



Revue Media

02/06/23



Onclusive On your side

Sommaire

À Mérignac, le pôle tertiaire 45e Parallèle en phase de décollage sudouest.fr - 30/05/2023	6
Mérignac : le 45e Parallèle en phase de décollage Sud Ouest Bordeaux Agglo - Bordeaux Agglo - 31/05/2023	10
Le 45e Parallèle prend vie au pied de l'aéroport de Bordeaux- Mérignac La Tribune - 27/05/2023	12
NOUVEAU : Le plus grand concept-store déco de Gironde ouvre ses portes bougerabordeaux.com - 29/05/2023	15
Le 45e Parallèle prend vie au pied de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac Latribune.fr - 26/05/2023	17
ILS ONT OSÉ 18 lauréats avec le Réseau Entreprendre Adour Presselib.com - 24/05/2023	20
Fabrique de Styles ouvre un concept-store déco Géant au Mascaret à Bègles quoifaireabordeaux.com - 23/05/2023	22
Fabrique de Styles ouvre le plus grand concept store déco de Gironde le 3 juin, à Bègles [Publi-info] sudouest.fr - 23/05/2023	29
A constaté que cela bougeait un peu dans la rue Taillefer, à Périgueux. L'enseig Sud Ouest Dordogne - Dordogne - 22/05/2023	31
Chez Eat Salad, on compose sa salade sur-mesure Ouest France Bayeux Caen - Bayeux Caen - 17/05/2023	32
"Un concept dans l'ère du temps" L'Officiel de la Franchise - 17/05/2023	33
PARIS : Saisonniers, cette chaine préfère s'en passer Presseagence.fr - 15/05/2023	34
Dix ans après, quel bilan pour les Rives de l'Orne ? Ouest France Bayeux Caen - Bayeux Caen - 13/05/2023	36
VEGETAL Les nouvelles offres alternatives Boisson Restauration Actualités - BRA - 01/05/2023	37
ENTRETIEN. Dix ans après l'ouverture, quel bilan pour les Rives de l'Orne à Caen ? Ouest-france.fr - 12/05/2023	46
Une nouvelle enseigne de restauration ouvre aux Rives de l'Orne à Caen actu.fr - 10/05/2023	48
PARIS : Objectif physique, la nutrition est la clé Presseagence.fr - 10/04/2023	49
SANTE : Objectif physique, la nutrition est la clé pa-sport.fr - 10/04/2023	51
2 Se lancer en franchise, partez à la pêche aux infos...! Franchise & Concept(s) - Eco Réseau - 22/03/2023	53
Un restaurant Eat Salad va ouvrir aux Rives de l'Orne Ouest France Bayeux Caen - Bayeux Caen - 21/03/2023	55

