

Marc Vanhove, succès au menu

Le 7 février, Marc Vanhove, créateur du réseau Bistrot Régent, était l'invité du déjeuner organisé à l'hôtel Radisson Blu par Courrier de Gironde et animé par Alain Ribet.

Direct et spontané. Marc Vanhove, la cinquantaine allègre, n'a pas peur d'afficher sa réussite. L'entrepreneur, « totalement autodidacte », l'a construite tout seul. « Fier d'être Bordelais », Marc Vanhove a tenu à garder le siège de sa société à Bordeaux, où il passe deux jours par semaine. Le reste du temps, il vit « entre Paris, Saint-Tropez et Porto ».

Face à une dizaine d'entrepreneurs réunis au Radisson Blu, à Bordeaux, il a détaillé son parcours personnel et professionnel, truffé de hauts et de bas, et a révélé sa recette : passion, audace et conviction. L'objectif était de devenir un entrepreneur à succès. Mission accomplie !

« Ma mère travaillait à La Grande Poste de Mériadeck et mon père déchargeait des camions aux Capucins. Nous étions quatre enfants, j'étais le cancre de la famille... » s'esclaffe celui qui a quitté l'école en cinquième. Un CAP de cuisine en poche, il travaille à 14 ans comme commis dans un restaurant triplement étoilé à Paris. À 20 ans, il redescend à Bordeaux où il rachète « pour un franc symbolique » son premier restaurant (Bel Air), « qui était en très mauvais état ». À cette époque-là, le jeune Vanhove manie déjà parfaitement la communication. « Au bout de trois semaines, il était plein ! Mais je n'avais pas fait d'études me permettant de gérer

la comptabilité d'un restaurant. » La faillite a surgi trois ans après. Marc Vanhove reprend ensuite le Brasero, sur le Bassin d'Arcachon... qui brûle un mois après. « Je perds tout car je n'avais pas d'assurance... »

« Sen suit une période « pas facile » aux niveaux professionnel et personnel. Mais, comme toujours, Marc Vanhove rebondit. La chance tourne lorsqu'il achète l'incontournable établissement bordelais de la place Gambetta, Le Régent. Pour Marc Vanhove, « il faut être convaincu soi-même pour convaincre les autres. C'est comme ça qu'on avance. » Ainsi, « malgré le refus de quinze banquiers », il décroche, enfin, « grâce à un coup de bluff », un prêt qui lui permet d'acheter Le Régent. Et le succès ne se fait pas attendre.

L'aventure du Bistrot Régent démarre en 2010, d'abord avec trois restaurants « test » à Bordeaux (cours Clémenceau, rue Saint-Rémi et rue du Maréchal-Joffre). Le slogan lié à une forte campagne de communication lui vaudra d'être accusé par une célèbre enseigne bordelaise de copier son concept (formule unique avec salade, pièce de bœuf et frites à volonté). Son audace fait qu'il séduit l'incontournable et médiatique chef Philippe Etchebest. Sacrée locomotive publicitaire ! Aujourd'hui, Marc Vanhove est devenu, lui aussi, un personnage médiatique à la



De gauche à droite : Thierry Zilliox, directeur général du Radisson Blu, Marc Vanhove et Vincent David, président de PMSO.

suite de sa participation dans diverses émissions à la télévision, dont « Qui veut devenir mon associé ? ».

« Les Bistrot Régent sont les petits enfants du Régent de la place Gambetta. Lorsque je me suis attaqué au marché national, certains m'ont conseillé de changer le nom. Mais je l'ai gardé. Pour moi, c'était un morceau de Bordeaux qui s'exportait. »

Afin de toucher un public le plus large possible, le Bistrot Régent a revisité sa formule : « On ne propose pas uniquement du bœuf, mais aussi du canard, du poulet, du saumon et, depuis

ce début d'année, un plat végétarien. »

Aujourd'hui, ce réseau de franchisés affiche 151 établissements partout en France et neuf millions de repas de servis. « Seize ouvertures sont prévues en 2023. Et on va s'attaquer à l'international, avec un franchisé qui veut s'installer à Barcelone. On va aussi aller en Martinique. L'objectif est d'atteindre les 300 établissements en 2030 », avance-t-il. Tous ont le même cahier de charges et sont régulièrement contrôlés. Il y a sept ans, Marc Vanhove a mis en place un fonds de pré-

quation « en partant du principe qu'il faut aider les franchisés qui peuvent se trouver en difficulté ».

Son succès fait que les candidats à la franchise sont très nombreux, jusqu'à 900 par an ! Marc Vanhove est entouré d'une équipe d'une dizaine de personnes « multi-casquettes ». Mais c'est lui qui supervise toutes les décisions : « Je suis le seul PDG en France à être l'acheteur direct auprès des fournisseurs ».

