



A l'Alma, la bande-son est exclusivement sud-américaine.



Chez Ladurée, un DJ passe de la musique qui s'adapte en fonction de la clientèle.

LA MUSIQUE EST SERVIE

Longtemps, les morceaux qui passaient au bistrot servaient juste à meubler le fond sonore.

Avec l'avènement des services en streaming et des restaurants à concept, la composition de la playlist est devenue un choix stratégique

PAR **EDOUARD AMOIEL** PHOTOS **FRED MERZ** LUNDI13

LA MUSIQUE AU RESTAURANT? Sujet hautement sensible. Que ce soit en fond sonore lors d'un déjeuner ou amplifiée de manière insupportable en soirée, cette pratique qui, autrefois, relevait de «l'exceptionnel» est aujourd'hui devenue la norme. Sauf qu'en salle, le choix musical c'est tout un art.

Qui n'a pas eu le plaisir de décrocher son attention de son assiette en entendant une mélodie qui réveillait d'anciens souvenirs? A l'inverse, qui n'a jamais vécu la belle agape ruinée par une bande-son à côté de la plaque.

Cela fait belle lurette qu'au restaurant les tables de mixage et les applications sur smartphones ont remplacé les orchestres d'antan. Spotify, SoundCloud, Deezer permettent désormais de créer sa propre liste de lecture en harmonie avec chaque moment de la journée. «Il y a une dynamique d'évolution: toute une génération a grandi avec de la musique enregistrée», explique Loïc Riom, assistant au département de sociologie à l'Université de Genève. La musique est devenue un élément central dans le processus d'identification. En d'autres termes, la personne va se définir par la musique qu'elle écoute. C'est exactement la même chose pour un restaurant.»

Trip musical

Les restaurateurs ont d'ailleurs assez vite compris tout l'intérêt de développer une vraie stratégie musicale en salle. Dans les années 90, Le Café del Mar, le Buddah Bar ou encore l'Hôtel Costes révolutionnaient la restauration grâce à des bandes-son branchées qui se vendaient même en CD. En imitant les bars d'apéritifs et les discothèques, ils trouvaient le moyen imparable pour retenir et faire revenir

«NOUS SOUHAITONS FAIRE VOYAGER NOS CLIENTS À TRAVERS LA DÉCORATION, ET LA GASTRONOMIE. LA BANDE-SON DOIT REFLÉTER CET ÉTAT D'ESPRIT»

Gregory Flores

les consommateurs. Plus récemment, le Sublimotion à Ibiza a décidé d'associer les saveurs aux sons et aux effets visuels, histoire de procurer une expérience multisensorielle à ses clients. Manière de dire que pour un restaurant aujourd'hui, la bonne musique contribue désormais grandement à sa réussite.

A Genève, l'établissement péruvien Alma a ouvert ses portes dans le courant de l'année 2016 avec un concept sud-américain. Pour le directeur des lieux, Gregory Flores, «la musique fait partie intégrante de notre projet. Nous souhaitons faire voyager nos clients à travers la décoration, et la gastronomie. La bande-son doit refléter cet état

PUBLICITÉ

espaces
CONTEMPORAINS

ESPACE CONTEMPORAIN CH
JUIN 2017

Habitat, des idées inédites pour nomades modernes et passionnés de la nature

Fenêtres et vitrages, des solutions pour faire toute la place à la lumière

Outdoor: mobilier, matériaux et tendances pour un été très déco à vivre dehors

Entre sol et eau, balade sur la Côte d'Azur sur la trace des maîtres de l'architecture

Le magazine suisse romand de la maison, de l'architecture et du design.

www.espacescontemporains.ch   

d'esprit.» A l'Alma, les DJs ont cédé la place à des playlists rigoureusement composées par l'un des propriétaires du restaurant d'origine péruvienne. «Salsa, merengue ou cumbia: chez nous, la musique est exclusivement latine. Elle colle en tout point à notre identité», reprend le directeur.

