



 **MICHELIN**

France

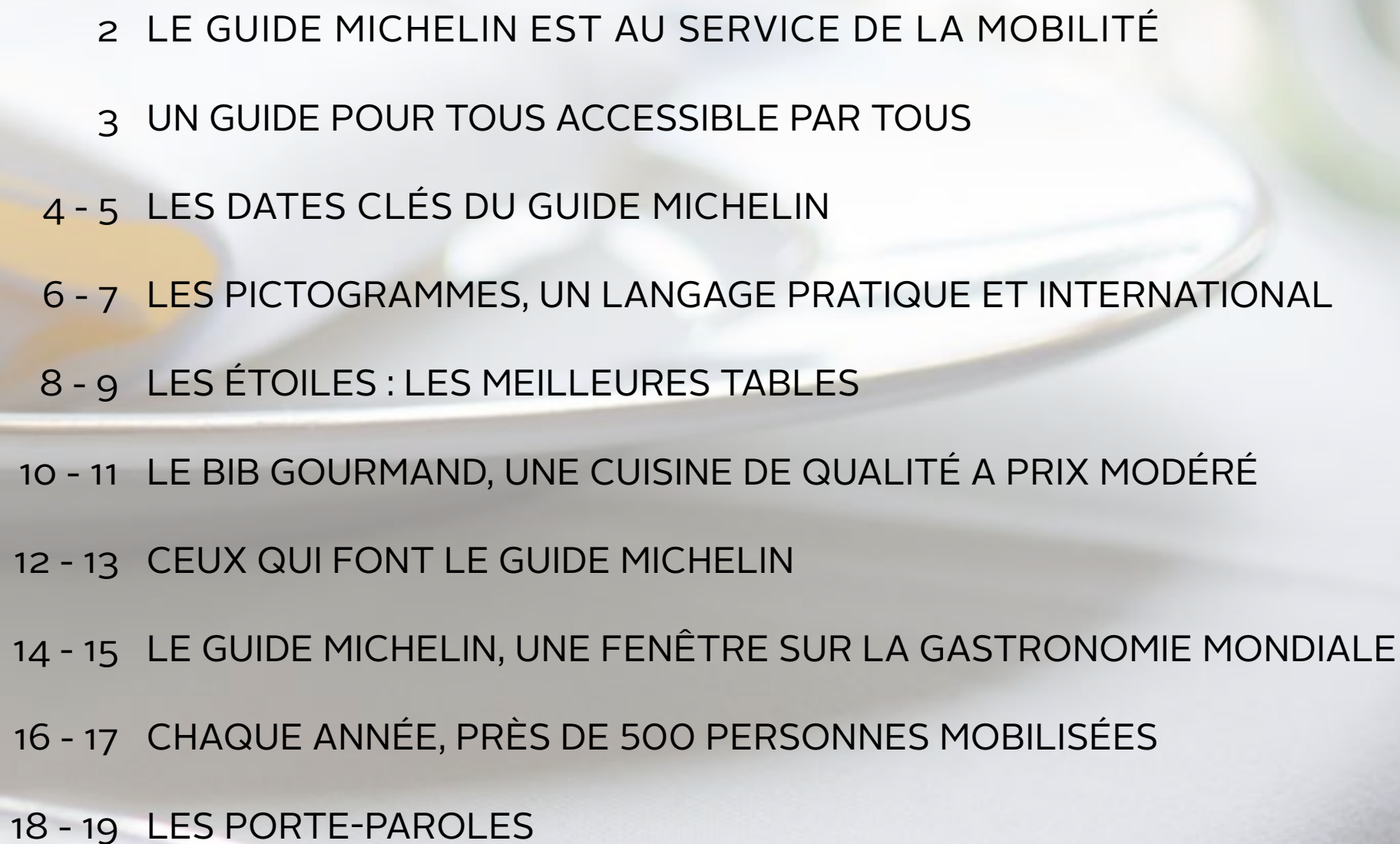
le guide
MICHELIN
2015

HOTELS RESTAURANTS

 **MICHELIN**

Sommaire



- 
- 2 LE GUIDE MICHELIN EST AU SERVICE DE LA MOBILITÉ
 - 3 UN GUIDE POUR TOUS ACCESSIBLE PAR TOUS
 - 4 - 5 LES DATES CLÉS DU GUIDE MICHELIN
 - 6 - 7 LES PICTOGRAMMES, UN LANGAGE PRATIQUE ET INTERNATIONAL
 - 8 - 9 LES ÉTOILES : LES MEILLEURES TABLES
 - 10 - 11 LE BIB GOURMAND, UNE CUISINE DE QUALITÉ A PRIX MODÉRÉ
 - 12 - 13 CEUX QUI FONT LE GUIDE MICHELIN
 - 14 - 15 LE GUIDE MICHELIN, UNE FENÊTRE SUR LA GASTRONOMIE MONDIALE
 - 16 - 17 CHAQUE ANNÉE, PRÈS DE 500 PERSONNES MOBILISÉES
 - 18 - 19 LES PORTE-PAROLES

DEPUIS PLUS D'UN SIÈCLE, LE GUIDE MICHELIN EST AU SERVICE DE LA MOBILITÉ

C'est de l'imaginaire d'André et Edouard MICHELIN, fondateurs du groupe du même nom, qu'est né le guide MICHELIN. Nous sommes alors en 1900, aux prémices de l'automobile puisque moins de 3000 automobilistes circulent sur les routes de France. Voyager relève souvent du périple car les parcours sont longs, les routes mal indiquées et parfois dangereuses. Malgré tout, les frères Michelin sont convaincus de l'avenir de l'automobile.



André & Édouard MICHELIN

Pour aider à son développement, et par là même à celui du groupe Michelin, ils décident de distribuer gratuitement aux automobilistes un petit guide rouge de 400 pages contenant de très nombreuses informations pratiques : comment changer un pneu, où faire le plein d'essence, où se restaurer et dormir...

20 ans plus tard, le guide devient payant. En effet, selon une anecdote, lors d'un passage chez un distributeur de pneus, André Michelin, indigné, constate que des guides servent à caler les pieds d'un établi. Parce que « l'homme ne respecte vraiment que ce qu'il paye », le guide sera alors disponible au prix de 7 francs. Cette même année, les restaurants font leur entrée dans le guide avec leur classification propre. Par ailleurs, la publicité disparaît et, pour la première fois, figure une liste d'hôtels parisiens. **L'aventure du guide MICHELIN est née !**

Au fil des années, armé d'une équipe d'inspecteurs anonymes qui sillonnent les routes du monde entier, le guide propose à ses lecteurs une sélection toujours plus enrichie des meilleurs établissements, hôtels comme restaurants, dans chaque catégorie de confort et de prix. Plus d'un siècle plus tard, le guide MICHELIN s'est imposé comme la référence mondiale des guides gastronomiques, tant auprès des professionnels que du grand public.

