# Azur : le nouveau restaurant de Mansogroup a déjà la cote




Après la Grèce, l'Espagne, le Portugal et l'Italie, Mansogroup enrichit encore sa palette méditerranéenne avec une nouvelle teinte : Azur, le nom de son restaurant français fraîchement ouvert en lieu et place de L'Avenue, au Kirchberg. Dans un secteur de la restauration qui n'est pas toujours dans son assiette, le lancement de ce 12? établissement confirme la vitalité du groupe. Les deux cofondateurs, Yannis Xydias et Rémy Manso, partagent leur recette pour durer et avancer.

Le fameux coup de feu… En cuisine, le temps compte, se rationnalise, s'optimise. Il fait partie des ingrédients essentiels pour mobiliser une brigade et satisfaire la clientèle. Aujourd'hui, toutes les composantes de Mansogroup savent faire parler la poudre. Il n'aura ainsi fallu que sept jours aux équipes opérationnelles de cet a**cteur majeur de la restauration** au Luxembourg pour donner corps à Azur.

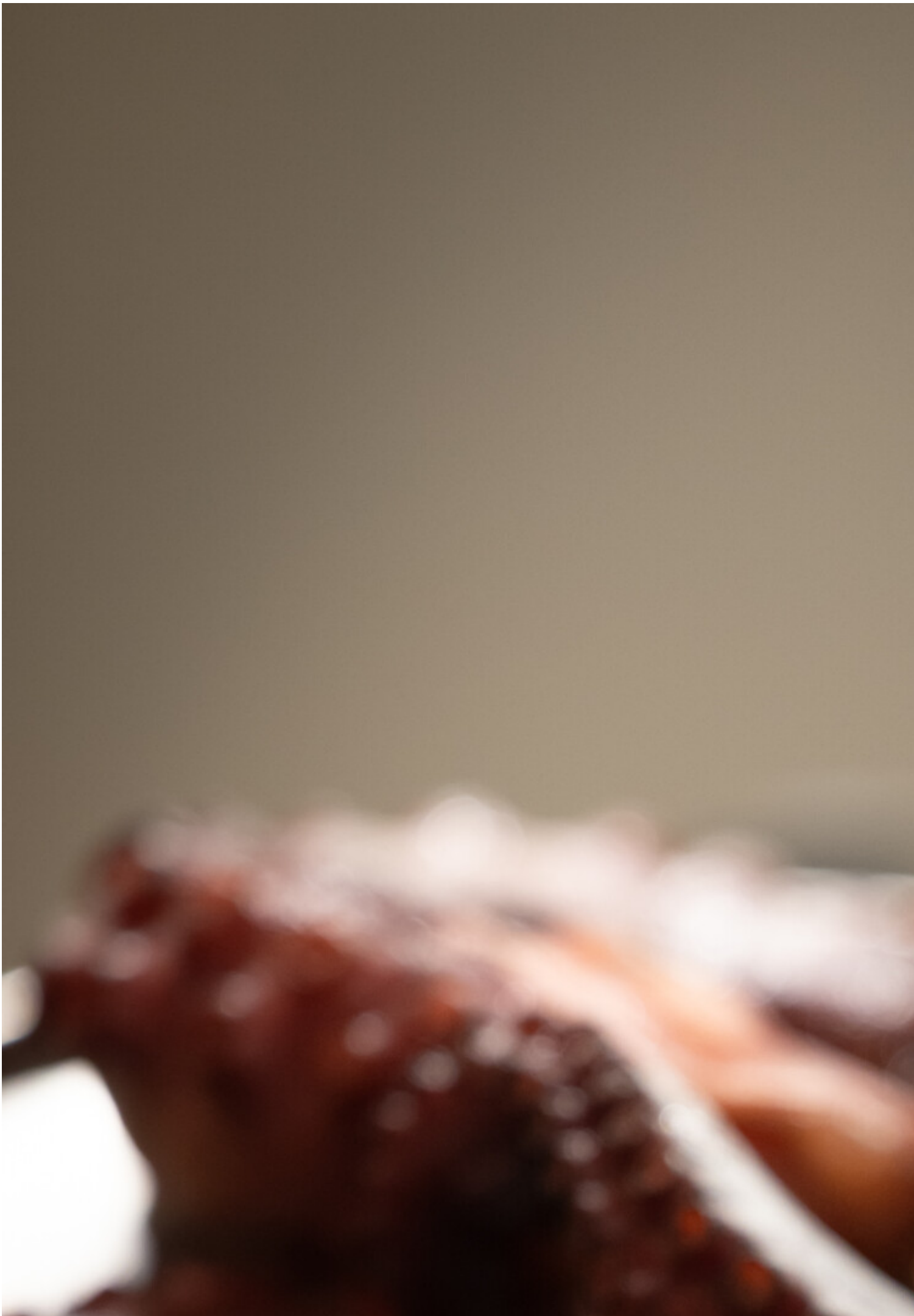






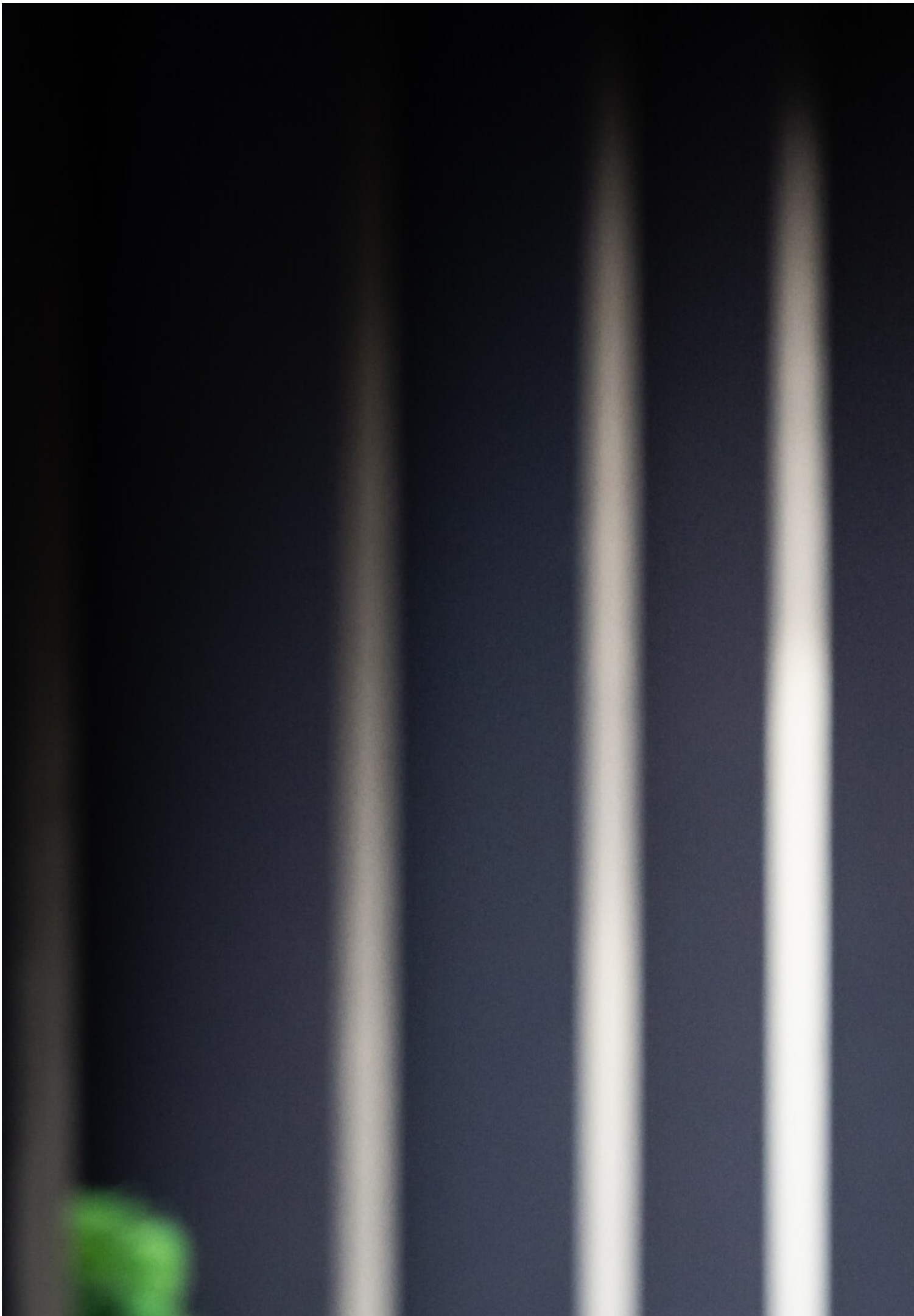

GIN
Ballantine's
















GIN



Yannis Xydias et Rémy Manso ajoutent une touche française à leur groupe (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
Les équipes opérationnelles de Mansogroup ont investi les lieux en moins de 7 jours. Une véritable prouesse (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
Au menu ? Plats traditionnels français et produits de la mer (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz)
Chic et élégante, cette nouvelle adresse a tout pour plaire à une clientèle business en semaine (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
En cuisine, l'accent est mis sur des produits de qualité (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
Chic et élégante, cette nouvelle adresse a tout pour plaire à une clientèle business en semaine (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
Azur est situé en lieu et place de l'ancien restaurant L'Avenue, à proximité de Auchan Kirchberg (crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).
(crédit : Laurent Antonelli / Agence Blitz).

