

EXPÉRIENCE + DESIGN

À la recherche de l'émotion

L'industrie de la restauration est en pleine effervescence au Québec. Des concepts novateurs ont récemment vu le jour. De l'établissement haut de gamme au restaurant sportif, le design et l'expérience sont des atouts clés pour séduire une clientèle de plus en plus exigeante et volatile.

Jérôme Ferrer nous l'avait annoncé en novembre dernier, lors du RDV 2019 de l'ARQ, à Saint-Hyacinthe : « Ce sera un concept unique, alliant cuisine et théâtre! ». Le chef de 43 ans évoquait alors avec beaucoup d'enthousiasme, mais aussi avec de la fébrilité, l'ouverture de son nouvel établissement montréalais qui porte désormais le nom de Restaurant Jérôme Ferrer – Europea. En janvier dernier, les premiers clients ont donc pu découvrir ce projet sur lequel il a tout misé. Un pari à 2,5 M\$. Le pari d'une vie. « Le déménagement du Europea était un excellent prétexte pour recommencer à zéro. Comme cuisinier, j'ai ressenti le désir d'aller plus loin, d'oser m'amuser, de pousser le côté ludique et surprenant » indique Jérôme Ferrer qui a fait appel au metteur en scène, René Richard Cyr, pour la touche artistique.

UN VÉRITABLE SPECTACLE

Axé sur la découverte, la créativité et l'émotion, l'établissement propose une expérience multisensorielle inédite pendant laquelle chaque service est mis en scène. Musique avec casque d'écoute, plats inventifs spectaculaires, lunettes 3D, service réglé au quart de tour, le repas est une succession de tableaux, tout comme au théâtre. « Un repas d'exception, c'est comme un bon spectacle : on y repense avec bonheur, le lendemain. Et avec tout ce qu'on met en place, Jérôme devrait pouvoir continuer à offrir un méchant bon show », affirme René Richard Cyr.

REMONTER LE TEMPS

À Québec, c'est aussi une proposition inédite que s'apprête à offrir Frédéric Laplante, à la tête du Groupe La Tanière (Légende, Orygine et Kerrmess). L'ouverture du restaurant La Tanière³ prévus ces jours-ci mobilise toute son énergie. Reconnu pour sa cuisine inventive, le restaurateur s'est laissé inspirer par les lieux. Situé Place Royale, dans le Vieux-Québec, le restaurant est une enfilade de voûtes à travers laquelle les clients se déplaceront au cours du repas. « C'est une expérience immersive et

totale qu'ils vivront. Le repas, d'une vingtaine de services, durera de 3 h à 3 h 30. L'expérience est basée sur l'histoire de ce lieu. Chaque voûte fera vivre une époque et les épisodes marquants qui s'y rattachent. » Pour ajouter à l'expérience, les clients devront tout d'abord acheter un billet, comme pour assister à un spectacle : « c'est à la fois une manière de garantir la réservation, mais aussi de préparer les clients à la soirée qu'ils vivront. Avec ce billet, ils recevront un code d'accès qui leur permettra d'entrer dans le restaurant. Pas de réservation, pas d'accès. »

LE FUTUR DU HAUT DE GAMME

Pour Frédéric Laplante, il était essentiel de se démarquer en ouvrant ce restaurant : « ça a toujours été notre philosophie. La Tanière s'est toujours différencié dans le passé. On a toujours eu cette approche, ces menus évolutifs. En revanche, ce que l'on n'avait pas à l'époque, c'est l'environnement architectural. Cette fois, on l'a et c'est hyper intéressant. »

Cette vision semble plaire, puisque les préventes ont dépassé les attentes du chef propriétaire. « C'est complet pour les trois prochains mois! » s'exclame Frédéric Laplante. « C'est le futur de la restauration dans le haut de gamme. Ça prend des expériences qui sont plus réfléchies, plus complètes. »

BIENVENUE CHEZ VOUS

Il n'y a pas que les restaurants haut de gamme qui ont à cœur de faire vivre à leurs clients un moment dont ils se souviendront. Le dernier projet du Groupe Sportscene appelé À Domicile en est la preuve bien vivante.

