

- ÉQUIPEMENT & SERVICES -  
AMÉNAGEMENT



Ce restaurant de 150 m<sup>2</sup>  
a été refait à neuf  
en 2023 par l'agence  
d'architecture  
d'intérieur, Outsign.

© Christophe Vaitin

# COMMENT BIEN AMÉNAGER SA SALLE DE RESTAURANT ?

Désormais, les restaurateurs portent une attention particulière à l'esthétisme et à l'organisation de l'espace de leur établissement. Bien plus qu'une question de style, l'aménagement de sa salle se révèle être un facteur important pour les clients. PAR VICTORIA MBELE



Lorsqu'on mentionne des restaurants, on pense directement à leur cuisine, ce qui représente certes un point central pour ces établissements. Cependant, il existe un autre paramètre pour faire fonctionner une telle entreprise : la salle. C'est l'endroit où l'on accueille les convives mais aussi la pièce où tout se joue pour le contact humain et l'expérience-client. Ainsi, la salle est la finalisation du travail du cuisinier.

Ces dernières années, les restaurateurs ont manifesté un intérêt plus prononcé sur l'apparence et sur l'image de leurs établissements. « Les professionnels ont pris conscience qu'il fallait imaginer leur endroit sous le prisme du brand design. Il faut le concevoir et le développer comme une marque, décrypte Amélie Dommange, directrice de création chez Outsign, agence d'architecture. *Aller au restaurant devient une expérience plurielle. Il y a un vrai travail en dehors des saveurs.* » Le constat est similaire pour Carl Tran, architecte d'intérieur, qui travaille dans l'agencement de CHR depuis plusieurs années : « Objectivement, il y a eu une évolution dans la réflexion de l'aménagement d'un espace. Aujourd'hui, les professionnels ont une volonté de proposer autre chose en dehors de l'assiette. »

#### OPTIMISATION DE L'ESPACE

Un premier point est primordial pour aménager sa salle de restaurant : l'amélioration de la gestion d'espace. Carl Tran est gérant de l'agence CT Création depuis 2009 et il l'affirme : c'est la clé de la réussite. « Il est rare qu'un espace soit suffisant. Il faut donc prendre ce que l'on peut prendre et l'aménager au maximum. » Par exemple, il faut penser à l'optimisation du nombre de couverts. En parallèle, l'organisation d'un espace dépend de l'usage qu'on en fait et de la clientèle visée. « On n'aménage pas de la même façon un fast-food qu'un café. Dans un établissement de restauration rapide, il y a un fort brassage de personnes. On privilégie la vente à emporter. Donc on prévoit peu de places assises. Alors que dans un café, les clients recherchent un spot confortable où ils peuvent rester longtemps sans consommer beaucoup. »

En plus de rendre un espace agréable à regarder, il est nécessaire qu'il soit ergonomique pour les employés du service. Une des clés du succès de cette nouvelle organisation est de minimiser les allers-retours,

« L'atmosphère du restaurant doit être un reflet de l'offre culinaire. »

Amélie Dommange,  
directrice de création chez Outsign,  
agence d'architecture

dans un objectif de fluidifier le travail en salle. Si le service se déroule sans encombre, cette bonne coordination se ressentira sur les clients et sur le moment qu'ils passent au restaurant. Par ailleurs, les serveurs et les maîtres de rang établissent la communication entre les clients et la cuisine, un aspect non négligeable dans les retours.

Un autre argument qui encourage les restaurateurs à améliorer l'aménagement de leur espace est d'attirer la clientèle chez soi. « Maintenant, les restaurateurs sont obligés de se différencier pour attirer des clients », selon Carl Tran. Les clients fréquentent un restaurant non seulement pour bien manger, mais aussi pour s'y sentir bien dans une certaine ambiance, un cadre. Pour Amélie Dommange, il s'agit de créer une identité autour de l'établissement. « L'atmosphère

du restaurant doit être un reflet de l'offre culinaire. C'est la raison pour laquelle il faut collaborer main dans la main avec le chef et les propriétaires sur ce genre de travail. »