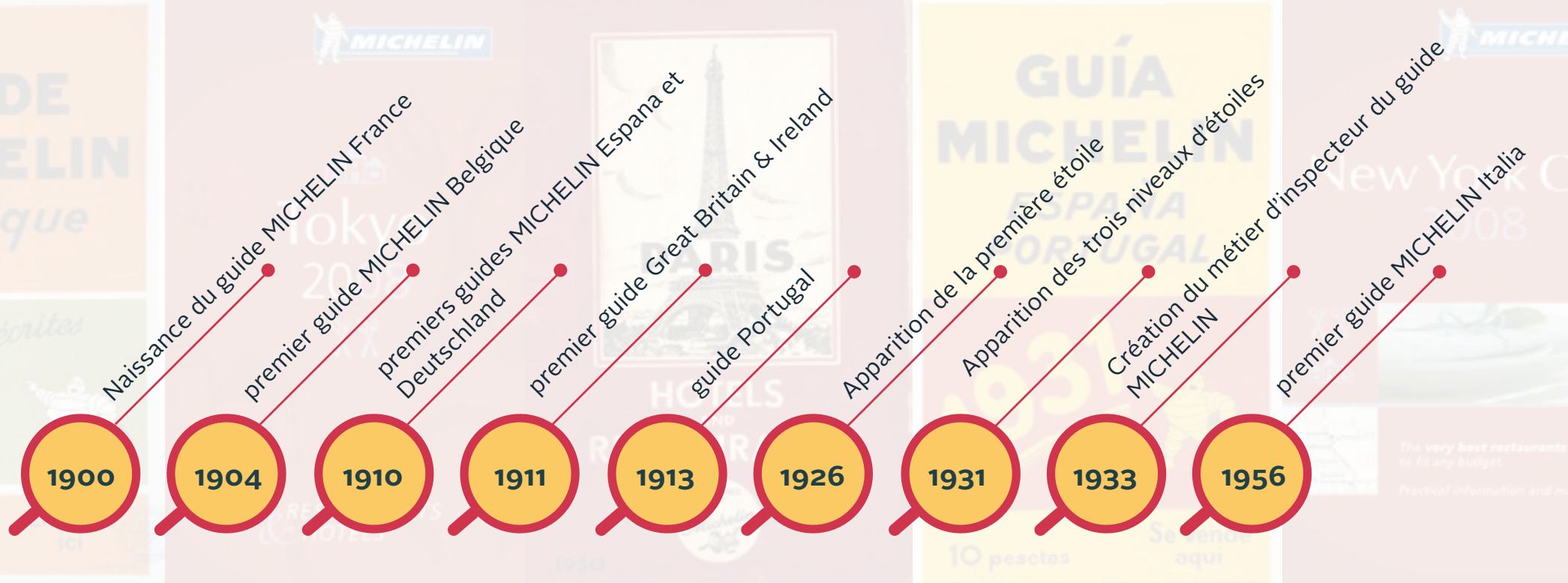
UN GUIDE POUR TOUS ACCESSIBLE PAR TOUS

Chaque lecteur peut trouver dans le guide MICHELIN l'hôtel ou le restaurant qui lui correspond. Pour chaque catégorie de confort et de prix (des hôtels les plus accueillants aux petites auberges les plus typiques, des grandes tables d'exception comme de petits bistrot), et quelles que soient les envies, le budget, le style d'établissement et de cuisine recherchés, le guide MICHELIN propose une très large sélection d'adresses rigoureusement testées par des inspecteurs professionnels et anonymes. **Si les étoiles sont les distinctions les plus médiatisées, elles ne représentent qu'à peine 10% de la sélection des guides!** Et pour offrir au lecteur l'information la plus fiable, chaque année toutes les données pratiques, les classements et les distinctions sont revus et mis à jour.

Attentif aux exigences de tous, tant en terme de qualité que de budget, le guide MICHELIN se doit également d'être accessible par tous, pour tous les usages. Evoluant sans cesse pour rester en prise avec son temps et soucieux de s'adapter à un style de vie de plus en plus mobile et nomade, **le guide MICHELIN est aujourd'hui multimodal et plus accessible que jamais**: sur papier bien évidemment, mais aussi dans les systèmes de navigation embarqués (GPS), sur internet et sur mobile (téléphones et tablettes numériques), le numérique permettant des approches nouvelles (recherche multi-critères, recherche de proximité, géolocalisation...).

Grâce à cette complémentarité entre papier et numérique, et **avec plus de 45 000 adresses sélectionnées partout dans le monde**, le guide MICHELIN aide au quotidien des millions de voyageurs dans leurs déplacements afin qu'ils soient toujours sous le signe du plaisir et de la sécurité. Cette mission du guide, qui existe depuis sa création en 1900, est aussi celle du groupe Michelin: offrir « **une meilleure façon d'avancer** ».





LES DATES CLÉS

DU GUIDE MICHELIN

1982

premier guide MICHELIN Main Cities of Europe

1997

Apparition des premiers textes dans le guide MICHELIN

2001

Création du site internet ViaMichelin

2005

Lancement du guide MICHELIN New York le guide MICHELIN aux Etats-Unis

2007

Premier guide en Asie, premier guide MICHELIN Tokyo Macau et naissance des Bib Hôtel

2008

Lancement de la première application pour smartphone

2009

Lancement du guide MICHELIN Rio & Sao Paulo, premier guide publié sur le continent sud américain;

2015

The MICHELIN g
HOTELS
& RESTAURANTS

NEW YORK
2013

Application loading...





