

La revue des

# COMPTOIRS

JUILLET/AOÛT 2010

N° 138 - 5€

**RIZ ET PÂTES**

Leur credo :  
surprendre encore

**RÉSERVATION  
OU AMBIANCE**

Des logiciels  
bons à tout faire

**Tournée des bars insolites**

# La passion d'abord

*Jacques Viaux du restaurant La Chaumière  
à Cernay-la-ville (78)*

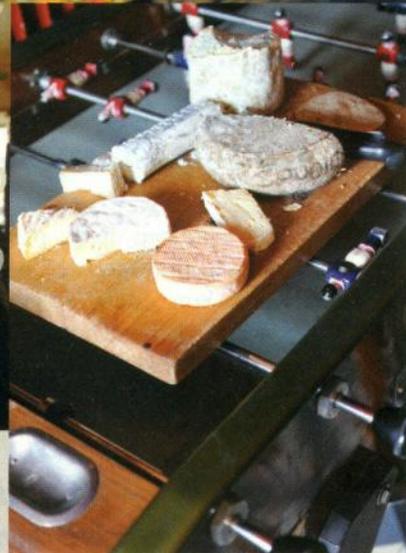
BISTROTS INSOLITES

# L'art de vivre ses passions



*Les lois anti-tabac et anti-alcool ont accéléré la fermeture de nombreux bars. Comment intéresser de nouveaux clients à ce loisir sociable? Quelle nouvelle offre proposer, afin que les tenanciers puissent vivre de leur travail? La tournée des bistrots insolites révèle une*

*ébullition d'idées et d'expériences à adapter, mais surtout les passions des patrons.*



Textes: Pierrick Bourgault et Stéphanie Lassale.  
Photos: Pierrick Bourgault et Pauline de Courrèges.

« Quel avenir pour le café-tabac du village et le bistrot du coin? »

Le colloque\*, organisé au Sénat le 15 janvier dernier, répondit à cette question par une avalanche de suggestions: animations l'après-midi pour seniors, lieu de rencontre avec des travailleurs sociaux itinérants, relais pos-

tal, point de livraison, vente de billets SNCF, de cartes de paiement et divers services bancaires... « *Bientôt, pour devenir bistrotier, il faudra faire polytechnique!* » ironisait Jean-Yves Pineau, du collectif Ville Campagne. Dans un contexte de démission des services publics, en particulier en milieu rural, certains n'hésitent pas à déléguer leur mission à un établissement dont les horaires

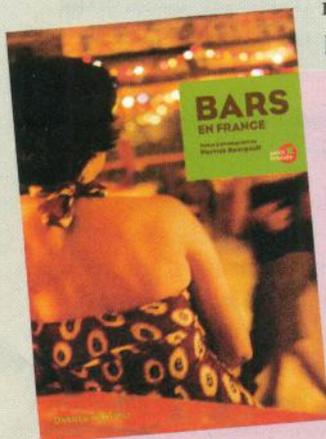
d'ouverture sont plus étendus. À l'époque de la grippe A, un humoriste avait même annoncé que les buralistes seraient mobilisés pour vacciner contre le virus H1N1!

Or le métier demande déjà de vastes compétences et de nombreuses heures de travail. Vendre boissons, jeux, tabac, cuisiner et servir, gérer l'entreprise, œuvrer à l'occasion en tant que coach ou psychologue

de comptoir ne laissent pas le tenancier inactif. Doit-il ajouter à la liste de ses tâches l'organisation de concerts, d'expositions de peinture ou de photographies...?

Café-brocante, pub à musique, bistrot de pays, bar à vins et fromages ou café associatif, la tournée des bars « insolites » révèle dans son apparent foisonnement plusieurs points communs. L'aspect « insolite » n'est pas une charge supplémentaire, un décor fabriqué pour meubler des murs vides, mais une authentique passion que le patron épanouit dans son espace et auquel ses clients peuvent participer. Le plaisir est partagé et les clients adorent présenter leur trouvaille à leurs amis. En effet, le charme d'un bistrot et le plaisir d'y consommer sont souvent liés à la personnalité du lieu et de son patron, à leur caractère unique.

