

Le régime post-Mad Men

Oh qu'elle est loin, l'époque où le lunch des patrons d'agences de publicité et autres chefs d'entreprise ressemblait à celui de la série *Mad Men*, avec beaucoup de whisky, beaucoup de steak, beaucoup de pommes de terre.

Place au Perrier, aux légumes verts, aux poissons grillés et autres recettes d'inspiration méditerranéenne qui font les beaux jours de restaurants remplis de gens d'affaires le midi, comme Ferreira Café ou le Renoir.

«Et ce n'est pas juste à cause des femmes, lance Olivier Perret, le chef du Renoir. Les hommes ont complètement embarqué!»

La chaîne d'hôtels Sofitel, dont le Renoir fait partie, a depuis un moment détecté la tendance et offre dans ses restaurants un sous-menu allégé avec un «branding» précis: de-light. *Delight* comme dans délice en anglais, alors que *light* signifie aussi léger. «Ici, ça marche très bien, note-t-il. Les gens veulent se sentir bien nourris mais en même temps, prêts à être de nouveau productifs.»

M. Perret affirme que le quart des plats vendus dans son restaurant est conçu pour faire partie du plan de-light.

Isabelle Gauthier, porte-parole de Bombardier Aéronautique, explique que cette volonté des chefs d'entreprise de bien manger fait partie des raisons d'avoir un chef en résidence. Ainsi, on peut lui demander directement de mettre l'accent sur les légumes, de diminuer les gras de cuisson.

«Les décideurs ne veulent pas se sentir fatigués après le repas», note le chef privé de Bombardier, Patrick Morrissette. «La plupart des exécutifs ont des idées claires sur leur alimentation, ajoute M^{me} Gauthier. Ils veulent optimiser leur hygiène de vie, s'entraînent. Une saine alimentation s'inscrit là-dedans.»

Au petit-déjeuner aussi, les habitudes changent, note M. Perret. Les oeufs et le bacon font place aux fruits et aux yaourts concentrés, très protéinés, à la grecque.

«Le matin, ajoute-t-il, il y a même maintenant une salade de crevettes qui marche très bien!»