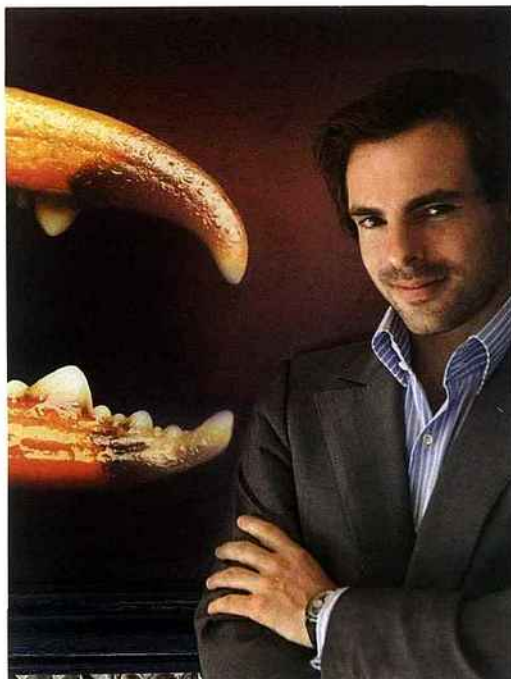


## tendances marchés / l'invité



# Garry Dorr

Propriétaire  
du Bar à Huîtres

«Aux âmes bien nées,  
la valeur n'attend  
point le nombre  
des années» Le Cid, Corneille

Propos recueillis par Antoine Luzin

**Garry Dorr, 26 ans, vient de frapper un grand coup en reprenant à Jean-Pierre Chedal les quatre emplacements mythiques du Bar à Huîtres : Montparnasse, Place des Vosges, Saint-Germain et Ternes. Sa maxime favorite «On pourra m'accuser de témérité, jamais de lenteur» est empruntée à Napoléon 1er.**

***Vous venez à peine de fêter vos 26 ans et vous comptez déjà parmi les acteurs incontournables de la restauration parisienne avec l'acquisition du Bar à Huîtres. Pouvez-vous nous présenter votre parcours ?***

Je suis fils de restaurateur. Mon père, Willy Dorr est le fondateur de «la formule tout compris à prix fixe». Cette fabuleuse importation du «All inclusive» à l'anglaise lui a permis de fonder, seul, six bistros. Ayant fait ses armes au Taillevent auprès de Jean-Claude Vrinat, son rêve était de me voir faire HEC, l'école de commerce mythique. Cependant, mon souhait était de devenir restaurateur et j'ai ainsi intégré l'Ecole Hôtelière de Lausanne dans ce but.

Durant 4 ans et demi je travaille donc d'arrache-pied et effectue des stages auprès des plus grands, dont six mois derrière les fourneaux du restaurant triplement étoilé Alain Ducasse au Plaza-Athénée sous la conduite de Jean-François Piège qui m'a transmis sa passion

pour la seule cuisine...«La Bonne» comme dirait Paul Bocuse. Dès lors, toutes mes vacances sont consacrées à l'apprentissage dans des maisons étoilées.

A 22 ans, je sors diplômé de l'Ecole Hôtelière de Lausanne promotion 2006. Dès lors, mon père et moi décidons de fonder le Bistro de la Muette. L'idée est de conserver le menu tout-compris mais de le sublimer grâce à un partenariat avec Jean-Jacques Jouteux. La carte est le fruit d'un travail à quatre mains entre lui et moi. La décoration, d'inspiration londonienne, est très décalée par rapport au style des bistros fondés par mon père. C'est un pari risqué qui fait mouche : dès les premiers jours le restaurant est plein et le bistro est rapidement référencé dans les guides.

En 2007, après une grosse préparation en parallèle avec mon travail dans le groupe familial, j'entreprends de me faire admettre à HEC Paris. Je suis le premier étudiant, issu d'une école hôtelière, à intégrer la Majeure Entrepreneur. Le

souvenir d'HEC compte parmi les plus précieux, avec des cours de très haut niveau sous la direction d'Alain Bloch et Bernard Ramanastoa et des missions terrain éducatives.

Un entrepreneur doit connaître toutes les facettes de son entreprise, Sciences-Po va parachever mon éducation en Gestion des Ressources Humaines et Culture Générale. Entre 2008 et 2010, je me partage donc entre l'entrepreneuriat et mes études à Sciences-Po. A 25 ans, diplômé de Sciences-Po, d'HEC et de l'Ecole Hôtelière de Lausanne, je succède à Jean-Pierre Chedal à la tête du Bar à Huîtres, le 1er juillet 2010.

***Quelle philosophie voulez-vous donner au Bar à Huîtres ?***

Pour comprendre ce que je veux faire aujourd'hui du Bar à Huîtres, il faut s'imaginer un concept nourri au souvenir de mes étés passés au Cap-Ferret. Sur chacune de mes cartes est d'ailleurs imprimé le petit poème en alexandrins suivant :

«Nostalgie des étés entre amis au Ferret / Fraîcheur d'huîtres du Banc et soleil qui se meurt / Parfum d'une nuit dans un repère de pêcheurs / Passion, Amitié, Amour : que cette vie me plaît !» Vous l'aurez compris l'ambiance au Bar à Huîtres sera celle des apéritifs entre amis sur le Banc d'Arguin avec en filigrane la mémoire d'une jeune femme qui a marqué ma vie sentimentale... Un subtil mélange à consommer sans modération.

