



LE MAG' *Life*  
Styles

#3 FÉVRIER 2017



# LA CUISINE

QUAND LES RECETTES S'EMMÊLENT

# HYBRIDE



Le **BURGER RAMEN**, dont le pain est constitué de nouilles chinoises.

La cuisine hybride est l'occasion d'oser mélanger textures et saveurs les plus incongrues. Née à New York, cette tendance se retrouve dans nos plats sucrés comme salés.



Le **PBL**, Petit Burger à la coquille St-Jacques.

Le principe est simple : choisir 2 recettes bien distinctes, et les mélanger pour en faire une nouvelle, plus étonnante, audacieuse, et parfois complètement improbable. Un formidable terrain de jeu pour les chefs désireux de détourner les classiques !



Le **Burger Nacho**, burger à la mexicaine.



Une préparation entre le **CUPCAKE** et la **PIZZA**.



Le **W**, mix entre un donut et un croissant.



# LA CUISINE

QUAND LES RECETTES S'EMMÊLENT

# HYBRIDE

La seule limite à la cuisine hybride semble bien être l'imagination du cuisinier. Voilà de quoi donner des idées dans vos restaurants, non ?



Le **PAVLOSPLIT**, Pavlova et banana split mélangés.



Le **PINK BABA**, baba aux rhum... aux framboises.



Le **TIRACITRON**, tiramisu au citron.



Le **CHEESÉCLAIR**, l'éclair au cheesecake



Un panini à la **JOUE DE BŒUF CONFITE AU VIN ROUGE** chez **PRESSING PANINI**

Chez **SUSHI SHOP**, les **MAKIS** se déclinent au **FOIE GRAS**







# Afficher la satisfaction des clients

Exit le livre d'or poussiéreux,  
qu'on laisse dans un coin  
et que personne ne lit...  
Voici deux idées bien plus  
valorisantes pour mettre en  
scène les témoignages de  
vos clients satisfaits.



Des témoignages de clients enthousiastes affichés à l'entrée du **BOROUGH MARKET**



Un opticien affiche les photos de ses clients équipés de leurs nouvelles lunettes

## LA GALERIE DE PORTRAITS

(en haut)

Prenons par exemple  
l'opticien "**LES PETITES  
CANAILLES**", à Rennes.  
Une fois que ses jeunes  
clients ont choisi leurs  
nouvelles lunettes,  
l'opticien leur prête des  
accessoires amusants,  
et les prend en photo avec  
son appareil polaroid.  
Les portraits sont affichés  
sur l'un des murs de sa  
boutique, au vu et su des  
prochains clients.

## LES CITATIONS PLACARDÉES AU MUR

(à gauche)

Le **BOROUGH MARKET**,  
à Londres, a recueilli les  
témoignages élogieux  
de quelques-uns de ses  
clients, et les a imprimés  
sur d'immenses panneaux  
à l'entrée du marché.  
Leur enthousiasme est  
contagieux !



PERSONNALISATION 





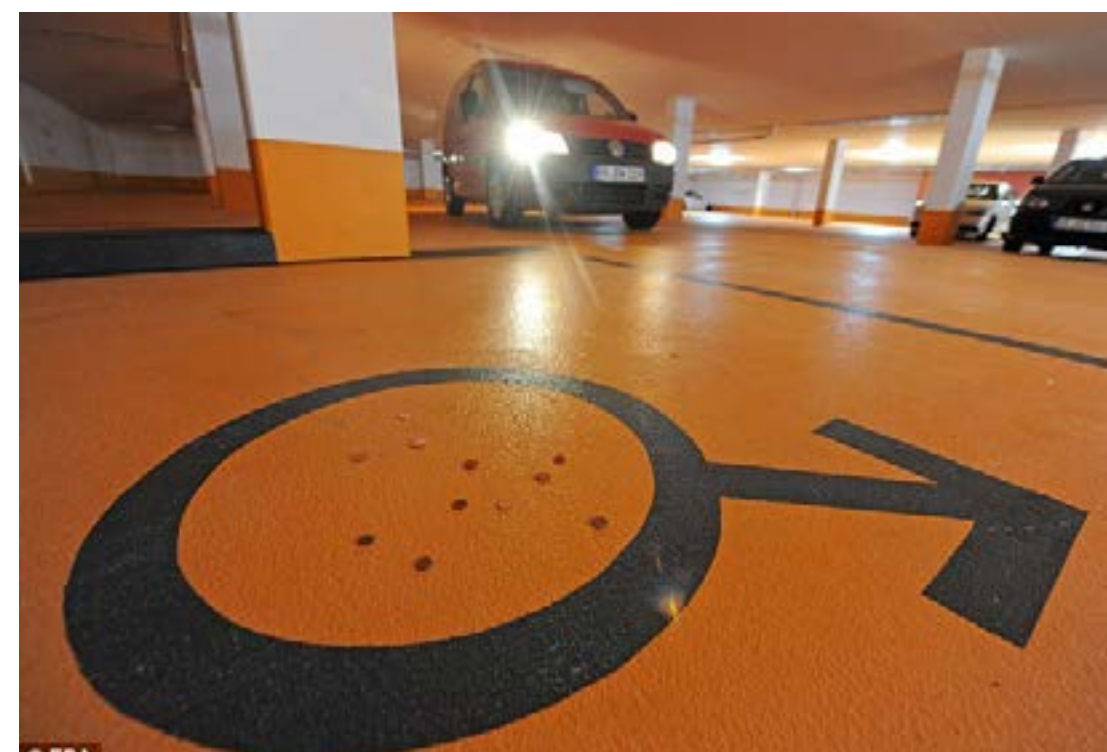
# PERSONNALISATION !