Dans un contexte où la main-d'œuvre qualifiée est difficile à trouver dans le monde de la restauration, cet entrepre-

neur aguerri se félicite d'avoir toujours privilégié la motivation aux compétences. « Nous les formons à notre système. »

Les trois filles de Marc Vanhove travaillent déjà au sein du réseau. Les deux plus âgées y ont déjà des responsabilités. La plus jeune y fait ses premiers pas. Vendre son affaire ? « Je n'ai pas d'associés, pas de crédits et j'ai des bons résultats. (1) Pour l'instant, je n'ai ni besoin, ni intérêt à vendre ! »

À une époque, il s'est intéressé à la politique locale. En 2008, il s'était présenté à la mairie de Bordeaux face à Alain Juppé, sans succès. Aujourd'hui, « c'est nié. Je n'ai pas de pedigree pour me lancer dans la politique nationale. » Cela dit, « si le président m'appelle pour un poste de ministre, j'y vais ! », s'amuse celui qui n'a peur de rien ni de personne.

Enfin, dans une région viticole où il est bon d'acheter un château comme preuve de réussite, Marc Vanhove rejette l'idée, mais précise : « J'aurais bien acheté le château Picque Caillou, où mon grand-père a travaillé. Mais il n'est pas à vendre ! »

Celui qui se définit comme « un passionné de la vie, un amoureux de ma femme et de mes filles, aimant faire du sport » veut désormais « profiter intelligemment de la vie ».

Anna DAVID

(1) Le chiffre d'affaires 2022 a progressé de 42 %. Janvier 2023 affiche +27 %.

zUFO réinvente la botte de ski

Hervé Fredouille, le fondateur, veut apporter confort et performance à un accessoire indispensable dans la pratique des sports d'hiver.

De retour de Las Vegas, aux États-Unis, où il a participé au Consumer Electronics Show (CES) - le plus grand salon mondial de la Tech -, Hervé Fredouille ne chôme pas ! C'était une première pour cet entrepreneur et il n'est pas près de l'oublier, ayant décroché un Award dans la catégorie « sustainability » (développement durable) et accru instantanément sa visibilité.

Ingénieur en mécanique, Hervé Fredouille, 50 ans, s'est lancé dans la conception de zUFO il y a trois ans, après avoir posé le constat suivant : « Skieur moi-même, je n'étais pas satisfait du confort des bottes de ski. En cinquante ans après, il n'y a pas eu en la matière de grande innovation. Elles sont, en général, toujours réalisées avec une coquille en plastique rigide. Rien n'a été fait pour les rendre plus confortables et pour permettre de marcher normale-

ment. La morphologie du corps ne correspond pas à ce modèle ce qui a comme résultat de diminuer la performance. »

Et puisqu'il n'y a rien qui ne lui convienne sur le marché, Hervé Fredouille décide de s'occuper de l'affaire. Le concept de chaussure que cet ingénieur-entrepreneur propose est « sans coque rigide, ni crochet, avec un exosquelette précis pour la rendre plus confortable et performante. La répartition de l'effort est équilibrée et il n'y a pas de frottement ». Quand on sait qu'il y a 135 millions de skieurs réguliers, zUFO a de l'avenir !

Création des premiers prototypes, dépôt de brevet, démonstrations testées par des professionnels « qui ont confirmé le confort et la performance » de cet outil : le chemin parcouru est impressionnant. « Pour le CES, j'ai réalisé un prototype spécial pour le démonstrateur. Après avoir



La chaussure de ski conçue par Hervé Fredouille se veut confortable et performante.

confirmé la fonctionnalité dans le premier prototype, j'ai intégré le design pour ce deuxième. Il y en aura encore deux autres

pour incorporer successivement les matériaux et ensuite le processus de fabrication. Des tests en station et une levée de fonds sont prévus en 2023 en vue de lancer l'industrialisation et la commercialisation fin 2023-début 2024. »

La botte zUFO a déjà gagné trois prix. Outre celui de Las Vegas, elle a décroché un prix de l'Ademe « en tant que produit diminuant l'impact environnemental » et un prix de l'INPI (prototype de brevet).

« Pendant toute la durée du salon de Las Vegas, nous n'avons pas arrêté ! » Hervé Fredouille est très reconnaissant de l'accompagnement dont il a bénéficié au sein de la délégation des 27 entreprises conduite par la Région, French Tech Bordeaux et la CCI. « Nous étions des start-up issues d'univers très divers mais toutes très intéressantes. L'émulation et l'admiration étaient

réiproques. »

Sa participation au CES lui a clairement apporté de la visibilité. « Le retour des gens confirme la pertinence de cet accessoire. J'y ai rencontré des industriels et des investisseurs. Un quart des échanges se sont noués avec des Français - l'écosystème French Tech est excellent et stimulant -, une moitié avec des professionnels des États-Unis, le reste avec des Européens (Suisse, Autriche, Allemagne) et des Canadiens. J'ai plein de contacts qu'il faut maintenant exploiter. Une des leçons que je retiens de mon expérience à Las Vegas est que je dois revoir mon business plan et, ensuite, mon pitch ! » Une autre retombée ? « J'ai été invité à participer à un des plus gros salons de composites en France (JEC World Paris) qui aura lieu en avril. » Nouveaux contacts en perspective !

Anna DAVID