5

LES PICTOGRAMMES, UN LANGAGE PRATIQUE ET INTERNATIONAL

Pour guider le lecteur dans ses choix, le guide MICHELIN utilise depuis 1900 un langage universel : les symboles, appelés « pictogrammes ».

Ceux-ci ont l'avantage d'être concis, de permettre une économie de place, de donner une information objective et neutre et d'être lisibles dans toutes les langues, puisqu'ils n'appartiennent à aucune !

Si à l'origine on comptait une vingtaine de symboles, il en existe aujourd'hui plus d'une centaine compréhensibles par tous, partout dans le monde. Ces pictogrammes donnent des indications très précises, par exemple sur les services proposés, mais aussi des informations plus générales qui permettent de classer les établissements sélectionnés selon le niveau de confort ou encore la qualité de la cuisine.

Ainsi, les établissements sont classés de  à  pour les hôtels, et de  à  pour les restaurants, c'est-à-dire de : « Assez confortable » à « Grand luxe et tradition ».

Au fil des années, au gré de l'évolution de la société, **les pictogrammes sont devenus de véritables témoins de leur époque** : certains pictogrammes ont disparu tandis que de nouveaux ont été créés. Par exemple en 1930, le guide MICHELIN signalait les hôtels où l'on s'éclaire encore au pétrole ou à la bougie, en 1955 les hôtels offrant une douche privée entre 1962 et 1966, l'interdiction des radios à transistor au restaurant, en 1972, la télévision dans la chambre ou encore en 1978, l'acceptation des cartes de crédit.

C'est seulement en 2000 que, sans renoncer au langage des signes qui ont largement contribué à forger l'identité du guide, les commentaires sont apparus pour la première fois dans le guide MICHELIN. Ces petits textes permettent de décrire chaque établissement cité, donnent des détails sur le style de cuisine, l'ambiance. Surtout, **ils traduisent le regard des inspecteurs MICHELIN sur chaque nouvelle sélection.**



LES ÉTOILES : LES MEILLEURES TABLES

Le guide MICHELIN reconnaît chaque année les tables les plus savoureuses en leur décernant des étoiles.

Parce qu'elles honorent les meilleures tables du monde, celles pour lesquelles la clientèle n'hésite pas à voyager pour venir s'offrir un grand moment de plaisir, l'attribution des étoiles - moment fort et singulier dans la vie d'un chef - répond à des critères stricts utilisés par tous les inspecteurs partout dans le monde. Ainsi, si l'on a coutume de dire que les étoiles sont « **dans l'assiette et uniquement dans l'assiette** », c'est parce que seule la qualité de l'assiette est évaluée. Le reste, qu'il s'agisse aussi bien de l'endroit, du décor, du service, des équipements proposés, n'est en aucun pris en compte.

Pour apprécier la qualité d'une table, **les inspecteurs s'appuient sur cinq critères, définis par Michelin : la qualité des produits ; la maîtrise des cuissons et des saveurs ; la personnalité de la cuisine ; le rapport qualité/prix ; et enfin la régularité, à la fois dans le temps et sur l'ensemble du menu.** Ces critères objectifs sont respectés par tous les inspecteurs du guide MICHELIN, qu'ils soient au Japon, aux Etats-Unis, en Chine ou en Europe. Ils sont la garantie d'une sélection homogène: peu importe l'endroit où l'on se trouve, **une étoile a la même valeur à Paris comme à New York ou à Tokyo.**

*** Cuisine remarquable, cette table vaut le voyage

** Cuisine excellente, cette table mérite le détour

* Une très bonne cuisine dans sa catégorie



Toutes les distinctions attribuées par le guide MICHELIN étant collégiales, les étoiles sont décernées lors de « sessions étoiles ». Présidées par le Directeur des guides MICHELIN, ces réunions de travail réunissent pour chaque pays l'ensemble des inspecteurs ainsi que le rédacteur en chef du pays. Elles peuvent durer plusieurs jours car, en cas de désaccord, l'établissement est visité à nouveau par un inspecteur différent, et ce jusqu'à ce qu'il y ait unanimité sur la sélection.