\* Le compte-rendu complet du colloque est téléchargeable sur [www.aromates.net](http://www.aromates.net)



## BARS EN FRANCE - 50 PETITS MONDES À EXPLORER

Écrit et photographié sur les routes de France, ce carnet de 50 bars insolites est un voyage à travers des univers intimes, simplement en poussant une porte. Il raconte la lumière d'un instant, l'itinéraire d'une vie. Claude enseigne le tango argentin dans sa guinguette aux bords du Loir; la Mère Lapipe scotche des briquets par centaines sur son comptoir et punaise les posters de Johnny jusqu'au plafond, en rêvant à sa visite; Francis sert le vin de sa vigne et narre ses dernières vendanges. Ces bars ne vendent pas seulement des boissons, ils accueillent aussi des livres migrants, des paniers à légumes associatifs, des expositions, concerts, récitals de slam, massages, pièces de théâtre...

Ce livre est aussi un guide pratique pour rencontrer ces fortes personnalités dans leur petit monde et pour en découvrir d'autres. **Bars en France, Pierrick Bourgault, Dakota éditions, 96 pages, 13,90€.**

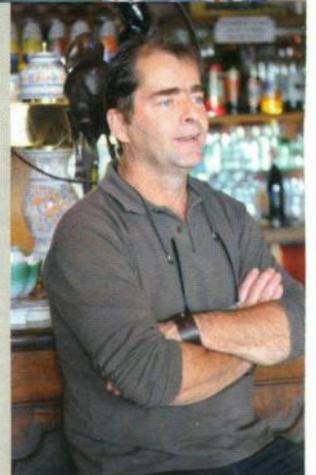
# Le charme de la brocante au Relais d'Horbé

« **L**a brocante, c'est une image, un appel d'offres. Les gens peuvent entrer dans mon établissement et le visiter sans se sentir obligés de consommer. » Martin Barry a repris le Relais d'Horbé en 1998. Il y a installé tant d'objets à observer, des tableaux de petits maîtres à la collection de percolateurs, que l'on s'assied volontiers au coin du bar ou à l'ombre de sa terrasse. « La brocante n'a jamais mieux marché que le bar-restaurant, mais il y a eu de bonnes années et de moins bonnes. » Cette activité offre au bistrot une décoration évolutive, « l'occasion de vivre avec de beaux objets », éventuellement de les vendre. Homme-orchestre,

Martin Barry assure aux fourneaux et en salle et il propose même trois vastes chambres décorées dans un esprit brocante (marocaine, marine ou régionale; 55€ pour un couple, petit-déjeuner à partir de 5€).

« On ne passe pas à La Perrière, on y vient », résume-t-il. Situé entre Alençon, Mortagne-au-Perche et Bellême, ce village touristique et chic, peuplé de nombreux Parisiens, reçoit une affluence variable. Quelques visiteurs individuels et repas ouvriers en semaine, 200 à 2000 personnes le week-end et plusieurs dizaines de milliers lors des fêtes locales et du marché de l'art. Mieux vaut réserver. Martin Barry a su créer

une organisation à géométrie variable, à laquelle participe sa passion pour l'art et les objets anciens.



## CARTE D'IDENTITÉ

**Nom:** Le Relais d'Horbé – Chez Martin  
**Origine du nom:** mademoiselle d'Horbé a fait construire ce bâtiment au XVI<sup>e</sup> siècle  
**Adresse:** 61360 La Perrière  
**Téléphone:** 02 33 25 95 44  
**Site:** www.relaisdhorbe.com  
**Wifi:** oui  
**Mail:** horbe98@wanadoo.fr  
**Activité:** restaurant, bar, hôtel, brocante (dans l'ordre)  
**Propriétaire du fonds et des murs:** Martin Barry  
**Gérant:** Martin Barry  
**Forme juridique:** société en nom propre  
**Date de création:** 14 juillet 1998  
**Nombre de salariés:** il travaille seul.

