

ENTRETIEN AVEC

Jean-Michel Texier

(PDG de Pizza Pino)

Arrivé à la tête de Pizza Pino en 2003 après plusieurs années de crise, Jean-Michel Texier a eu la charge d'assainir la situation financière du groupe mais aussi d'apporter un second souffle à l'enseigne. Tour d'horizon de la nouvelle stratégie et des perspectives de développement.

France Pizza : Bonjour, pouvez-vous nous raconter la genèse du groupe Pizza Pino ?

Jean-Michel Texier : Le premier restaurant a ouvert sur les Champs-Élysées en 1968. Le groupe s'est ensuite développé de manière importante jusqu'à avoir 25 restaurants dans les années 80. Mais une mauvaise gestion a poussé l'enseigne au dépôt de bilan en 1998. C'est à cette occasion que le groupe Astrog en est devenu l'actionnaire majoritaire. Depuis cette date et jusqu'à 2002, Pizza Pino s'est recentré sur son activité par le jeu des ouvertures et des fermetures. A cette époque, le réseau comptait neuf restaurants en propre, à Paris et à Lyon, ainsi que deux franchisés. Je suis arrivé à la présidence du groupe en 2003.

F.P. : Pouvez-vous définir le concept de l'enseigne ?

J-M. T. : Pizza Pino est une chaîne de restaurants de centre-ville axée sur la cuisine italienne savoureuse et copieuse. La clientèle est hétéroclite. Elle se compose à la fois d'hommes d'affaires, de familles et d'habitues. A Paris, le restaurant des Champs-Élysées est également fréquenté par des touristes.

F.P. : A quelles difficultés l'enseigne a-t-elle été confrontée ?

J-M. T. : Nos établissements fonctionnent de façon quasi permanente (de 11 heures à 5 heures du matin) et génèrent un chiffre d'affaires deux fois plus important qu'un restaurant

d'enseigne traditionnel. Là où les autres réalisent un CA de 1,5 M€, les nôtres enregistrent en moyenne un CA de 3 M€. Avec ces échelles de grandeur, il était difficile de conserver une qualité constante. Nous avons pallié à ce problème en mettant en place un nouveau système de management.

F.P. : Quelle est la situation de Pizza Pino aujourd'hui ?

J-M. T. : Nous avons poursuivi notre politique d'assainissement en supprimant les établissements déficitaires ainsi que les licences et en appliquant une meilleure gestion de nos achats. Nous avons aujourd'hui sept restaurants, dont un à Lyon, qui servent chaque jour 5 400 repas. Ils sont tous bénéficiaires. Nous avons également entrepris une rénovation complète de notre parc. Pizza Pino Champs-Élysées a bénéficié, en 2004, d'un investissement de 2,7 M€ pour sa rénovation



et son agrandissement. Les restaurants d'Opéra et de République ont été ouverts en 2001. Celui de Vélizy a été agrandi en 2004. L'établissement lyonnais est en cours de rénovation (budget : 1,3 M€). Et le plan prévoit de restaurer l'établissement de Montparnasse en 2006 et celui de Saint-Quentin-en-Yveline en 2007.

F.P. : Pouvez-vous nous donner quelques chiffres sur Pizza Pino ?

J-M. T. : Le groupe Pizza Pino compte aujourd'hui plus de 400 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 31 M€. La dette du groupe, qui s'élève toujours à 15 M€, court jusqu'en 2009. Les sept restaurants consomment chaque jour 135 kg de fruits frais, 500 kg de légumes frais, 425 kg de viande, 85 kg de poisson et 600 kg de mozzarella et de fromage.

F.P. : Quels sont maintenant vos axes de développement ?

J-M. T. : Nous travaillons sur plusieurs leviers de croissance mais notre préoccupation principale est tournée vers l'amélioration de la qualité à tous les niveaux de l'entreprise. Pour cela nous avons mis au point un système de contrôle et d'amélioration de la qualité en continu sur 5 points : environnement extérieur, environnement intérieur, accueil clients, service et qualité des produits. Les résultats sont d'ores et déjà prometteurs puisque dans les premiers magasins à avoir mis en place ce système nous avons noté une augmentation du



F.P. : Vous n'avez plus de restaurants franchisés, avez-vous abandonné définitivement cette forme de développement ?

J-M. T. : Notre préoccupation, jusqu'à présent, était de nous restructurer et d'asseoir notre position en homogénéisant le groupe. Cette période devrait encore durer quelques mois. Nous étudierons la possibilité d'un développement en franchise et prendrons une décision sur cette option à la fin de cette année.

F.P. : Que représentent les pizzas au sein du concept Pizza Pino ?

J-M. T. : Les pizzas représentent un tiers de notre activité, à égalité avec les plats traditionnels (pâtes, viandes, poissons) et les boissons et les desserts. Notre cœur de métier reste, quant à lui, la restauration sur place, et les ventes à emporter ne représentent que 4 % de notre activité. Nous nous inscrivons dans la plus pure des traditions italiennes et c'est

pour cela que nous mettons un point d'honneur à servir des pizzas fraîches. Chez nous, il n'y a pas de produits surgelés. Nous utilisons 154 tonnes de farine « premier choix » et plus de 32 000 bottes de basilic par an.

F.P. : Et maintenant la question rituelle : Quelle est votre pizza préférée ?

J-M. T. : En ce moment j'apprécie tout particulièrement notre pizza « Jolino » composée de brocoli, de saumon et de crème fraîche. Elle est très légère et s'accorde à la perfection avec le temps estival.



panier moyen de 1 €.

Nous axons également notre stratégie sur la mise en valeur des produits traditionnels. Pour cela nous avons lancé des recettes provisoires qui s'intègrent à notre carte mais qui peuvent également être reproduites à la maison. Cette opération a été lancée au mois d'avril avec des « Tagliatelle alle mazzancolle zucchini ». Nous avons organisé une campagne d'affichage sur les bus parisiens pour assurer la promotion de cette nouveauté. Nous allons ainsi créer plusieurs recettes inédites dans l'année.