

côté **équipe**
tendances

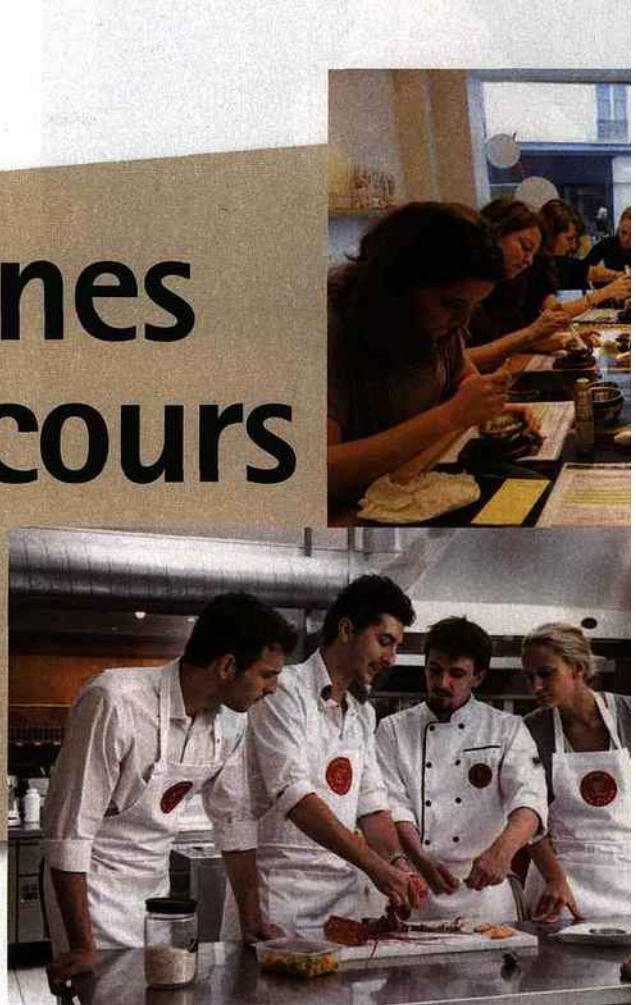
Des enseignes et des cours

Mitonner une mousse au chocolat, formuler sa propre crème hydratante ou réparer une chasse d'eau... Les ateliers proposés aux particuliers se multiplient. Grâce à l'esprit de groupe qu'ils développent, ils peuvent devenir un outil de motivation pour l'équipe.

A lors que la vogue du « fait maison » s'amplifie avec la crise, les entreprises surfent sur cette tendance en proposant des ateliers. A commencer par les leçons de cuisine. Sur les bancs de ces écoles d'un nouveau genre, on se bouscule ! Pourquoi un tel engouement ? « Les cours de cuisine correspondent à une demande de loisirs. Ils concernent surtout les repas pour les invitations », observe Pascale Hébel, directrice du département consommation du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc). « Avant, la cuisine était vécue comme une corvée. La génération 68 y est revenue pour le plaisir. La tendance est assez ancrée », précise-t-elle. D'où la multiplication des cours, des émissions de télévision (comme *Masterchef* ou *Un dîner presque parfait*) et des robots – y compris pour les enfants. Ainsi, le créateur de jouets Goliath a lancé en 2010 la ligne Let's Cook : « La Fabrique de chips » ou « La Fabrique de sorbets » permettent de cuisiner en toute sécurité et sainement. Côté livres de recettes, Romain Pages Editions a été précurseur en la matière. Son ouvrage sur les machines à pain, sorti en 2007, s'est vendu à plus d'un million d'exemplaires. Depuis, l'éditeur a été imité. Et il a créé les collections « Fait Maison » et « Je fais mes... ». Les frères Nicolas et François Bergerault, fondateurs en 2004 de la chaîne L'Atelier des chefs, ont anticipé

« Les cours de cuisine entre salariés sont utiles quand on constate des tiraillements dans les équipes. »

Nathaly Nicolas-Ianniello (Esprit Cuisine)



cet appétit des Français. « Ils ont voulu remettre les gens aux fourneaux. Il y avait un besoin latent, presque social, de découvrir le plaisir de cuisiner », raconte Baptiste Tignol, du service marketing. La chaîne, qui dispense des cours dans ses ateliers-boutiques, a fondé sa stratégie sur quatre valeurs : l'accessibilité (technique, économique, géographique), le plaisir (de faire et de déguster), l'expertise (des chefs dispensent les cours) et le partage (on cuisine et on mange ensemble). Illustration : le cours baptisé « L'En-cas » permet d'apprendre à préparer un plat en 30 minutes à l'heure du déjeuner pour 15 euros. Certains clients reviennent chaque semaine...

