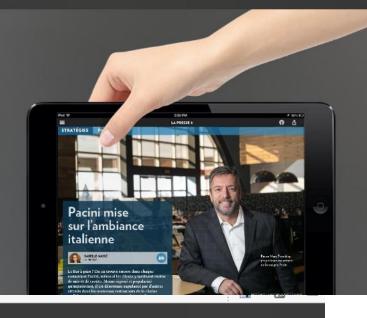


## CET ÉCRAN A ÉTÉ PARTAGÉ À PARTIR DE LA PRESSE+

Édition du 17 février 2016. section AFFAIRES, écran 2



PRESSE -

DÉCOUVREZ LA PRESSE+

CE DONT VOUS AVEZ BESOIN

ÉTAPES D'INSTALLATION



# PACINI MISE SUR L'AMBIANCE **ITALIENNE**



ISABELLE MASSÉ

LA PRESSE



Le Bar à pain ? On en trouve encore dans chaque restaurant Pacini, même si les clients y tartinent moins de mie et de croûte. Moins exposé et popularisé qu'auparavant, il est désormais supplanté par d'autres attraits dans les nouveaux restaurants de la chaîne québécoise. À commencer par une épicerie fine à l'entrée.

Celle-ci ne passe pas inaperçue dans l'immense resto de Rosemère de 9200 pi<sup>2</sup> où La Presse Affaires a rencontré le propriétaire majoritaire de l'enseigne. « Nos restos sont de plus en plus grands, note Pierre Marc Tremblay. Ils passent de 5000-7000 à 6000-8000 pi<sup>2</sup>, car les clients veulent de moins en moins attendre. Tout va plus vite. Ils vont sur internet et savent que le concurrent a de la place. »

De l'attente, il y en a toujours avant d'avoir une table. « Mais aujourd'hui, on la gère grâce à l'épicerie fine, dit Pierre Marc Tremblay. On sert des apéros, du vin. On tente de créer une ambiance italienne. Il y a des préliminaires avant que les clients arrivent à leur table ! »

Vendre des produits italiens et des articles de cuisine est-il un nouveau vecteur de croissance de Pacini ? « Les ventes tirées de l'épicerie sont encore minces, admet Pierre Marc Tremblay. On rentabilise à peine le pied carré, mais ce n'est pas ce qui compte. »

Ce qui compte, c'est le produit et l'ambiance. Mais après avoir passé les 15 dernières années à raffiner le menu, le rendre moins salé et faire la vie dure aux gras trans, deux nouvelles avenues de développement sont maintenant envisagées. D'abord, l'aménagement ou le réaménagement des Pacini.

« Il doit aujourd'hui y avoir une cohérence entre le menu, le décor, l'offre et le produit. C'est la raison pour laquelle on a décidé de rénover à grands coûts. Depuis 2000, on avait un produit beaucoup plus raffiné que le décor. Il fallait donc accélérer les rénovations dans le réseau. »

### Pierre Marc Tremblay

L'aménagement du Pacini de Rosemère a coûté 1,6 million de dollars. Pour des rénovations dans les restos existants, les dépensent tournent autour de 1 million. Depuis 2011, presque tous les établissements ont subi une cure de rajeunissement. La direction ne pousse aucun franchisé à s'y plier. « Mais quand le produit devient moins cohérent avec le lieu, les ventes baissent, note Pierre Marc Tremblay. Aujourd'hui, le client le ressent. On a trois ou quatre restos à actualiser en urgence. »

L'autre avenue arpentée en parallèle? L'hôtellerie. Pacini souhaite multiplier les alliances avec des hôtels afin de devenir une destination naturelle pour ceux qui y posent leurs valises. Une première expérience à Calgary, où un Pacini a ouvert un resto attenant à l'hôtel Acclaim en 2010, a été concluante. Cette nouvelle adresse symbolise du même coup une expansion souhaitée depuis plusieurs années dans l'Ouest canadien. « Pendant des années, ce fut le resto du réseau avec le plus gros chiffre d'affaires, affirme Pierre Marc Tremblay. Un tiers des clients sont de l'hôtel. C'est donc le bon modèle, à nos yeux. »

Tout récemment, un Pacini a ouvert ses portes sur le flanc de l'hôtel Universel à Alma. En mars, ce sera au tour de l'hôtel des Gouverneurs de Shawinigan d'avoir un tel voisin, et en mai, celui de l'hôtel Banff Lodging, en Alberta. La direction de la chaîne qui comptera sous peu 30 restaurants rêve d'en avoir une cinquantaine d'ici cinq ans. « De plus en plus, les hôteliers ont des restaurants-marques, soutient Pierre Marc Tremblay. On a donc commencé à se positionner dans ce monde-là. On est dans la gamme parfaite pour y arriver.

« On fait beaucoup de choses pour se montrer, ajoute le propriétaire. Il y a eu différents articles dans des magazines canadiens et américains sur Pacini, car notre gamme d'offres est parfaite pour l'hôtellerie. »

Pour le moment, c'est chaque fois négocié à la pièce. « Mais ma présidente rêve d'un contrat de 200 hôtels en Amérique du Nord! lance Pierre Marc Tremblay. Ça pourrait arriver. Banff est le début de quelque chose. On négocie présentement pour l'ouverture de restos en Ontario, à l'Île-du-Prince-Édouard et au Québec. »

#### **FORCES**

L'accent et les efforts mis sur le développement du produit.

« Notre réseau de 30 restos, qui fait en sorte que nos distributeurs qui sont 100 fois plus gros que nous restent avec nous », souligne Pierre Marc Tremblay.

#### **FAIBLESSES**

L'industrie dans laquelle Pacini évolue, soit la restauration avec service aux tables, traverse un moment difficile.

L'obtention de financement, « car il [...] en faut beaucoup présentement », dit Pierre Marc Tremblay.

#### PIERRE MARC TREMBLAY EN BREF

Au départ chef et amoureux de l'Italie, Pierre Marc Tremblay a possédé son premier restaurant à 22 ans. Après l'obtention de maîtrises en administration des affaires et en gestion de projets, il est devenu consultant pour des chaînes de restaurants, puis propriétaire-président de Convivia (Pacini et l'ancien Commensal), en 2000. Il fallait alors redresser la chaîne. « Pacini était tellement en situation critique, se souvient Pierre Marc Tremblay. La chaîne avait déjà été très "in", mais était bas de gamme. On a alors augmenté la qualité du menu. On a ainsi pu hausser les prix à la carte, mieux payer les cuisiniers et mieux servir les clients. Le chiffre d'affaires s'est remis à croître et on a mis trois ans avant de ravoir des liquidités. »

#### **PACINI EN CHIFFRES**

28 restaurants

(15 franchisés et 13 en nom propre)

1200

Nombre d'employés

45 millions

Chiffre d'affaires en 2015