Les étoiles récompensent un restaurant, pour le travail de son chef et de son équipe, tous styles de cuisine confondus. Elles sont classées selon trois niveaux.



LE BIB GOURMAND,
UNE CUISINE DE QUALITÉ A
PRIX MODÉRÉ



Parce que l'engagement du guide MICHELIN est celui de la qualité pour tous, les inspecteurs ont toujours eu à cœur de dénicher les tables de qualité accessibles au meilleur prix. **D'ailleurs dès 1954, le guide précise les restaurants proposant des « repas soignés à prix modérés ».** Pour aider le lecteur à mieux identifier ces bonnes adresses, un symbole est même introduit pour la première fois **en 1970 : le R rouge (devenu « Repas » en 1992).**

En 1997 un dessinateur donne vie à ce symbole en lui attribuant les traits de Bibendum se pouléchant les babines : 🍷 Bib(endum) Gourmand est depuis devenu l'ambassadeur d'une cuisine authentique, bien faite et peu chère. **Il récompense en effet les meilleures adresses de qualité proposant un menu complet (entrée + plat + dessert) pour un prix modéré.**

Année après année, le Bib Gourmand rencontre un très vif succès tant auprès du public, avide de ces bons plans, que des professionnels, qui se sont emparés de ce créneau. Preuve de cet engouement, les inspecteurs constatent depuis quelques années que de plus en plus de restaurateurs sont soucieux de promouvoir une cuisine de qualité au meilleur prix, **conjuguant ainsi simplicité, convivialité, sincérité dans la cuisine et prix maîtrisés.**

Face au très large succès du Bib Gourmand, **ces adresses ont été reprises en France, au Benelux et en Espagne dans un guide spécifique, les « Bonnes Petites Tables du guide MICHELIN ».**



ILS FONT LE GUIDE MICHELIN

Les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration :

Garants de la qualité au quotidien, ce sont eux qui, par leur professionnalisme, leur recherche de l'excellence et leur volonté de satisfaire leurs hôtes, permettent à la sélection du guide MICHELIN d'exister et de se renouveler chaque année. Ainsi, le guide MICHELIN ne donne pas les tendances culinaires de demain : **il ne fait que constater celles d'aujourd'hui et refléter ainsi le dynamisme d'un secteur en constant mouvement.**

Les inspecteurs du guide MICHELIN :

Homme ou femme, jeune ou moins jeune, blond ou brun, mince ou un peu enrobé, gourmand et passionné : l'inspecteur Michelin est un client comme les autres. **Indépendant car salarié de Michelin**, professionnel de l'hôtellerie-restauration souvent formé dans une école hôtelière, **il effectue en moyenne chaque année 30 000 km, prend quelque 250 repas et dort dans plus de 160 hôtels afin de sélectionner les meilleurs hôtels et restaurants dans toutes les catégories de confort et de prix.** Anonyme, l'inspecteur se comporte comme un client normal. Il réserve dans les restaurants, commande, mange, ne prend jamais de note durant ses repas et paye l'intégralité de ses additions. C'est cet **anonymat** qui fait la force du guide MICHELIN. Pas de traitement de faveur : l'inspecteur a dans son assiette ce que les autres clients ont, ni plus ni moins. C'est uniquement après avoir payé l'addition, et en cas de besoin, que l'inspecteur peut se présenter pour obtenir des renseignements supplémentaires.

Les clients :

Très précieux pour le guide MICHELIN, le lecteur est depuis la naissance du guide une importante source d'information. D'ailleurs, depuis 1929, Michelin sollicite son avis grâce à un véritable questionnaire de satisfaction intégré dans le guide. **Quelques 45 000 courriers et e-mails sont également reçus chaque année** et permettent d'orienter les inspecteurs dans leurs visites et d'améliorer encore la qualité de la sélection. Outils de dialogues, porteurs de compliments ou de critiques, ces écrits sont **le baromètre permanent de la confiance mutuelle qui lie le guide MICHELIN à ses lecteurs.**

