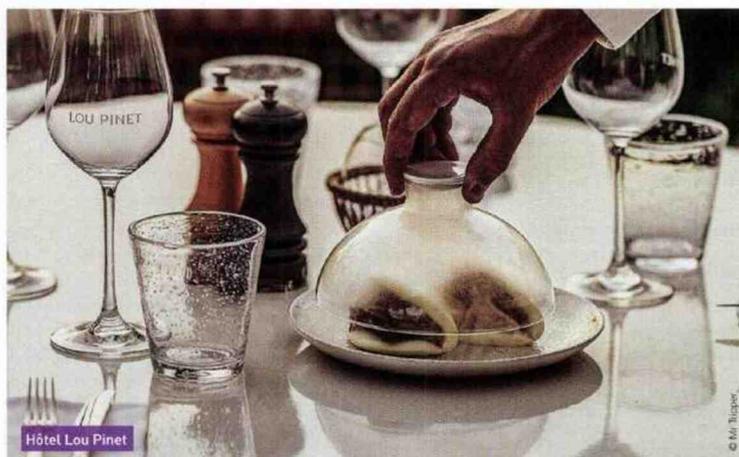


Alimentation et boisson

Les viandes d'exception ont la cote



Hôtel Lou Pinet

© Mr. Ripper



Restaurant Playground du Pley Hôtel

Dans les restaurants d'hôtels, les viandes premium proposées sur les cartes sont mises en valeur avec soin et originalité. Les chefs sont soucieux d'œuvrer en partenariat avec des fournisseurs bien ciblés. Et pour sa part, la clientèle vit une expérience gustative unique, très appréciée après les multiples confinements. Autant de grandes tendances qui se dessinent, au fil des témoignages recueillis dans l'univers hôtelier.

Comme le confirme Christopher Lavaud, directeur général des hôtels **Lou Pinet à Saint-Tropez** et **Coucou à Méribel**, la clientèle française et internationale a vraiment envie de vivre des expériences culinaires et de découvrir de nouvelles saveurs, après s'être privée pendant plusieurs confinements liés à la pandémie. « Les clients attendaient de pouvoir se faire plaisir avec des produits d'exception dont des viandes premium, comme nous les servons au **Beefbar** », affirme le professionnel. Avec pour fournisseur exclusif Giraudi Meats, dont le PDG Riccardo Giraud est aussi le fondateur de la marque **Beefbar**, les hôtels proposent des viandes offrant chacune sa particularité gustative : Kobe, Wagyu, Black Angus, Limousine. « La viande de Kobe, au fort persillage, nécessite une cuisson au minimum à point. À l'équipe de salle d'orienter au mieux le client, en fonction de ses préférences et de l'origine

de la viande. Toutes nos viandes sont pré-assaisonnées avant cuisson, avec une vingtaine d'épices, servies dans des Staub et les garnitures intégrées dans des cassolettes de l'orfèvrerie Mauviel. Pour le plus grand plaisir de la clientèle, certaines pièces exceptionnelles, comme la côte de bœuf, le majestueux tomahawk et le fondant chateaubriand, sont découpées en salle », commente le directeur général.

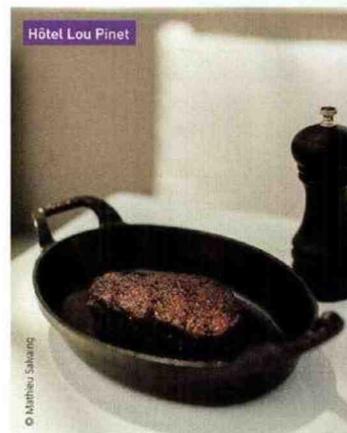
RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DE LA CARTE

Ces plats sont très appréciés, de même que la classique entrecôte, la fameuse pincanha et le « best-seller » : le bao bun au Kobe beef, macéré au mescal, cuit à basse température pendant 7 heures et fumé au thé jasmin, avec présentation sous cloche en verre. Le client consacre environ 60 euros pour un plat de viande. Servie avec une classique purée maison,

la viande est plus souvent demandée avec une garniture plus originale, en supplément, à l'instar des frites maison au parmesan et à la truffe, ou de la purée aux chips de Kobe. Pour apporter une touche locale, l'hôtel **Coucou** à Méribel sert un pot-au-feu de Wagyu ; une façon de renforcer l'attractivité de la carte.