## Des offres différenciées pour les femmes

Au-delà du cliché “rose pour les filles, bleu pour les garçons”, la question de la personnalisation des offres en fonction du genre mérite d’être posée.

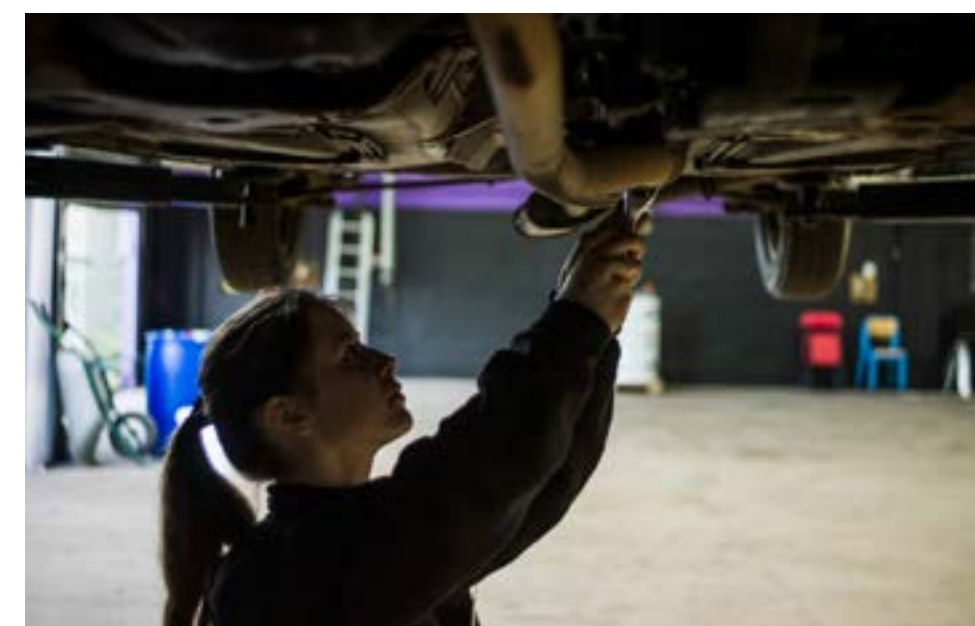


Un **PARKING ALLEMAND** réserve ses places les plus large à la clientèle féminine



La ville de **TRIBERG** en Allemagne, a beaucoup fait parler d’elle en 2012 en annonçant la création d’un parking où les emplacements les plus larges seraient réservés aux femmes, et les plus étroits aux hommes. Il s’agit en réalité d’une idée marketing, entre humour et provoc’, pour tirer parti d’un parking biscornu, et attirer les curieux.

Autre idée qui, cette fois, correspond à une demande véritable des femmes. A **SAINT OUEN**, le **GARAGE ONLY GIRLS AUTO** accueille une clientèle exclusivement féminine : 2 mécaniciennes sont à disposition des clientes, ainsi qu’un espace manucure / esthéticienne, et un espace de jeu pour les enfants.



Dans la même veine, les “**DUCHESS ROOMS**” des **HÔTELS DUKES** à Londres, ont été spécialement conçues pour les femmes voyageant seules. Et les propriétaires ont pensé à tout ! Elles sont décorées dans des tons pastel et agrémentées de bouquets, magazines féminins, sèche-cheveux, salade de fruit fraîche à l’arrivée, taille de chaussons adaptée...