En un sens, lorsqu'il s'arrête au restaurant ou à l'hôtel, **chaque lecteur est lui-même un inspecteur !**

LE GUIDE MICHELIN, UNE FENÊTRE SUR LA GASTRONOMIE MONDIALE

Curieux et respectueux des spécialités locales, des traditions régionales et des savoir-faire nationaux, le guide MICHELIN est la vitrine de la gastronomie mondiale partout où il est présent. **Fort de sa méthode de sélection unique au monde** et homogène, le guide MICHELIN révèle chaque année le dynamisme de la gastronomie d'un pays, et met en lumière les nouvelles tendances culinaires et les talents de demain. **Il contribue ainsi au rayonnement de la gastronomie dans le monde.**

Dès 1904, soit quatre ans seulement après sa première parution en France, naît la collection internationale des guides MICHELIN avec le lancement du guide MICHELIN Belgique. Une collection qui, même si elle franchit année après année toujours plus de frontières, partage le même objectif de service aux chauffeurs et **est réalisée suivant les mêmes exigences et avec la même rigueur.**

Si l'Europe a rapidement été couverte par le guide MICHELIN, il faut attendre 2005 pour que le guide MICHELIN fasse ses premiers pas aux Etats-Unis, avec le lancement du guide MICHELIN New York City, suivi l'année suivante par le guide MICHELIN San Francisco. Fin 2007, c'est vers l'Asie, et plus particulièrement vers le Japon que le guide MICHELIN se tourne. Cette année-là, le premier guide MICHELIN Tokyo est publié en novembre et connaît immédiatement un très grand succès avec **plus de 120 000 exemplaires vendus en moins de 24 heures!** En 2008, la République populaire de Chine devient le 23ème pays à être couvert avec le guide MICHELIN Hong Kong Macau. Le dernier né des guides MICHELIN est lancé en mai 2013 : il s'agit du guide MICHELIN Hiroshima qui vient agrandir la collection des guides MICHELIN consacrés aux villes japonaises, après Tokyo-Yokohama-Shonan et Kyoto-Osaka-Kobé.





Aujourd'hui, la sélection des guides MICHELIN compte **23 guides, couvre 23 pays, 3 continents et répertorie plus de 45 000 adresses dans le monde**. Envié par beaucoup de villes et pays, le guide MICHELIN fait désormais partie du patrimoine culinaire de nombreux pays. Sa sortie, qui fait l'objet d'une attention médiatique toujours plus large, est **chaque année attendue avec impatience par les professionnels et le grand public**.

Ce développement international se conjugue bien sûr avec la politique de développement industriel du Groupe Michelin. Mais la qualité de la gastronomie du pays ou de la ville, le nombre de restaurants, (dont le nombre de restaurants « étoilables »), l'offre hôtelière et le nombre potentiel de lecteurs sont évidemment pris en compte pour l'étude du développement du guide rouge vers une nouvelle destination.



CHAQUE ANNÉE, PRÈS DE 500 PERSONNES MOBILISÉES

Homme ou femme, qu'ils soient au bureau ou sur la route, le but est le même : **toujours satisfaire les lecteurs**. La qualité est leur maître mot, la passion leur philosophie, la précision leur credo.

1. Le rédacteur en chef établit le programme de tournées de son équipe d'inspecteurs. Véritable « chef d'orchestre », il définit les secteurs à visiter et les distribue aux inspecteurs. Ainsi, chaque année, chaque inspecteur se voit attribuer un territoire dont il a la charge.

2. Les inspecteurs sont sur les routes. Trois semaines par mois, l'inspecteur est sur le terrain à la recherche des bonnes adresses. Il teste, découvre, confirme ou non la sélection d'un établissement... La quatrième semaine du mois, il rejoint les bureaux de Michelin afin de remettre ses rapports et faire le compte-rendu de ses trois semaines de tournée avec le rédacteur en chef. L'inspecteur profite de ces moments pour préparer sa prochaine tournée, réserver les tables et les hôtels.