DANS UN ESPRIT STREET FOOD

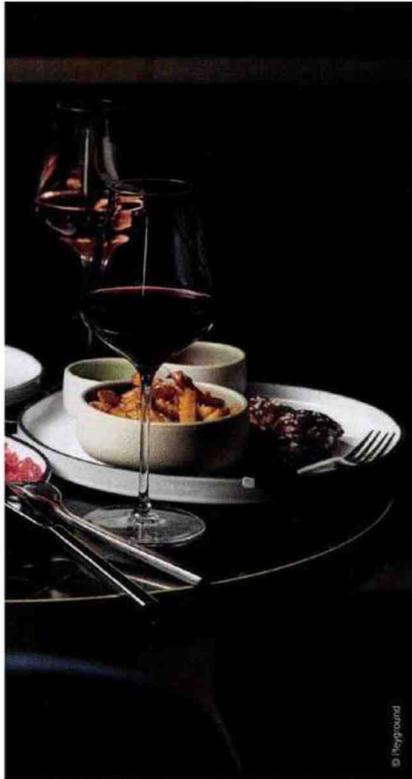
Le récent **restaurant Playground du Pley Hôtel** à Paris 8^e propose une carte volontairement courte avec des viandes d'exception, et la clientèle d'affaires premium adhère. L'ouverture de ce restaurant est apparue comme une évidence, après celle du **Pley**



Hôtel Lou Pinet

© Mathieu Saharic





© Hryground



Chef Christophe Hay

© Julia Lincot

Mersea autour des meilleures recettes de poisson, en version street food. L'hôtel Pley (4 étoiles) met aujourd'hui en avant une offre Mer et Terre, bien complémentaire et en phase avec son standing. « Nous avons établi un étroit partenariat avec la boucherie Polmard, éleveur-boucher depuis trois générations, qui élève uniquement des blondes d'Aquitaine dans son domaine de Saint Mihiel et fait preuve d'une intransigeance qualitative à tous

CHEF AVEC UN HÔTEL ET... UN ÉLEVAGE DE BŒUFS WAGYU

Fils de boucher et issu d'une famille agricole, Christophe Hay est un chef doublement étoilé, soucieux de sublimer des produits rares. En janvier 2018, il a acquis un cheptel de bœufs Wagyu, dont il a confié l'élevage à Yvan Dersoir à Challain-la-Potherie, dans le Maine-et-Loire. « Je possède aujourd'hui 59 bêtes et la qualité des soins apportés aux bœufs permet de produire une viande exceptionnelle, au goût persillé inoubliable et de la faire découvrir dans mes restaurants étoilés La Maison d'à Côté et la Table d'à Côté, et chez Côté Bistro », précise Christophe Hay, qui ne dénature pas le produit par un jus de viande ou une sauce. Les morceaux (faux-filet, basse-côte, capa...) sont juste condimentés avec des oignons brûlés et une brunoise au gras de bœuf, le tout servi avec la wasabina du jardin.

La garniture hivernale peut être un consommé de bœuf et des légumes finement taillés. Le chef prépare aussi la viande en tartare, avec du citron confit et des graines de chanvre torréfiées. Comme sa cuisine se trouve en salle, il prend aussi les commandes et conseille le client « afin qu'il se fasse plaisir ».



© La Maison d'à côté

les niveaux : alimentation, maturation, hibernation, cuisson », souligne Emmanuel Goudot, directeur du développement du groupe hôtelier familial Madeho. « La viande est un produit différenciant, à partir du moment où le produit de base s'avère exceptionnel. C'est le produit à l'état brut qui compte avant tout, avec une cuisson saignante recommandée et une présentation simple dans une assiette ronde Revol », poursuit le directeur du développement. Le plat signature est le roll dog saucisse de bœuf Polmard, dans un esprit street food et qui joue la vedette sur Instagram. Le burger Polmard avec les frites maison fédère une vaste clientèle,

tandis que se vendent très bien aussi, le carpaccio, le tartare ou encore l'onglet de bœuf. Comme la clientèle business aime de plus en plus manger de façon saine, elle ne commande pas toujours des frites, mais une salade ou des haricots verts, remplacés dès l'automne par d'autres légumes de saison.

ET AUSSI DES PIÈCES À PARTAGER

« Ce qui plaît également aux clients, ce sont le pot de ketchup épicé avec du gingembre et la sauce tartare, élaborés par le chef étoilé Olivier Bellin », glisse Emmanuel Goudot. Pour un plat de viande, le ticket →



→ moyen s'élève à 25 euros, garniture comprise, et le client se fait plaisir. Pour compléter l'offre de façon attrayante, des pièces de viande à partager, comme une côte de bœuf ou un T-bone, pourraient prochainement figurer à la carte. Pour l'heure, le restaurant fonctionne uniquement au déjeuner, en semaine et au cours de ces prochains mois, l'objectif fixé est



d'enregistrer 40 couverts par jour, au lieu de 20 couverts par jour (juin 2021). Lorsque la clientèle internationale sera pleinement de retour, le Playground pourrait ouvrir aussi le soir, mais pour l'instant, il continue à s'adapter à la période Covid-19 qui s'éternise.