C'est le challenge qu'a relevé l'agence en s'attaquant à la rénovation intérieure du Quai 108, restaurant du Hilton Paris Opera (8<sup>e</sup>). L'agence Outsign a choisi de mettre en valeur le côté industriel et ferroviaire du restaurant. « On s'est inspirés de l'histoire du lieu, [ancienne gare, NDLR], tout en gardant cette architecture haussmannienne. L'idée était donc de conjuguer les styles pour maintenir l'âme de l'endroit », décrit la directrice de création. À la fois plongé dans une atmosphère industrielle de hall de gare, on aperçoit également des moulures au plafond. « Quand on rentre, on doit tomber sur un signal d'appel qui nous interpelle. »

Concilier l'identité de l'établissement et son architecture : c'est aussi la démarche de l'agence CT création, lors de la rénovation du restaurant du domaine viticole La Font des pères. Situés dans le Var, ils ont su recréer une ambiance autour du terroir et de la viticulture. Dotée de son savoir-faire, cette équipe collabore régulièrement avec des hôtels ou des restaurants afin de les aider à mieux agencer leurs espaces.

#### QUID DES ENFANTS

Alors que certains suivent la tendance en vogue « adult-only » – excluant les enfants –, d'autres prennent le contre-pied. Réconci-



Ce buffet de la marque Lusini s'intègre parfaitement dans les hôtels ou les restaurants à volonté.

lier petits et grands, c'est l'enjeu que s'est fixé Welcome Family, spécialisé dans l'accueil d'enfants dans les CHR. Leur objectif est de proposer un ensemble d'équipements conçus pour les plus petits. « Nous avons choisi ce positionnement orienté vers les enfants car les parents reviennent dans un établissement lorsque leur progéniture en sort satisfait. C'est cette petite attention qui fait la différence », explique Frédéric Martz, le cofondateur. C'est lors d'un tour du monde qu'un ami de Frédéric Martz lui partage sa stupeur concernant la différence de traitement de l'accueil des enfants dans les restaurants selon les pays.

De ce fait, Frédéric Martz, fort de son expérience dans la conception d'objet, se dit qu'il faudrait imaginer quelque chose autour de cette problématique. Welcome Family présente dans sa première gamme des coloris et des rehausseurs. Constatant que le concept intéresse, la marque développe de nouveaux produits et se diversifie avec des chaises pour bébés, des jeux de cartes, etc. « Nous souhaitons que les familles soient bien reçues. » Et c'est un pari réussi. Depuis plusieurs années, Welcome Family travaille pour tout type d'établissements, des hôtels indépendants aux chaînes de restauration rapide. « Quand vous alliez bien-être et

« Quand vous alliez bien-être et chiffre d'affaires, tout le monde est ravi. »

Frédéric Martz,  
Cofondateur de Welcome Family

chiffre d'affaires, tout le monde est ravi, s'amuse le cofondateur. Aujourd'hui, on reçoit de nombreuses demandes. Le marché a évolué. »

Pour l'aménagement intérieur d'un restaurant, Welcome Family propose des chaises adaptées, des tapis d'éveil ou encore l'installation d'une petite aire intérieure réservée aux enfants, « tant que cela s'intègre facilement dans le décor », précise le cofondateur. Redonner de l'importance aux enfants dans les restaurants semble être une réflexion qui prospère : « Je pense que de tels équipements font partie intégrante du menu enfant. C'est un vrai avantage pour un restaurant

d'investir dans les plus jeunes. Vous avez la partie restauration et la partie divertissement », justifie-t-il.

#### LE MOBILIER ET LA DÉCORATION

Après l'organisation d'un espace, il est nécessaire de se pencher sur la décoration de la salle pour donner envie aux clients d'y pénétrer. Pour l'architecte d'intérieur Carl Tran, « il suffit d'un petit plus qui fera parler ». Cette étincelle peut provenir du mobilier et des décorations design. Ainsi, Lusini, fournisseur de matériels et d'équipements, accompagne le secteur des CHR dans cette démarche. « Nous avons à cœur d'inspirer le bien-être et le confort. On conseille aux restaurateurs d'intégrer des éléments différenciants et marquants, parallèlement à leurs mobiliers habituels », affirme Mathieu Franck, le responsable produits et commercialisation de Lusini.