Un garage **100% FÉMININ**, avec un **ESPACE DE RELAXATION**



Des chambres d’hôtel **CONÇUES POUR LES FEMMES** voyageant seules

**A vous d’imaginer des offres personnalisées à destination des différents profils de clients accueillis dans vos hôtels !**





PERSONNALISATION 



# PERSONNALISATION !

## Accueillir les personnes âgées

Ou comment se mettre à l'heure du "Papy-boom" !

Le SILVER MARKETING est en vogue !

Les personnes âgées sont une cible aux besoins spécifiques, auxquels les hôtels doivent apprendre à s'adapter : une vue faible, une mobilité réduite, un régime alimentaire spécial, ... De nombreux facteurs sont à prendre en compte pour concevoir une offre personnalisée pour ce type de clientèle.

C'est l'ambition qu'a nourri le **SUPERMARCHÉ KAYSER, À BERLIN**, en pour le troisième âge : des rayonnages plus spacieux, des étagères munies de boutons de demandes d'aide, et des revêtements antidérapants sur les sols.

L'établissement s'est aussi doté de nombreux équipements spécialement pensés pour les seniors, comme des caddies plus légers et faciles à manier, ou des lunettes qui permettent d'agrandir les prix et informations sur les produits.

Le magasin propose en outre plusieurs services additionnels : des nutritionnistes aux rayons poissons, viandes et laitages, l'appel gratuit d'un taxi, un coin détente et relaxation, ...

**Et vous, que faites-vous pour soigner les seniors dans vos hôtels ?**



Des allées élargies et des boutons pour **APPELER À L'AIDE**



Des **CADDIES PLUS MANIABLES ET DES LOUPES** mis à disposition



# MENU DE RESTAURANT : UN PEU DE FANTASIE !

POUR SORTIR DE LA MOROSITÉ DU CLASSIQUE  
ENTRÉE-PLAT-DESSERT, CERTAINS RESTAURATEURS  
ONT FAIT PREUVE D'IMAGINATION...  
VOICI QUELQUES EXEMPLES DE MENUS DÉCALÉS .



## LE PLUS DRÔLE

Front Street Deli, aux États-Unis,  
a eu une idée simple et amusante :  
détourner les paroles habituelles des enfants  
au restaurant pour créer des noms de menu.

Résultat, les plus jeunes peuvent choisir entre

un "Je sais pas",

un "Je m'en fiche",

un "J'ai pas faim"

ou encore un

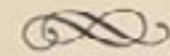
"Je veux pas ça".

I Don't Know .....	\$3.50
Ball Park - Americas Favorite Hot Dog with French Fries	
I Don't Care .....	\$4.00
2 (2oz) breaded chicken tenders with French Fries	
I'm Not Hungry .....	\$3.50
Grilled cheese with French Fries	
I Don't Want That .....	\$3.50
Fish Stix with French Fries	

Un menu enfant plein d'humour chez Front Street Deli



## LE PLUS MYSTÉRIEUX



Chez Maguez, le menu ne propose pas des plats mais des adjectifs, correspondant à des sensations désirées en bouche.

Les clients sont donc invités à choisir deux adjectifs parmi les quatre proposés, qui changent tous les mois : affectueux, délicat, fougueux ou cynique ? Douillet, rebelle, enjoué ou malicieux ?

**MENU**

\*  
AFFECTUEUX  
OU  
CYNIQUE  
&  
DÉLICAT  
OU  
FOUGUEUX  
\*

Menu sensations  
39€

Menu sensations avec accord mets et boissons  
58€

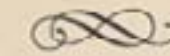
Entrée seule 12€  
Plat seul 24€  
Dessert seul 10€

Assiette de fromages +11€

Prix nets et service compris

Au restaurant Maguez, on ne choisit pas des plats mais des adjectifs

## LE PLUS POÉTIQUE



Le menu du restaurant Joia, à Milan, ne manque pas d'originalité. Les premières et dernières pages sont en effet des poèmes, dont l'un a été écrit par Pietro Leeman lui-même, le chef gastronomique du restaurant ! En guise de mets, des concepts tels que "Anachronisme", "Le nombril du monde" ou encore "Rêve Suisse" sont à la carte.

*I Nostri Menu per l'Estate*

La scelta delle degustazioni è ideale per esplorare i segreti della mia cucina. Lo "Zenith" ne è l'essenza, è pensato in piccole porzioni, riassunto di tutte le creazioni della stagione. "L'enfasi della natura" e "La scoperta", anche loro molto soddisfacenti, sono composti da una serie di piatti dalla dimensione calibrata a seconda del loro numero di portate. Buona lettura!