## LE LIEU

**Surface totale:** 800 m<sup>2</sup> (grenier compris) dont cuisine: 25 m<sup>2</sup> + laboratoire et chambre froide, et salle: 90 m<sup>2</sup>  
**Terrasse:** 100 m<sup>2</sup> plein sud avec pergola  
**Comptoir:** oui  
**Nombre de places assises:** 110 en salle, 54 en terrasse  
**Jours & heures d'ouverture:** fermé le mercredi, sauf pour les groupes.  
**Situation géographique:** au cœur du parc naturel régional du Perche  
**Déco:** objets à vendre. Petit musée du percolateur.

## CLIENTS & PRODUITS

**Type de clientèle:** « Locale, régionale, internationale, du bébé de 5 jours au visiteur de 104 ans. Parfois, j'ai 95 % d'Anglais. C'est aléatoire! »  
**Heures de pointe:** week-end, jours de fête  
**Vente à emporter:** oui, grand buffet  
**Type de restauration:** cuisine de terroir créative, produits frais et locaux. Gigot à la paille, saumon à l'orange, canard aux poires ou aux pêches, tête de veau sauce gribiche, lotte au raisin, lapin au cidre ou aux pommes, confit de canard, petit cochon de lait rôti dans le four à pain du village, grillades dans la cheminée...  
**Boisson la plus vendue:** bière, gamay du domaine (homonyme) de la Perrière, sirops Frigolet, kir percheron (cidre et cassis)  
**Plat le plus vendu:** gigot à la paille  
**Nombre couverts/jour:** de 15 (semaine) à 50 (week-end).

## FOURNISSEURS & PRIX

**Fournisseurs:** Promocash et locaux.  
**Tirage pression & nombre de becs:** un bec Amstel, bien entretenu: « Je préfère une bonne bière plutôt que deux mauvaises. »  
**Prix du café:** 1€  
**Débit café:** 6 kg en 3 semaines  
**Prix du demi:** 2,10€

**Débit bière:** 1 fût par semaine.

**Prix plat du jour / formule:** 8€ / 10€

**Soir ou week-end:** entrée, plat, fromage, dessert à 18€ (ou 20€ si grillades dans la cheminée)

**Ticket moyen:** 13 à 24€.

## ATOUTS & HANDICAPS

Bistro-brocante dans un village magnifique.  
 L'accueil des enfants: « Je m'occupe d'eux avant les adultes. Il y a du papier, des crayons, des petits vélos sur la terrasse. »  
**Matériel informatique:** PC + Internet à disposition des clients  
**Marketing/pub:** Guide du routard, Géoguide, Petit futé, Cafés de Pays. Presse locale, suivant les animations organisées  
**Point faible:** difficulté de mettre aux normes un bâtiment du XVI<sup>e</sup> siècle, dans un site classé et un village protégé.

## PROJETS & OBJECTIFS

Réfection de la toiture.

# L'Homme vert rêve d'un bar concert

**À** Saint-Pierre-sur-Orthe, poste-frontière entre Mayenne et Sarthe, aucun café ne trouve reprenneur et les villages alignent les façades de leurs commerces abandonnés. Dans ce désert vert, même les supermarchés

hésitent à s'installer. La blague favorite des Pétriorthoïses : « Savez-vous pourquoi nos corbeaux volent sur le dos ? Pour ne pas voir la misère ! » C'est dans ce décor que Jenny Hayter décide d'installer son pub à musique et de cuisiner ses plats anglais. Plusieurs familles britanniques y apprécient déjà la qualité exceptionnelle du calme et l'immobilier bon marché.