De son côté, Florence Ferrand, directrice des marques Fermob, conseille aux restaurateurs « d'écouter leurs envies ». « Chez Fermob Contract, on encourage les professionnels à personnaliser leurs mobiliers. On a un service de 30 personnes dédié aux affaires spéciales afin de s'adapter aux codes de l'établissement. » Fermob Contract regroupe les marques Fermob et Vlaemynck, créateurs



© Domaine de la Font des Pères

À la Font des Pères à Bandol, l'agence CT Création conjugue histoire du lieu et esthétique.



de mobiliers et décorations pour les CHR. L'enseigne fait rimer fonctionnalité (ampliable, pliable...) avec qualité et attention du détail. « Nous souhaitons créer des lieux d'attractivité, mêlant l'usage à l'émotion. Le tout est de reconstituer des lieux privés dans des lieux ouverts. » Quant à Lusini, l'enseigne observe que les clients sont à la recherche de confort extrême et d'esthétisme dans les restaurants: « Les restaurateurs veulent des endroits qui leur ressemblent, tout en optimisant leurs espaces. Nous avons aussi pensé à cet aspect et avons imaginé des dessertes, des buffets ou des bars mobiles pour répondre à cette demande », spécifie Mathieu Franck. En cette année 2024, certaines tendances se démarquent: « Les coloris terracotta, beige, ocre et vert rencontrent un franc succès en ce moment. Au niveau des objets, les chaises en cannage sont très plébiscitées », décrit le responsable produits et commercialisation de Lusini. En outre, Fermob a remarqué l'intérêt grandissant des professionnels pour le végétal. « La nature s'invite à l'intérieur », commente la directrice des marques. En parallèle, la conscience écologique a pris de l'ampleur chez les professionnels. Au fil du temps, Frédéric Martz de Welcome Family a noté que l'argument environnemental revenait de plus en plus: « Maintenant avec les nouvelles normes votées autour du respect de l'environnement, beaucoup recherchent des aménagements durables. » Même constat chez Lusini: « Les profes-

sionnels s'intéressent davantage à avoir un mobilier écoresponsable labellisé FSC ou PEFC ou des textiles certifiés Oeko-tex ». Pour Fermob, on mise aussi sur le mobilier durable et l'éco-design.

### LA PUISSANCE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Dans cette ère numérique, les réseaux sociaux reflètent un nouvel argument poussant les restaurateurs à investir dans leur identité visuelle. « Pour marquer les esprits, il faut éviter le mimétisme et ne pas suivre les tendances », conseille la directrice de création d'Outsign, Amélie Dommange. D'autant plus qu'ils sont devenus indispensables dans la communication d'un établissement. Ces dernières années, de nombreux Français consultent une application avant de choisir un restaurant ou un hôtel. « Les réseaux sociaux les ont poussés à se réinventer », affirme Carl Tran. Les clients potentiels sont désormais plus enclins à s'intéresser à un restaurant recommandé ou partagé par un ami et à s'y rendre. « Beaucoup de restaurateurs cherchent à rendre leur décoration propice à Instagram », ajoute l'architecte d'intérieur. Selon Mathieu Franck, les CHR recherchent « l'effet WOW qui suscitera des partages sur les réseaux sociaux ». Chez Fermob Contract, Florence Ferrand parle de la « quête d'un design plus soigné ». « Les restaurants veulent une esthétique de qualité pour créer de l'exclusivité et fidéliser leur clientèle », conclut-elle. 🌱



## La salle pour satisfaire le client

En ce début d'année, Les Halles Metro ont publié un livre blanc « Comment gagner du temps en restauration ? ». Souhaitant accompagner les restaurateurs, ce guide les aide à mieux répartir leur temps. Selon le grossiste, cela représente un levier de rentabilité non négligeable. En salle, les serveurs passent beaucoup de temps à se déplacer. Les Halles Metro rappellent alors l'importance d'organiser ces espaces de travail pour ne rien laisser au hasard. Les Halles Metro suggèrent de disposer le mobilier de manière à faciliter la circulation tant pour le personnel que pour les clients. Organiser les tables de manière à minimiser les déplacements des serveurs. Éviter autant que possible les croisements avec les flux de clients (commande en ligne, paiement au comptoir, accès aux toilettes) est également crucial. En ce qui concerne le mobilier, il est suggéré d'opter pour des banquettes plutôt que des chaises dans un objectif d'optimisation de l'espace. De plus, la disposition de consoles en salle permet d'avoir à portée de main tous les équipements nécessaires tels que les couverts, les menus, etc. Enfin, l'utilisation de passe-plats entre la salle et la cuisine contribuera à un gain de temps significatif.



© Welcome Family

Welcome Family trouve des solutions ingénieuses pour les plus petits.