« *Le bail a été signé le 1er janvier dernier et nous avons ouvert le 7* », dévoile Yannis Xydias, qui y voit « *une preuve de savoir-faire et de maturité.* »

Attablé à l'étage du nouveau restaurant, le cofondateur balaye du regard ces murs qui abritaient, très récemment encore, L'Avenue.

Mobilier entièrement renouvelé, ambiance cosy, peinture vive tirant vers un bleu méditerranéen profond, luminaires élégants : la mue se révèle spectaculaire. Une certitude, Azur affirme déjà sa propre identité au sein d'un groupe réputé pour sa gourmandise en matière de **découvertes culinaires**.

« *Depuis notre rencontre, nous avons exploré une vingtaine de concepts* », rappelle cet ancien consultant en informatique en évoquant Rémy Manso. Depuis le lancement de leur première affaire, le bar L'Epic, au cœur de l'îlot gastronomique derrière le **Palais grand-ducal**, le duo a patiemment grignoté des parts de marché. En comptabilisant le dernier-né azuréen, douze établissements composent désormais le groupe, dont neuf au Kirchberg, parmi lesquels *Il Tocco*, *El Barrio* ou encore *Piri Piri* — la plupart d'inspiration méditerranéenne.

## « Nous ne voulons pas nous cannibaliser »

[ Rémy Manso, cofondateur de Mansogroup ]

« *Avant de nous lancer dans un nouveau concept, nous analysons ce qui manque à notre offre. Nous ne voulons pas nous cannibaliser* », explique Rémy Manso, tablier estampillé Azur autour de la taille.

Le choix d'un restaurant français découle d'un raisonnement pragmatique, selon celui qui est formé à l'hôtellerie : « *Au-delà de sa richesse et de ses saveurs, la cuisine française est, techniquement, relativement "facile". Cela facilite le recrutement. Nous proposons des plats traditionnels, mais notre différence tient à la qualité des produits. Par exemple, notre cordon bleu est préparé avec une véritable entrecôte de veau, un jambon haut de gamme et du comté* ». L'influence azuréenne se retrouve aussi dans l'assiette, avec un **large choix de produits de la mer** : tartare de thon rouge, langoustines, Saint?Jacques, etc.

Quid du retour de la clientèle ? « *Excellent*, se délecte Yannis Xydias. *Le premier samedi, nous avons servi 120 couverts. Et les week-ends, nous affichons complet en soirée. C'est notre meilleur lancement.* » Jeu de mots facile mais approprié : Azur a déjà la cote. Et ce succès précoce conforte les ambitions expansionnistes du groupe.

Pourtant, Mansogroup avance dans un contexte morose pour le secteur Horeca. « *Comme les autres, nous subissons l'augmentation des coûts liés aux produits de qualité – sur lesquels nous ne transigerons jamais –, au prix de l'énergie ou encore à l'indexation des salaires, positive pour nos employés mais impactante pour notre payroll* », précise Yannis Xydias. Avant de révéler la formule qui permet à Mansogroup de ne pas répercuter ces charges sur la clientèle : « *Pour maintenir une **politique tarifaire** raisonnable, nous misons sur le volume. Cela nous permet de mutualiser nos frais fixes sur l'ensemble des restaurants et d'optimiser nos achats.* »

Pour terminer, une dernière indiscrétion : les dirigeants prévoient de rebrander le restaurant JFK, qui fêtera ses 10 ans cette année. Une manière pour Mansogroup, qui emploie plus de 400 collaborateurs et ambitionne un chiffre d'affaires approchant les **30 millions d'euros**, de maintenir la fraîcheur de son offre.

## Un programme de fidélisation à la carte

Parallèlement à son développement, le groupe a lancé « Ensemble by Mansogroup », un programme de fidélité conçu pour récompenser équitablement les clients tout en les encourageant à découvrir l'ensemble des restaurants du groupe.