*La Scoperta*

Nella tradizione del Joia una sequenza leggera ma soddisfacente di sapori vicini alla natura.  
85,00

**Solaris**  
**Sorella luna**  
**Paesaggio interiore**  
**Be vegetarian, be happy!**  
**Il dolce che preferite**

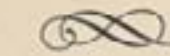
*L'Enfasi della Natura*

Un grande menu vegetariano di otto portate stuzzicanti, divertenti e stimolanti. Ogni piatto è una composizione delle idee che più rappresentano la stagione.  
95,00

**Di non solo pane vive l'uomo**  
**Una porta per il paradiso**  
**Sincronicità**  
**Sogno di una notte di mezza estate**  
**Un indovino mi disse**  
**Assaggio di tre formaggi dal nostro carrello**  
**Estate italiana**  
**Il dolce che preferite**

Des noms de plats qui invitent au rêve et à la réflexion au restaurant Joia

## LE PLUS GOURMET



Le menu du restaurant Il Vino ne comprend aucun plat, mais plus de 1500 références de bouteilles du monde. Conseillé par un sommelier, le client choisit un vin et découvre ensuite le menu composé pour l'accompagner au mieux.

**À LA CARTE**

FRANCE Nuits saint Georges - 1 <sup>er</sup> Cru Aux Thuilleries - C. Duband 2005	12	14
ALLEMAGNE Riesling - Gimmerten - A. Christmann 2007	18	12
FRANCE Pinot Noir - Grand Cru Négocié - A. Meun 2007	30	11
ITALIE Langhe - Favorita - G. Polverini 2008	18	13
FRANCE Cordoba - Chery - A. Perrot 2008	14	11
FRANCE Mourvèdre - Les Luchiers - Reuzy 2004	18	17
ITALIE Barbera d'Asti - Massolino 2006	18	14
FRANCE Marjau - Alter Ego du Château Palmer 2004	18	16
PORTUGAL Beira - Quinta Formosa - L. Pires 2006	17	13
FRANCE Pinot Noir - Domaine des Bénédictins	12	10
GREECE Néctor de Samos 2002	20	14

**GRAND CRU = du jour**  
25 euros

Echazaux - Grand Cru - F. Feuillet 2003  
1 verre + 1 plat

**Dégustation A L'AVEUGLÉ**  
120 euros

3 vins à déguster  
2 amuse-bouches

**Dégustation LES TERRORS DU MONDE**  
105 euros

**AUTRICHE**  
Grüner Veltliner - Schloss Gobelsburg 2008  
1 verre

**FRANCE**  
Saint-Estèphe - Crochet - Souméas 2008  
1 verre

**AFRIQUE DU SUD**  
Pinotage - Deken Triomphe - Stellenbosch 2006  
1 verre

**UKRAINE**  
Riesling de Massandra 2006  
1 verre

**Et aussi...**  
Entrée + plat  
Plat + dessert

- Bayer Marigolera - Methode Traditionnelle rosé 12
- Juice de Fruit de saison 5
- Cake M. Indiviso avec safran, thé à l'indiviso 5

**Chez Il Vino,**  
"Toutes nos dégustations de vin au verre sont accompagnées d'un plat"

A VOS PLUMES POUR DONNER  
À VOS PROPRES MENUS  
UN TOUR PLUS ORIGINAL !







UN BAR PROPOSE À SES CLIENTS DE S'IMPROVISER, LE TEMPS D'UN MATCH DE RUGBY, LE NOUVEAU PIERRE SALVIAC OU AUTRE CHRISTIAN JEANPIERRE.



N'importe quel client peut s'installer dans la cabine pour partager ses commentaires



Le bar Au Fût et à Mesure, à Toulouse, nouveau QG des passionnés de rugby

C'est cette idée folle qu'a eue **AU FÛT ET À MESURE, À TOULOUSE**, pendant la Coupe du monde de Rugby. Réunis dans une cabine de commentateurs en face de l'écran, deux ou trois spécialistes en herbe pouvaient ainsi commenter le match, entourés par les clients jouant le rôle d'invités spéciaux.

Dispositif initialement prévu pour les trois premiers matchs, c'est victime de sa réussite qu'il a été reconduit toute la durée de la Coupe du monde.

**Pourquoi ne pas décliner cette initiative sur toutes sortes d'événements sportifs ou culturels, pour animer les soirées dans vos hôtels ?**





*Joia*  
ALTA CUCINA NATURALE

*Humour  
et créativité  
jusque dans  
le choix de  
la vaisselle.*



Des assiettes semblables à des végétaux



On retombe en enfance avec les assiettes à dessert



Le **RESTAURANT JOIA, À MILAN**, sert une cuisine végétarienne sophistiquée, et mise en valeur par un choix de vaisselle habile et détonant.