Petit frère de La Cage – Brasserie sportive, cet établissement visant la clientèle milléniale, a ouvert ses portes le 31 janvier dernier, à Laval. La flexibilité et la convivialité sont au cœur de ce concept. « À Domicile est une nouvelle adresse où les clients sont reçus comme à la maison. On propose un

menu simple, goûteux et abordable, servi dans une ambiance axée sur le confort, le plaisir et le jeu. L'aménagement des lieux favorise les expériences de groupe et l'offre globale d'À Domicile est conçue pour permettre à notre clientèle de vivre une nouvelle expérience de restauration et de se sentir comme chez eux, popote et vaisselle en moins », explique Jean Bédard, président et chef de la direction du Groupe Sportscene.



« Ça prend des expériences complètes. » Frédéric



Restaurant Jérôme Ferrer – Europea

CLIENTÈLE COMPLÉMENTAIRE

Boissons en libre-service dans des frigos, paiement électronique au comptoir sans intermédiaire, prix ronds affichés avec taxes, absence de pourboires et cinq zones de jeux, tout a été pensé pour séduire une clientèle complémentaire à celle de La Cage-Brasserie sportive. Le concept pourrait être implanté ailleurs au Québec, dans d'autres villes universitaires, notamment à Québec et Trois-Rivières.



À Domicile

Expériences plus réfléchies, plus Laplane - La Tanière³



Orygine

La Tanière³ - (modélisation 3D)

ENTREVUE

Simple et beau



La firme montréalaise APPAREIL architecture a le vent dans les voiles. Fondée en 2010 par Kim Parizeau, l'agence a été récompensée, en janvier dernier, aux Grands Prix du Design dans la catégorie Petit budget pour le Pastel Rita, un café atelier-boutique de Montréal. Elle est aussi derrière le design simple et convivial du Battuto, un petit établissement de Québec, sacré Meilleur nouveau resto en 2017 par Air Canada.

KIM, POUR VOUS, QU'EST-CE QU'UN DESIGN RÉUSSI?

QUELLES IDÉES GUIDENT VOTRE TRAVAIL?

Un design réussi est un design qui est fonctionnel et qui répond aux attentes du client. Le tout doit être cohérent et esthétiquement intéressant. Nous essayons toujours de concevoir des espaces intemporels qui sont en respect avec l'existant, tout en y amenant une touche moderne qui les rend uniques.

VOUS AVEZ TRAVAILLÉ POUR DES ESPACES PLUS RESTREINTS ET DES BUDGETS PLUS SERRÉS : PEUT-ON FAIRE BEAU AVEC PEU?

Oui, mais il devient primordial de travailler de pair avec les clients et l'entrepreneur. En ayant la contrainte du budget dès le début, nous pouvons penser à des solutions économiques qui créent un effet intéressant tout en étant abordable.

Un bon exemple de cette approche est le café-boutique Pastel Rita. Le plus grand défi pour ce projet était de jongler avec différentes utilisations dans un local de 1 500 pieds carrés, tout en respectant un budget restreint. Nous avons donc décidé de tout développer sur mesure à partir de matériaux de construction abordables. Pour amener une plus grande valeur à l'ensemble, nous avons misé sur l'utilisation de couleurs, de formes et de textures. L'ensemble est équilibré et donne un effet maximal, tout en étant peu coûteux.



Pastel Rita

QUELS CONSEILS POUVEZ-VOUS DONNER À UN RESTAURATEUR VOULANT FAIRE AFFAIRE AVEC UNE AGENCE DE DESIGN/ ARCHITECTURE?

Le point essentiel est de travailler avec une agence en qui on a confiance et dont on aime les réalisations. Si l'agence et le client ne travaillent pas ensemble, le résultat ne pourra pas être optimal. Cependant, tout en donnant une latitude à l'équipe de conception, il faut toujours que le

restaurateur ait en tête l'identité de son restaurant. Il est celui qui connaît le mieux l'essence du projet et il doit s'assurer que l'approche proposée répond à ses besoins.

→ Appareilarchitecture.com