PRIVILÉGIER LE VISUEL

À l'Hôtel Roch à Paris (5 étoiles), le chef exécutif Rémy Béreud mise sur « une cuisine de saison avec des produits d'exception », que ce soit pour la viande, le poisson ou encore les légumes. Il œuvre en toute complexité avec la boucherie Metzger pour sélectionner les meilleurs morceaux, en fonction des périodes de l'année. Il privilégie les races à viande française, à l'instar de la Normande, reconnue pour sa saveur et son persillé. Il opte aussi pour la race Simmental Française ou encore la Salers,

UN ESSOR DE LA VIANDE BIO DANS LES RESTAURANTS

De plus en plus plébiscitée par les Français, la viande bio est également de plus en plus consommée en restauration commerciale. 72 % des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête « Les Français et la consommation de viande bio », menée en septembre 2020 par l'Ifop pour la Commission bio de l'Association Nationale Interprofessionnelle de l'Élevage et des Viandes (Interbev), auprès d'un échantillon représentatif de 1 005 personnes, déclarent consommer de la viande bio au moins de manière occasionnelle, soit +13 % par rapport à 2015. Concernant la fréquence de consommation, 3 % des répondants disent manger de la viande uniquement en version bio et 23 % dès qu'ils en trouvent. Les plus fidèles consommateurs se situent davantage parmi les 50 ans et plus (77 %) et les catégories socio-professionnelles supérieures (81 %). Toutefois, on observe que les habitants de l'agglomération parisienne (73 %) sont talonnés par ceux des communes urbaines de province et des communes rurales (72 % pour les deux). Quid des raisons avancées pour consommer de la viande bio ? Des élevages respectueux du bien-être animal et de l'environnement (par respectivement 74 % et 78 % des Français) font partie des principales motivations. Autres raisons mises en avant, une viande bénéfique pour la santé, davantage contrôlée sur le plan sanitaire. Un produit également plus gustatif qui permet d'assurer aux éleveurs un meilleur revenu.

+34 % de viande bio en RHD par rapport à 2018

Si la restauration hors domicile représente encore un volume modeste, en assurant 7,6 % de la distribution, elle est néanmoins en très nette progression, de 34 % par rapport à 2018 (selon l'Observatoire des viandes bio). Pour les lieux de consommation hors domicile, il s'agit principalement des restaurants (68 %). La quasi-majorité des répondants dit préférer un établissement affichant de la viande bio à son menu, même si le prix est plus élevé (46 %). Sur ce circuit, il est surtout intéressant de noter que la proportion de sondés considérant « qu'il est très facile de trouver de la viande bio en restauration hors domicile » a bondi cette année pour atteindre 39 % (+ 10 points). Cette belle progression hors foyer témoigne de l'engagement de toute la filière qui met en place de nombreuses initiatives porteuses depuis 2017. Parmi ces mesures, les Trophées de l'Innovation Viandes Bio en RHD en 2019, en marge du Sirha, les événements du Sirha Green. La promulgation en 2018 de la loi EGalim qui vise notamment à introduire 20 % (en valeur) de produits bio dans le secteur de la restauration collective à l'horizon 2022 a également contribué à l'essor de la filière. N.F.

et lorsqu'il prend de la viande étrangère, il privilégie la Noire de Baltique (Pologne), « une viande juteuse avec du bon gras, donnant un bon goût lors de la cuisson ». Le chef n'aime pas la routine et il renouvelle la carte toutes les deux à trois semaines. Le client trouve un menu du déjeuner à 39 euros intégrant une viande grillée du moment, et une carte courte, midi et soir, avec trois choix d'entrées (16 €) et de trois plats (33 €). Les viandes sont présentées dans des assiettes colorées, le chef attache une grande importance au dressage, « car il faut donner envie de déguster grâce au visuel ».

RETOUR À LA DÉCOUPE EN SALLE

« Les garnitures doivent être originales et les sauces maison peuvent être servies à

part », affirme Rémy Béreud qui propose par exemple, une poitrine de veau, courgette épicée, sauce yaourt et citronnelle, ou encore un faux-filet mature, blettes, laitue braisée, ail confit et sauge. « Les appellations des plats sont volontairement brèves, pour favoriser les échanges entre l'équipe en salle et une belle clientèle d'habituels, soucieuse de vivre une expérience gustative hors du commun », insiste le chef. Enfin, de temps à autre, il va proposer des suggestions, telles que la côte de veau au barbecue, très appréciée en juin dernier, et la découpe en salle pourrait faire son apparition, comme à la Tour d'Argent, où il a travaillé auparavant. Plutôt réjouissant pour l'avenir de la restauration, au sein de l'univers hôtelier !

Christel Reynaud ■