« Fish & chips and live music » : la formule rêvée par Jenny n'est pas conçue pour séduire les banquiers, mais elle s'en moque car s'installer à Saint-Pierre-sur-Orthe ne constitue pas un lourd investissement. Autre *private*

*joke* : le nom du bar Green man évoque une figure mythique légendaire du Royaume-Uni qui symbolise le renouveau de la nature au printemps. Il se célèbre le 1<sup>er</sup> mai et Jenny organise sa fête traditionnelle à cette date. Seule concession, le nom du bar traduit en langue locale devient « l'Homme vert ».

Petit à petit, la Britannique et son accordéon deviennent une figure de la vie du canton. « Mardi c'est soirée musique, vendredi fish & chips. Les Mayennais s'y sont mis, je les ai initiés ! », se réjouit Jenny de son accent inimitable. Des musiciens viennent de loin pour jouer ensemble. « Et comme c'est de



la musique traditionnelle, pas de Sacem à payer ! » Le secret de Jenny : son authenticité, sa passion pour son accordéon qu'elle rejoint bien vite, entre les plats qu'elle cuisine. Elle et son mari ont créé un bar qui leur ressemble. Comme les clients, ils y prennent du plaisir et des cours de langue réciproques.



## CARTE D'IDENTITÉ

**Nom :** L'Homme vert  
**Origine du nom :** le Green man celtique et anglo-saxon  
**Adresse :** 23 b, rue Monseigneur Grandin 53160 Saint-Pierre-sur-Orthe  
**Téléphone :** 02 43 66 15 73  
**Site :** www.upstandinghommevert.com  
**Mail :** hommevert@gmail.com  
**Activité :** bar restaurant et gîte (à leur domicile)  
**Propriétaire du fonds et gérant :** Jenny Hayter  
**Forme juridique :** réel simplifié  
**Date de création :** 2 février 2008  
**Salariés :** non, elle travaille avec son mari.

## LE LIEU

**Surface totale :** 130 m<sup>2</sup> dont cuisine : 30 m<sup>2</sup> et salle : 100 m<sup>2</sup>  
**Terrasse :** le parking de la place  
**Comptoir :** oui  
**Nombre de places assises :** 35 à 50  
**Jours & heures d'ouverture :** de 11 h à 14 h 30 et à partir de 17 h. Fermé le lundi  
**Situation géographique :** pleine campagne  
**Déco :** expo de tableaux, jeu de fléchettes...

## CLIENTS & PRODUITS

**Type de clientèle :** locaux, Anglais, musiciens  
**Heures de pointe :** mardi et vendredi soir.

L'été, vendredi et samedi soir (soirées fish & chips)  
**Vente à emporter :** oui  
**Type de restauration :** anglaise  
**Boissons les plus vendues :** bière « anglaise » Norman Gold, bière irlandaise Kilkenny (importée), vin et Kronenbourg  
**Plats les plus vendus :** fish & chips, côte de porc, agneau  
**Nbre couverts/jour :** entre 4 et 20.

## FOURNISSEURS & PRIX

**Distributeur/entrepositaire :** TransGourmet, Metro Cash&Carry France, Maine Bretagne Distribution

**Autres fournisseurs :** artisans locaux (pour le pain), éleveurs d'agneau bio. La Norman Gold est produite artisanalement à Joué-du-Bois (Orne) par un Anglais.  
**Tirage pression & nombre de becs :** 4 becs pour la bière « anglaise », la française, l'irlandaise et l'eau.  
**Prix du café :** 1,50€  
**Débit café :** entre 10 et 30 par jour  
**Prix du demi :** 2,20€ la Kronenbourg, 2,30€ la Norman Gold, 2,50€ la Kilkenny  
**Débit bière :** entre 10 et 80 par jour  
**Prix de la formule :** plat, verre de vin ou de cidre, dessert à 8€ (midi) ou 10€ (soir)  
**Ticket moyen :** 10-12€.

