Lassés du standard combo beige et blanc planplan et sans imagination, David Voß et Alexandra Gördes ont créé Werns pour bannir l'ennui de leurs foyers et de ceux du monde entier. Une tâche titanesque à la hauteur de leur imagination ! Primés et publiés dans le Times et Cosmopolitan, ils laissent s'exprimer leur créativité et leur personnalité à travers des pièces extraordinaires très vite reprises par des restaurants et concepts hôteliers tout aussi extraordinaires et innovants qu'eux.



Bannir l'ennui !



Engagé, Werns a fait don de plus de 5000 arbres pour restaurer la forêt amazonienne avec l'organisation One Tree Planted et collabore avec l'organisation de protection des animaux PETA.

The Siren d'Amsterdam, le Nikki Beach à Saint-Tropez, pour ne citer que ces deux établissements haut de gamme avant-gardiste, s'approprient leurs « centerpieces ». Les poussant à s'orienter aussi vers la création de concepts de design holistiques pour l'hôtellerie et la gastronomie. Werns, ces 5 lettres en hommage au père de David conquièrent le monde. Elles dépoussièrent le concept de décoration et nous invitent à décomplexer la nôtre en toute liberté.







On a tant à ...
partager

SPÉCIAL PROVENCE

www.gourmets-de-france.fr





dessin création originale de Virginie Broquet

Virginie Broquet

ART DE VIVRE EN PROVENCE

Les lieux magiques,
les établissements idylliques,
les spots féériques,
& villas uniques...



FOLLOW
THE
WAVES



28€ TTC France
ISSN : 2258-8655
© 2024 Gourmets de France