**Quel positionnement visez-vous ?  
Quels sont selon vous vos critères de différenciation ?**

Je l'ai dit dès le premier jour de l'aventure : mon but est d'être la référence française des huîtres «grand cru». Après de nombreuses recherches, de prises de contact et de visites chez les ostréiculteurs, j'ai finalement élaboré une carte qui répond à mes attentes : plus d'une quinzaine de crus classés géographiquement du Nord au Sud de la France. Les plus grands noms sont présents : Gillardeau, David Hervé, Cadoret, La Perle Blanche... Des productions entières sont réservées uniquement pour le Bar à Huîtres : Papillons des Iles Chausey, Spéciales du banc d'Arguin, Gravette l'huître plate du Mimbeau au Cap-Ferret et l'huître Corse de l'étang de Diana. Tout ce travail place l'enseigne comme le leader des huîtres de qualité. Pour ce qui est de la Carte des mets cuisinés, la recette est simple : servir les meilleurs produits comme les langoustines royales, le bar sauvage, le pain Poujauran, le beurre d'Echiré...

Une autre source de différenciation importante passe par le service : place au



La disposition du Bar à Huîtres facilite la convivialité.

sourire et à la spontanéité. Je veux aussi remettre à l'honneur les découpages à la table du client et les flambages de toutes sortes qui embaument la salle. Tout cela confère à un lieu une ambiance qui donne envie de revenir.

Le dernier levier de différenciation est le prix. Mon challenge au Bar à Huîtres est de faire très bon pour pas très cher.

**Quelle est donc votre stratégie au Bar à Huîtres, comment se traduit-elle sur le marché ?**

Toute stratégie repose avant tout sur une bonne compréhension de l'environnement (marché, clients, fournisseurs, technologie, concurrence). Si l'on se penche sur la restauration parisienne tout en gardant à l'esprit le modèle Porterien, on observe que les barrières à l'entrée et à la sortie sont relativement faibles, que le pouvoir de négociation avec les fournisseurs est moyen, que les menaces de substitution faibles... Autant dire le paradis de l'entrepreneur !

Regardons maintenant les univers concurrentiels : la restauration telle que je l'entends est aujourd'hui une activité majoritairement fragmentée où l'avantage des petites entreprises tient en trois points : la flexibilité (réaction aux évolutions de marché, rapidité de réponse, adaptation), le contrôle des coûts (faibles frais de structure) et la productivité des équipes (focalisation sur l'action, motivation inspirée par l'entrepreneur). A mon avis, lorsque les entreprises grandissent il n'est pas inintéressant d'opter pour une stratégie de spécialisation qui présente un avantage concurrentiel plus élevé et plus défendable dans le temps. La stratégie finalement adoptée au Bar à Huîtres est clairement fondée sur les 5P de Mintzberg (voir encadré).



Restaurant de Haute-Mer

**Comment envisagez-vous votre visibilité sur Internet ?**

Cédric Lechat a été embauché au mois d'octobre afin de se dédier à la création d'un site internet pour le Bar à Huîtres, d'en refaire un pour les Bistrots et de mettre en place une veille internet. Ces sites en construction devraient être terminés pour février 2011 et permettront à nos clients de réserver en ligne. Ils seront aussi une plate-forme de merchandising avec la possibilité d'y acheter des livres de cuisine, des tabliers, des couteaux de l'écailler, des ciseaux à oursins...

**Quelles sont aujourd'hui vos perspectives de développement ?**

Un développement du Bar à Huîtres en croissance organique, une reprise d'enseigne existante en améliorant le concept mais en gardant les bases ou une création/reprise sur un emplacement premium. Qui sait, peut-être les trois ?

**Pouvez-vous nous parler de vos chiffres pour l'exercice à venir ?**

Avec le repositionnement du Bar à Huîtres et tenant compte de périodes de fermeture pour travaux, nous espérons réaliser un chiffre d'affaires en augmentation de 10 % par rapport à l'année précédente soit environ 11,5 M €. Nous visons par ailleurs un ticket moyen entre 45 et 50 €. ■

**Les 5P de Mintzberg**

- **Plan** : croissance organique par acquisitions.
- **Ploy** : spécialiste de l'huître grand cru.
- **Pattern** : structuration RH (Recrutement, Career & Team building, Compensation & Benefits, équité, veille sociale...), croissance du volume d'affaire par le marketing, la pub et surtout la fidélisation, maîtrise des coûts par une bonne négociation des achats.
- **Position** : stratégie de différenciation sur le produit principalement mais également le service et le rapport qualité/prix.
- **Perspective** : devenir et rester le leader de l'huître grand cru.