## ATOUTS & HANDICAPS

**Points forts :** musique, nourriture, ambiance  
**Matériel informatique :** à la maison  
**Marketing/pub :** site web et soirées musicales annoncées sur www.angloinfo.com  
 Affiches et articles en presse locale selon les événements  
**Point faible :** « Les habitants du village sont âgés... »

## PROJETS & OBJECTIFS

« Poursuivre musique et bien-être, et c'est tout ! »



# Le Café de la Lavande cuisine les produits de son jardin

Comment maintenir un lieu de vie au village, lorsque le dernier commerce ferme boutique? À Lardiers, dans les Alpes-de-Haute-Provence, la municipalité a joué un rôle précurseur en achetant, dès 1995, les murs d'un bar pour les louer à un exploitant. Le « Café de la Lavande » est ainsi devenu le premier Bistrot de pays® d'un label qui en compte aujourd'hui plus de deux cents.

L'originalité de cet établissement tenu par Emmanuelle Burollet, statisticienne de formation, n'apparaît pas au premier coup d'œil.

La décoration associe tableaux et photos, « *les œuvres des copains, au gré de la vie. Ce n'est pas une expo.* » Dans l'assiette, alors? « *Je ne veux surtout pas du mot gastronomique, cela fait chichiteux. Je veux rester dans la simplicité.* » Emmanuelle cultive son jardin et cuisine ses propres légumes avec Jos aux fourneaux. Elle récolte ses olives et produit son huile AOC Haute-Provence. Elle cueille le thym, l'ail et les salades sauvages, les pissenlits, morilles, girolles, cèpes, oronges, mûres... Elle achète ses agneaux à un producteur local bio. Son miel de lavande vient



de L'Hospitalet, l'épeautre de Limans, les vins des coteaux de Pierrevert, certains légumes du marché de Forcalquier... Bien sûr, elle sait parler des produits mieux que quiconque. Et si l'originalité, c'était tout simplement un authentique retour aux origines?



## CARTE D'IDENTITÉ

**Nom:** Café de la Lavande

**Origine du nom:** le café s'appelait ainsi et Emmanuelle n'a pas voulu changer son nom, la lavande étant une culture locale.

**Adresse:** Place de la Fontaine  
04230 Lardiers

**Téléphone:** 04 92 73 31 52

**Site:** www.bistrotdepays.com

**Activité:** bar restaurant

**Propriétaire du fonds et gérante:**  
Emmanuelle Burollet

**Forme juridique:** entreprise en nom propre

**Date de création:** 14 juillet 1995

**Salariés:** en cuisine, Jos et deux autres employés en saison - en salle, Emmanuelle.

## LE LIEU

**Surface totale:** 105 m<sup>2</sup> dont cuisine: 20 m<sup>2</sup> et salle: 65 m<sup>2</sup>

**Terrasse:** 20 m<sup>2</sup> (4 à 5 tables dans la rue)

**Comptoir:** oui

**Nombre de places assises:** 25 en salle + 15 en terrasse.

**Jours & heures d'ouverture:** toute la semaine sauf lundi et mardi (en été, fermé seulement le lundi). Accueil du restaurant de 12 à 14 h et de 20 h à 21 h 30. Le bar reste ouvert toute la journée « *Sauf si je pars faire des courses ou une partie de pétanque!* »

**Situation géographique:** pays de

Forcalquier, au pied de la montagne de Lure, appréciée des randonneurs

**Déco:** tableaux, photos.

## CLIENTS & PRODUITS

**Type de clientèle:** locale (pays de Forcalquier), régionale (Aix, Marseille) et touristique (Belges, Anglais, Australiens...)