3. L'attribution des distinctions. C'est lors des « séances étoiles » qui réunissent, deux fois par an, le rédacteur en chef du guide, les inspecteurs ainsi que le directeur des guides MICHELIN, que la décision d'attribuer une distinction est prise. Lors de ces séances, tous les inspecteurs se réunissent et se mettent d'accord sur la sélection. En cas de désaccord, l'établissement est testé à nouveau par un inspecteur différent. Les décisions étant collégiales, ce processus dure jusqu'à ce qu'il y ait unanimité des inspecteurs sur la sélection.

POUR RÉALISER LE GUIDE MICHELIN

4. La rédaction et la mise en page. Une fois les rapports de tournées remis, les informations sont transmises au responsable administratif qui met à jour les plans et les informations pratiques, et aux rédacteurs qui s'attèlent à l'écriture des commentaires du guide MICHELIN. Esprit de synthèse, qualités rédactionnelles sont les deux-maître mots de ces hommes et de ces femmes!

5. La phase de pré-presse. C'est celle qui précède l'impression du guide ; le moment où sont collectées toutes les informations qui se retrouveront imprimées dans les pages du guide : les textes, les plans de villes, les photos, etc. Tous ces éléments sont mis en page, puis transmis aux services et personnes concernées pour relecture: inspecteurs, service de la cartographie... Tout le monde se mobilise pour établir la version définitive du guide. Une fois la validation finale apportée, les fichiers partent chez l'imprimeur d'où ressortiront quelques semaines plus tard le fameux guide MICHELIN, qui sera ensuite acheminé aux quatre coins du pays vers les points de vente, **et achèvera son périple dans les mains des lecteurs!**

Entre temps, **à peine le guide mis sous presse, les inspecteurs ont repris leur chemin**, sillonnant les routes pour être toujours au fait de l'actualité en matière de bonnes tables et d'hébergements de qualité, et enrichir ainsi la prochaine édition du guide MICHELIN.

LES PORTE-PAROLE



Claire DORLAND CLAUZEL
Membre du Comité Exécutif du Groupe

Claire DORLAND CLAUZEL a rejoint Michelin en janvier 2008 en tant que membre du Comité Exécutif du Groupe. Elle dirige Communication, Marques, Affaires publiques ainsi que les activités Cartes & Guides de Michelin.

Claire DORLAND CLAUZEL est titulaire d'une maîtrise d'Histoire obtenue à l'université de Paris Sorbonne, d'un Doctorat de Géographie et est diplômée de l'Ecole Nationale d'Administration (promotion 1988, « Montaigne »).

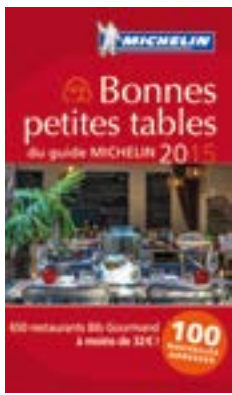
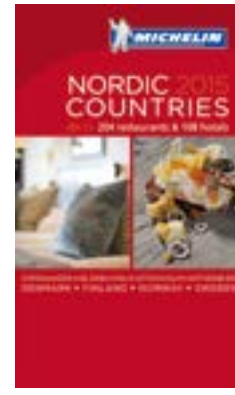




Michael ELLIS Directeur International des guides MICHELIN

Né à New-York, ce franco-américain, passionné de gastronomie, a tout d'abord suivi une formation de restaurateur aux Etats-Unis et en Europe. Il a ensuite effectué toute sa carrière comme Manager à l'International, travaillant dans le domaine des vins et spiritueux, le tourisme et le packaging. Il rejoint le Groupe Michelin en 2007, comme Vice-President Marketing and Sales de la Division 2 roues de Michelin. En Août 2011, Michael ELLIS est nommé Directeur International des guides MICHELIN.

Michael ELLIS, 56 ans, est diplômé d'un Master en Relations Internationales de l'Université Johns-Hopkins de Washington DC et d'un MBA à l'INSEAD, promotion 1987. Il parle couramment l'anglais, le français, l'espagnol, l'italien et le portugais.



Service de Presse
Michelin
27 cours de l'île Seguin
92100 Boulogne-Billancourt

service-de-presse@fr.michelin.com
+33(0)1.45.66.22.22

