



Avec ou sans alcool, grands classiques revisités ou cocktails signatures, à l'apéritif ou en happy hour, au bar ou à table... les cocktails montent en gamme. Ici, Matthias Giroud, chef de bar exécutif du groupe Buddha Bar Worldwide, surnommé The Alchemist, en pleine action !

TENDANCE

La folie cocktail enflamme les bars !



1 Matthias Giroud, chef de bar exécutif du groupe Buddha Bar Worldwide, surnommé The Alchemist, a ouvert des bars dans près de trente pays. Il était président du jury de la compétition The Bartenders Society 2017, organisée par BLMHD.

2 L'appellation cognac animait un espace de (re)découverte du cognac en cocktails lors du salon Cocktails Spirits début juin, avec notamment un focus sur le célèbre Sidecar.

3 L'italien KnIndustry propose une collection de 16 verres à cocktails de formes variées et dans différents matériaux : bambou, cuivre, acier, verre.

1

FOCUS

TENDANCE

La folie cocktail enflammé

Avec ou sans alcool, grands classiques revisités ou cocktails signatures, à l'apéritif ou en happy hour, au bar ou à table... les cocktails et les bars montent en gamme. Il existe toutefois des outils pour faire encore mieux !

Avec ou sans alcool, grands classiques (mojito, spritz...) ou cocktails signatures, à partir d'ingrédients indétrônables (rhum) ou montant en puissance (prosecco, thés, tisanes, infusions), de marques faisant leur come-back événementiel, servis à l'apéritif ou en happy hour, au bar ou à table... les cocktails sont partout !
Pourtant, pour le consultant Victor Delpierre (Victor Delpierre Consulting), doté d'une formation très complète (à la fois de maître d'hôtel, de barman et de barista), et compétiteur de talent (champion du monde Barista Cocktails « Coffee in good spirits »), beaucoup d'établissements n'ont pas encore compris l'intérêt qu'il pouvait y avoir à mélan-

ger de bons ingrédients. Se limitant à envisager les cocktails comme des produits à forte marge, ils oublient aussi que l'univers des cocktails requiert un personnel qualifié, un bon équipement, et l'envie d'étonner et de faire plaisir au client.

Le thé, une source d'inspiration

Cet expert en mixologie forme de nombreuses équipes avec une démarche bien rodée : comprendre d'abord l'ADN de l'établissement afin de mettre en place « non pas un simple cocktail signature mais quelque chose qui a du sens, qui tente le client, et qui optimise le travail du personnel en étant simple à réaliser ». C'est ce qu'il met notamment en pratique à l'hôtel La Belle Juliette à Paris, depuis l'an dernier déjà. Rappelé cette année, Victor Delpierre y

propose un concept plus complet, au travers de cocktails classiques qu'il a revisités avec des rhums, des thés, des tisanes, des cafés. « Le sans-alcool est une source de revenu inexploité dans la restauration », estime également Victor Delpierre qui a aussi écrit un livre sur les mocktails : « Je trouve dommage que, sous prétexte que l'on ne boit pas d'alcool, on ne puisse pas s'éclater les papilles autant qu'avec un grand vin ! ». Le thé est aussi une source d'inspiration inépuisable, de même que les tisanes... tout en apportant des marges intéressantes. Tea-Tail Party, l'ouvrage qu'il vient de réaliser avec Lydia Gautier, experte et consultante en thé, propose par exemple 50 recettes à base de thé.
À suivre aussi de près, les cocktails à base de saké japonais. Maryam Masure, Brand am-

bassadrice de l'Atelier du saké à Paris, grande spécialiste de cette boisson fermentée, vient ainsi de réaliser *Saké Cocktail Experience*, un livre de recettes de cocktails saké avec la collaboration de grands noms du bar et de la cuisine.
Et le segment n'a pas fini de se réinventer ! Le Secret 8, tout nouveau bar à l'intérieur du Buddha-Bar Paris (VIII^e), joue la carte « happy few ». Pour y accéder, uniquement sur réservation, il faudra se procurer le mot de passe – disponible sur les réseaux sociaux du Secret 8 – qui permettra d'ouvrir « la porte » et de découvrir les secrets du lieu. À la carte, des cocktails : 8 créations avec alcool (17 €), et 2 créations sans alcool (12 €). Quant à la verrerie, elle a été chinée aux quatre coins du monde et en seulement dix exemplaires par type de verre... ●●●●●



me les bars !

“Ce que n'ont pas compris beaucoup d'établissements, c'est que lorsqu'un cocktail est bon... automatiquement le client en reprend un deuxième !”

Victor Delpierre,
consultant (Victor
Delpierre Consulting)