**Heures de pointe:** midi et soir, grands week-ends du printemps et du 14 juillet au 15 août. « *Pour la Pentecôte, on a refusé un monde fou. Il faut réserver...* »

**Vente à emporter:** oui

**Type de restauration:** cuisine familiale d'influence méditerranéenne (italienne, espagnole, arabe...)

**Boisson les plus vendues:** au bar, café et vin blanc (côtes du Ventoux). « *Beaucoup de gens sont passés du pastis au vin blanc, on les a influencés!* » Au restaurant, vins locaux, Coteaux de Pierrevert, côtes du Rhône (Sud)

**Plats les plus vendus:** brandade de morue, légumes farcis, agneau...

**Nombre couverts/jour:** 20 en moyenne, 40 l'été.

## FOURNISSEURS & PRIX

**Fournisseurs:** jardin personnel, diverses cueillettes, huile d'olive maison, petits producteurs du marché de Forcalquier, éleveur d'agneau local bio...

**Tirage pression & nombre de becs:** « Non

pas assez de débit et je n'aime pas vendre de la mauvaise qualité. »

**Prix du café:** 1 €

**Débit café:** 20 par jour

**Prix du demi:** 1,80 à 3 €

**Débit bière:** 4 à 5 par jour

**Prix plat du jour ou formule:** 25 €

**Ticket moyen:** 30 €

## ATOUTS & HANDICAPS

**Points forts:** qualité et fraîcheur, cuisine du jour

**Matériel informatique:** non

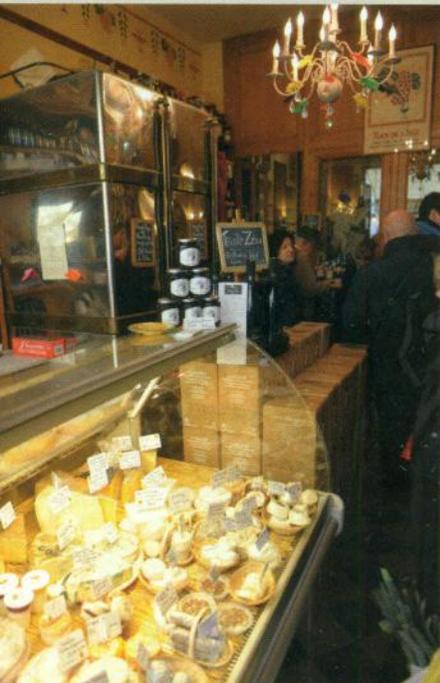
**Marketing/pub:** « *La vraie pub est dans l'assiette.* » Label Bistrot de pays® « *Ce concept intéresse les médias et fait venir du monde.* »

**Points faibles:** « *Petite terrasse sur la route, pas de cour. De plus, Lardiers est éloigné de tout, on n'y vient pas par hasard.* »

## PROJETS & OBJECTIFS

« *Continuer, garder le cap et l'enthousiasme qui dure depuis quinze ans.* »

# Le Caveau de la Tour de l'Isle Bar à fromages et à vins



**O**n évoque souvent les associations entre vins et fromages, mais peu d'établissements explorent à ce point le concept. Traversons la terrasse sur rue, puis la boutique de caviste-fromager remplie de bouteilles et de fromages appétissants, pour accéder à l'arrière-salle intimiste du bar à vins. Le petit comptoir 1900, les tableaux choisis avec goût évoquent une brasserie de Montparnasse à la Belle Époque, en version miniature. « *Le bar à vins occupe effectivement les deux tiers de ma surface commerciale, mais ne représente que 10 % de mon chiffre d'affaires, relativise Stéphane Fina. De même, la vente de fromages est spectacu-*

*laire et fleur bon les spécialités locales, mais compte pour 20 % seulement. C'est la vente de vins et d'alcools à emporter qui assure les 70 % restants.* » Sommelier passionné et exigeant, Stéphane Fina utilise son bar sur différents modes. Les clients y goûtent des vins au verre, des fromages à l'ardoise, du champagne (5€ la coupe) accompagné de minuscules « bouchons » de vache. Un excellent test avant d'acheter vins ou fromages. « *Le bar me sert aussi pour organiser des soirées dégustation. Je veux que les gens prennent le temps de goûter au vin, au fromage, que l'on discute. Pour ceux qui viennent simplement boire un coup, il y*



*a les brasseries !* » En dépit de cette approche sélective, voire expéditive, le Caveau de la Tour de l'Isle fait salle et terrasse combles. Des accords vins et fromages étudiés, une décoration et un patron de caractère séduisent touristes et Provençaux.