**Devant de telles assiettes, difficile de ne pas avoir les yeux plus gros que le ventre...**



Et même dans de la vaisselle toute simple, la créativité du chef fait mouche



Joia n'hésite pas à utiliser les matériaux et objets les plus saugrenus en guise de présentoir





# Informé de manière ludique sur la NUTRITION



Au restaurant, on n'a pas forcément envie de recevoir un cours sur la diététique ! Étudions 2 établissements qui ont trouvé des façons amusantes de vanter l'équilibre nutritionnel de leur cuisine.



Sur les tables, une roue sur les vertus de chaque ingrédient

A CASABLANCA, la chaîne de fast-food "AL TAZAJ BBQ CHICKEN" met quant à elle en valeur les bienfaits de son ingrédient-phare, le poulet. Un mur entier de l'établissement sert à expliquer le cycle de production, et comment sont utilisées les différents morceaux du poulet.



Les bienfaits du poulet rappelés sur chaque table

La cuisine healthy est tendance, profitez-en !

CHEZ GOKELA, À CARTHAGÈNE, Les tables sont ornées d'une roue qui présente les bienfaits de différents aliments sur la santé, ou bien les aliments à consommer lorsqu'on est atteint de telle ou telle maladie.

Tous les moyens alimentaires de lutter contre le diabète, le cancer, etc







Les photos présentées pêle-mêle...

Tout est parti d'un concours organisé sur Facebook : les internautes étaient invités à partager leurs clichés autour du thème "Humain, Urbain à Bruxelles".

Parmi les 400 photos récoltées, certaines ont été sélectionnées pour être encadrées et affichées dans les parties communes, d'autres imprimées sur des bâches industrielles et montées sur les têtes de lit.

**Voilà une manière conviviale d'inscrire l'hôtel dans son territoire !**



... Encadrées et accrochées au mur.

.... Ou encore montées en tête de lit.



# UN CONCOURS DE PHOTOS POUR DÉCORER UN HÔTEL

**ZOOM**  
HOTEL

Les Bruxellois ont du talent !  
C'est bien l'avis du Zoom Hôtel,  
entièrement décoré par des photos  
prises par les habitants de la ville.



PASSEZ AU

VERT



La Tendance de  
la Végétalisation

Marre de la grisaille et du béton ?  
Laissez la nature reprendre ses droits  
dans votre décoration !



Un mur végétal à l'Hôtel Pershing Hall, Paris



Marc Jacobs NY



Havaianas Paris



Paris



Karine Arabian Paris



Londres



Paris



Des arbres pour dissimuler des travaux,  
par la banque Delen, Bruxelles

La végétation peut être utilisée pour :

- Attirer l'œil des passants sur une devanture
- Égayer des parties communes (couloir, sanitaires, etc.)
- Ou encore dissimuler des éléments disgracieux (travaux, ...)

Sans compter les bienfaits de certaines  
plantes vertes en intérieur : anti-stress,  
dépolluantes, absorbant la chaleur et le bruit,  
...

Murs végétaux,  
terrariums,  
plantes grimpantes ou  
simples fleurs en pot...  
Tous les moyens  
sont bons pour redonner  
vie à vos espaces !



# Les nouvelles technologies et le sommeil



Quoi de plus important que le sommeil de vos clients ?  
Voici quelques outils connectés pour les aider...  
mieux dormir... et à bien se réveiller.



Plus aucun risque de se cogner le pied sur un meuble dans le noir avec cette table de nuit qui s'éclaire automatiquement lorsqu'elle détecte un mouvement au sol.



Le **SIMULATEUR D'AUBE** pour un réveil naturel, tout en douceur.



A placer sous l'oreiller, le détecteur **SENSE** analyse tout ce qui nous a gêné pendant la nuit (lumière, son température,...).



Le **BARISIEUR** vous réveille avec un café tout chaud et fraîchement torréfié.



De plus en plus d'applications permettent d'explorer la qualité de son sommeil : temps nécessaire pour s'endormir, durée des cycles de sommeil profond, rythme cardiaque, ....



Pour le  
prochain numéro,  
nous avons  
besoin de VOUS !

Faites-nous parvenir  
vos TROUVAILLES  
en nous écrivant à

[MAGLIFE.STYLES@accor.com](mailto:MAGLIFE.STYLES@accor.com) !







LE MAG' *Life*  
Styles

#3 FÉVRIER 2017