S'entendre parler

Chez Ladurée, on a aussi sacrifié à l'ambiance en organisant des «afterworks» chaque fin de semaine. Cela dit, le roi du macaron envisage l'accompagnement sonore d'une manière différente. «Nous souhaitons créer un lieu de rencontre inhabituel, explique Pierre Auvray, responsable des opérations pour le groupe. Et ainsi développer un nouvel environnement tout en respectant l'ADN de la marque.» L'établissement a ainsi choisi d'animer son restaurant de la rue du Mont-Blanc à Genève avec des DJs. «Mais comprenons-nous bien: nous ne sommes pas une boîte de nuit et nous ne souhaitons pas le devenir.»

Le rituel du soir est déjà bien rodé: les enceintes font leur apparition, le DJ s'installe derrière ses platines, les lumières se tamisent et les cartes des mets sont sagement disposées sur les tables. Pour Pierre Auvray, «toute cette démarche passe par la musique. Le même concept aurait du mal à fonctionner sans.»

Loïc Riom est en cela catégorique: «La musique est un élément qui construit l'espace, qui va permettre à une personne de l'identifier et faire en sorte qu'elle va se rendre dans un lieu plutôt que dans un autre», analyse le sociologue.

Retour à l'Alma où un doux rythme de salsa accueille la clientèle dès l'ouverture des portes. Le tempo s'accélère au fil de la soirée tout en restant au même niveau sonore. «En fin

de semaine, le volume augmente en fonction de la cadence qui va crescendo. Après une certaine heure, il faut qu'il y ait une ambiance et une atmosphère reconnaissables, reprend Gregory Flores. Cela dit, nous restons un restaurant.

Les clients doivent toujours s'entendre parler.»

Le restaurant sud-américain impose un style bien précis sans tenir compte ni des goûts ni des préférences de ses clients.

«Il n'y a pas d'évolution en termes de choix musical. Nous restons très centrés autour des morceaux qui vont avec notre concept.» Tout le contraire de Ladurée, qui accorde sa playlist en fonction du public qui fréquente son restaurant. «Ce n'est pas vraiment l'endroit pour diffuser de la musique commerciale, électronique et encore moins du rap. Il faut que cela reste fluide. C'est le travail et le savoir-faire du DJ qui feront toute la différence. Mais c'est à nous de ressentir l'atmosphère dans la salle et de nous adapter», conclut Pierre Auvray.

Pour les deux directeurs, la consommation n'est en rien proportionnelle au volume sonore. Elle ne dépend pas non plus du genre de musique. «Par contre, elle influence la durée de la soirée. Les clients restent plus volontiers dans un établissement animé que dans un restaurant qui ne passe rien», observe Gregory Flores. Pierre Auvray le confirme:

«Notre but est d'attirer une nouvelle clientèle et de la fidéliser. Et la musique doit nous permettre d'atteindre cet objectif.»

Alma, 6 rue Henri-Blanvalet, 1207 Genève. 022 736 31 48, www.alma-geneve.com

Ladurée, 1 rue du Mont-Blanc, 1201 Genève. 022 716 06 06, www.laduree.com

Le blog d'Edouard Amoel, www.crazy-4-food.com

FESTIVAL DE THÉÂTRE AUX JARDINS DU ROSEY

Le Cid
Shakespeare
Victor Hugo
Oscar Wilde
Menuhin Academy
Alma Mahler

Le Rosey, Rolle
6-10 juin 2017
www.theatreauxjardins.ch
Billetterie: Ticketcorner.ch

ROSEY Concert HALL

La Côte

PICTET
Fondation de bienfaisance du groupe Pictet

verbierfestival

21 juillet – 6 août 2017

réervations
verbierfestival.com
T +41 (0) 848 771 882

Julius Bär NESPRESSO NEVA FONDATION TITICHENKO

Partenaire média

LE TEMPS