## CARTE D'IDENTITÉ

**Nom :** Caveau de la Tour de l'Isle  
**Origine du nom :** autrefois situé près d'un monument local nommé « Tour d'argent », le « Caveau de la Tour d'argent » a dû modifier son nom, en 1991, sous la pression du confrère et homonyme parisien  
**Adresse :** 12, rue de la République 84800 L'Isle sur la Sorgue  
**Téléphone :** 04 90 20 70 25  
**Site :** www.caveaudelatourdelisle.fr  
**Mail :** info@caveaudelatourdelisle.fr  
**Activité :** marchand de vins, alcools et fromages, bar à vins (dans l'ordre).  
**Propriétaire du fonds et gérants :** Stéphane et Janique Fina  
**Forme juridique :** EURL  
**Date de création :** 1982. En 2006, Stéphane et Janique Fina le reprennent en ajoutant l'activité « fromages ».  
**Salariés :** non.

## LE LIEU

**Surface totale :** 100 m<sup>2</sup>. Pas de cuisine: « *On travaille les fromages en tapas sur des ardoises.* »  
**Comptoir :** oui, minuscule  
**Nombre de places assises :** 25-30 à l'intérieur et une dizaine en terrasse  
**Jours & heures d'ouverture :** fermé lundi et mercredi. D'avril à septembre: fermé uniquement le lundi. Juillet-août: ouvert tous les jours. Horaires: 9 h à 12 h 30 - 15 h 30 à 20 h.  
**Situation géographique :** centre-ville réputé pour ses antiquaires  
**Déco :** style 1900.

## CLIENTS & PRODUITS

**Type de clientèle :** 80 % local et 20 % de touristes.  
**Heures de pointe :** de 11 à 13 h et de 18 à 20 h.  
**Vente à emporter :** oui  
**Type de restauration :** 15 assortiments d'assiettes de fromages vendues sur ardoise, de 8 à 14€  
**Boisson la plus vendue :** vin  
**Plat le plus vendu :** assiette de fromages  
**Nombre couverts/jour :** de 20 à 60 assiettes (le dimanche midi).

## FOURNISSEURS & PRIX

**Distributeur/entrepôt :** deux fromagers affineurs: Josiane Déal, meilleur ouvrier de France à Vaison-la-

Romaine, et Olivier Nivresse qui tient aussi un bar à vins et fromages à Clermont-Ferrand  
**Autres fournisseurs :** 80 vignerons sélectionnés.  
**Tirage pression & nombre de becs :** aucun, seulement une bière bio de Nyons (Drôme) en bouteille à emporter  
**Café :** non  
**Demi :** non  
**Prix plat du jour ou formule :** 8 à 14€  
**Ticket moyen :** 14 à 15€ (assiette et 2 verres de vin).

## ATOUTS & HANDICAPS

**Points forts :** cadre 1900 raffiné, ambiance conviviale de connaisseurs, associations vins et fromages élaborées.  
**Matériel informatique :** PC personnel  
**Marketing/pub :** site internet. Mailing pour les dégustations à un fichier de 200 clients.  
**Point faible :** les difficultés de stationnement dans le centre-ville pour que les clients emportent les cartons de vin. « *C'est une rue ouverte à la circulation et je souhaite qu'elle le reste.* »

## PROJETS & OBJECTIFS

« *Développer encore la qualité. Depuis cinq ans, je travaille seul. Aujourd'hui, mon épouse nous rejoint. On y consacrerait encore davantage de temps. Nous souhaitons être au top des nouveautés en vins, fromages et petits produits.* »