Une source d'économie

Faire soi-même permet aussi de dépenser moins d'argent. Notamment pour les produits chers comme la pâtisserie. Mais aussi pour éviter la facture d'un artisan quand un évier fuit ou quand le papier peint du salon passe de mode. « La croissance du bricolage a suivi la montée en puissance des spécialistes comme Leroy Merlin ou Castorama. Ensuite, la crise a accentué le besoin de réparer par ses propres moyens », note Pascale Hébel. Réaliser soi-même permet des arbitrages économiques. Aujourd'hui, le consommateur a



En apprenant à faire soi-même, le consommateur épargne pour consacrer plus d'argent à ses loisirs.

Apprendre à bricoler. Leroy Merlin propose de cours pour savoir manier perceuse, scie sauteuse, etc.



Bricolage, aromathérapie...

Tous en cours !

Les cours donnent des ailes aux enseignes. En 2010, L'Atelier des chefs a ainsi formé 150 000 personnes. La chaîne a ouvert sa 16^e boutique française en juillet dernier à Rennes. Elle a déjà mis un pied à Londres et à Dubaï. De son côté, Leroy Merlin a pour la première fois, en 2011, mené des campagnes nationales centrées sur ses cours. Cinq étaient programmées. Le géant du bricolage en a planifié 11 pour 2012. Et il réfléchit à la création de stages. La dépense moyenne des élèves grimperait de 50 % pour leur projet en lien avec le cours.

A Paris, dans le V^e arrondissement, Aroma-Zone, spécialiste des huiles essentielles, propose des sessions de une à trois heures (19 à 39 euros) pour apprendre à créer une crème pour le visage, une poudre de teint, un gloss ou une ombre à paupières. A l'automne dernier, l'enseignante a complété son planning par une offre baptisée « 100 % VIP ».

Au programme : cinq ateliers d'aromathérapie familiale (la trousse d'urgence, les maux de l'hiver...) à 35 euros les 2 heures animés par Aude Maillard, docteur en pharmacie, formée en aromathérapie, olfactothérapie et réflexologie plantaire. A l'issue des séances, chacun repart avec sa création.



F.C.

envie de consacrer son argent aux loisirs et aux nouvelles économies. Du coup, il rogne sur le reste. »

Le Français devient débrouillard. Il échange parfois des heures de bricolage contre des leçons d'informatique. Pour le séduire, les chaînes de magasins proposent des cours accessibles. A partir de 15 euros chez L'Atelier des chefs, de 19 euros chez le fournisseur d'huiles essentielles et d'ingrédients cosmétiques **Aroma-Zone** et de 15 euros les 3 heures pour les opérations nationales de Leroy Merlin. Mais cela concerne seulement une partie de la population. « Les classes populaires n'ont pas les moyens. Au total, moins de 5 % des Français déclarent avoir pris des cours de cuisine », modère Pascale Hébel, avant de remarquer que le « fait maison » progresse surtout quand les prix des produits alimentaires augmentent. Dès que l'économie se porte mieux, le consommateur se remet à acheter des produits prêts à consommer.

Un outil de management

Au-delà du plaisir d'avoir fait soi-même et de réaliser des économies, se joindre à un groupe pour apprendre une technique, c'est tisser du lien social. Un intérêt sur lequel rebondissent certaines entreprises pour motiver leurs salariés. En 2004, Nathaly Nicolas-lanniello, ancienne consultante, a créé la société Esprit Cuisine pour donner des cours à des particuliers. Petit à petit, elle a répondu aux demandes de sociétés. Esprit Cuisine est désormais agréé comme organisme de formation. Les entreprises la sollicitent pour « remercier » leurs équipes mais aussi pour des séances de construction d'équipe (le « *team building* » des Anglo-Saxons). Dans quels cas ? Pour rendre autonome, apprendre à s'organiser, exécuter les ordres... « C'est utile quand on constate des tiraillements dans les équipes ou des problèmes de communication. Quand tous sont vêtus d'un tablier et se retrouvent devant un ris de veau à nettoyer ou un oignon à émincer, il n'y a plus de secrétaire, de chef de service ou de grand patron. Tout est nivelé », assure Nathaly Nicolas-lanniello. Elle se souvient d'un chef fraîchement nommé qui jouait au clown au début d'une leçon. « J'ai vite compris que son équipe ne comprenait pas son attitude. J'ai fini par lui dire sur le ton de la rigolade : « Le chef, ici, c'est moi ! » Il est redevenu normal. Au bout de deux heures l'ambiance n'avait plus rien à voir... »

Devant les fourneaux, on apprend aussi à structurer son travail. « La cuisine, c'est respecter un ordre (la recette), anticiper, s'organiser... On peut éventuellement discuter l'ordre, mais seulement après coup. Ne pas exécuter un ordre, c'est risquer le ratage : la brûlure, l'évaporation... On n'a pas le droit », explique Nathaly Nicolas-lanniello, qui a notamment reçu des équipes du géant de la cosmétique L'Oréal ou du cabinet de consulting Cap Gemini.

Fabienne Colin