

**RESTOLEIL, le succès d'une équipe.**

Recette



**Foie gras frais poêlé**

Foie gras cru 300 gr  
Semoule 400 gr  
Raisins Smyres (blancs) 100 gr  
Fecule de pomme de terre 100 gr  
Beurre 50 gr  
Vinaigre balsamique 2 c. à s.  
Demie glace de veau 3 c. à s.  
Sel poivre

@ Retrouvez la réalisation pas à pas de cette recette sur le site chr-link.com dans la rubrique Cuisine de chefs.

Une recette du Chef "Eric Pansu"  
Restaurant Le Sud (Lyon 2°)

Cocktail



**Amarcord**

Doux-amer comme la vie..

Sirop de grenadine (Teisseire)  
1 centilitre  
Nectar d'orange (Joker)  
3 centilitre  
Armagnac (Montesquiou 40°)  
1 centilitre  
Amaretto 3 centilitre  
Champagne Brut (Saint-André Castellane) 6 centilitre

Verser 1cl de sirop de grenadine, 3 cl de nectar d'orange, 1 cl d'Armagnac, 3cl d'Amaretto dans le shaker.  
Servir dans le verre sur 2 glaçons, compléter avec 6 cl de champagne, remuer délicatement.  
Décorer avec melon, kiwi et fraise.

Un cocktail de Joseph Trotta  
Barman au "Bistrot de Paris"  
(St Etienne)(ABF)

Michel Porcel a créé en 1995 Restoleil, un groupe prestataire de services en restauration commerciale. Depuis l'année de sa création, l'entreprise n'a cessé de se développer et rassemble aujourd'hui pas moins de **trente-quatre restaurants** à travers la France.

Brasseries, Bistrot traditionnels, Tex-Mex, pizzerias, restaurants d'hôtel ou de golf composent la marque Restoleil, présente sur quatre segments de marché de la restauration : la mer, la montagne, le centre ville et le golf. Depuis le début de l'aventure, **Restoleil connaît un extraordinaire développement** : en 1995, le groupe comptait sept restaurants contre trente-quatre aujourd'hui et le nombre des personnes salariées est passé de quarante à trois cents en haute saison !



La situation financière suit naturellement la tendance : la société de Michel Porcel totalise un chiffre d'affaire de 16 millions d'Euro en 2001 (104 Millions de Francs) contre 300 000 (2 millions de Francs) en 1995. **Le succès de Restoleil est dû en partie à la diversité des établissements**

**qu'il regroupe, aux hommes et à une communication adaptée.** Michel Porcel est un autodidacte, et avant tout un homme de terrain constamment à l'écoute des besoins

de ses équipes. Il privilégie les relations humaines pour preuve, il organise deux fois par an des séminaires dans des destinations de rêves (Londres, Chicago, Djerba...). La fonction de centralisation d'achat de Restoleil est aussi un atout majeur pour les managers qui ont, par conséquent, beaucoup plus de temps à consacrer à leurs clients.



A cela il faut ajouter une communication moderne à l'égard de la clientèle adaptée à son temps. Internet en est un exemple puisque Restoleil a mis en place son premier site **Internet** en 1998. Il s'agit d'un **outil relationnel moderne** permettant d'entrer en contact et de dialoguer avec les clients, tour-operators, futurs salariés, institutionnels... et ce à tout moment. C'est la raison pour laquelle la 2ème version du site internet vient de voir le jour grâce à chr-link afin de mieux correspondre à l'évolution du groupe.



La **fidélisation** est un autre moyen de communication qui permet à la fois de **valoriser**, de **récompenser** les clients fidèles et d'augmenter le chiffre d'affaires. Un système de cartes de fidélité a été mis en place par chr-link dans les Brasseries de Maître Kanter de Restoleil. Il s'agit d'une communication opérationnelle de proximité qui implique les équipes, permet d'établir et d'entretenir une relation privilégiée avec les clients et contribue ainsi au succès de Restoleil. Succès qui se poursuivra certainement en 2002 grâce à ses équipes et à ses nouveaux projets.