Un nouveau souffle sur les restaurants palois larepubliquedespyrenees.fr - 17/03/2023	56
Les restaurants palois profitent d'un second souffle L'Eclair Pyrénées - 18/03/2023	62
Les restaurants palois profitent d'un second souffle La République des Pyrénées - 18/03/2023	64
Ces commerçants qui parient sur la rue Taillefer Sud Ouest Dordogne - Dordogne - 17/03/2023	66
Périgueux : ces commerçants qui parient sur la rue Taillefer sudouest.fr - 16/03/2023	68
Un restaurant Eat Salad va ouvrir aux Rives de l'Orne à Caen Ouest-france.fr - 16/03/2023	72
Eat Salad L'Officiel de la Franchise - 14/03/2023	73
Eat Salad ouvre un deuxième restaurant dans l'agglomération L'Eclair Pyrénées - 11/03/2023	74
Eat Salad ouvre un deuxième restaurant dans l'agglomération La République des Pyrénées - 11/03/2023	75
Pau : solaire, salade, grève... 5 infos à ne pas manquer ce vendredi larepubliquedespyrenees.fr - 10/03/2023	76
Épopée Gestion : 5.000 m2 de Nexity à Mérignac (33) La Lettre M2 - 01/03/2023	82
Eat Salad ouvre un deuxième restaurant dans l'agglomération paloise larepubliquedespyrenees.fr - 09/03/2023	83
Mérignac : Nexity cède le Turin à Epopée Gestion Immo Hebdo - 08/03/2023	85
BG2V, conseil d'Épopée Gestion dans le cadre de l'acquisition, auprès de Nexity, de l'immeuble de bureaux « Turin » lemondedudroit.fr - 06/03/2023	86
Activité immobilière : focus sur 5 transactions et investissements entre janvier et février 2023 cities.newstank.fr - 03/03/2023	87
Commerces à Coutras : le plein de nouvelles enseignes leresistant.fr - 05/03/2023	91
L'OPPCI d'Épopée Gestion gagne les terres bordelaises cfnewsimmo.net - 02/03/2023	93
OPPCI Epopée Immo Rendement I : Epopée Gestion acquiert un actif de bureaux près de Bordeaux lecourrierfinancier.fr - 02/03/2023	94
Epopée Gestion acquiert l'immeuble « Turin », à Mérignac immoweb.fr - 02/03/2023	96
Mérignac : un immeuble neuf dans le patrimoine d'Épopée Gestion Businessimmo.com - 02/03/2023	97
PARIS : Franchise Expo avec l'enseigne de restauration rapide Eat Salad Presseagence.fr - 01/03/2023	99

La franchise, un modèle solide qui a toujours le vent en poupe dans l'hôtellerie et la restauration rapide et thématique Hr-Infos.fr - 27/02/2023	101
B Ces commerces qui ferment Liberté - Bonhomme Libre - 23/02/2023	104
Le plein de nouvelles enseignes Le Résistant - 23/02/2023	105
Eat Salad participe au salon Franchise Expo Paris 2023 toute-la-franchise.com - 11/02/2023	106
Le mercato des commerces à Langon : le point sur les arrivées et les fermetures sudouest.fr - 09/02/2023	108
Commerces : le point sur les arrivées et les fermetures Sud Ouest Gironde - Langonnais - Réolais - Gironde - Langonnais - Réolais - 10/02/2023	113
Bar à salade (Villeurbanne) maydaymag.fr - 08/02/2023	115
21:58:16 Restaurations rapides M6 - Capital - 05/02/2023	117
BURGER KING sur M6 M6 - Capital - 05/02/2023	118
Vaisselle réutilisable dans les fast food : comment les restaurants s'adaptent-ils à la loi Agec ? toute-la-franchise.com - 31/01/2023	119
Eat Salad veut grandir vite et franchir en deux ans la barre des 175 unités Neorestaurant.com - 26/01/2023	123
Uber à Brest : une soirée dans la peau d'un livreur Réserve aux abonnés letelegramme.fr - 24/01/2023	124
Uber à Brest : une soirée dans la peau d'un livreur Le Télégramme Brest - Brest - 25/01/2023	126
ESPACES D'ENTREPRISES [33] Adenes va déménager son site de Bordeaux-Lac sur Mérignac (45e Parallèle) Newsletter - APS - Aquitaine Presse (16H) - 18/01/2023	128
Quel type de restaurant ouvrir en franchise ? beaboss.fr - 16/01/2023	129
Des intérieurs stylisés L'Univers de la Maison - 01/01/2023	132
Salad & Co, sous les feux la rampe avec une première vitrine en centre-ville lillois pour la franchise Snacking.fr - 04/01/2023	140
Ce qui a changé au premier janvier, en France, en Europe et dans le monde lesfrancais.press - 03/01/2023	143
Comment les fast-foods vont remplacer la vaisselle jetable Sud Ouest - 31/12/2022	147
Fin des emballages jetables : les fast-foods investissent et des clients pas totalement convaincus Europe1.fr - 01/01/2023	149
Fin des emballages jetables : les fast-foods investissent et des clients pas totalement convaincus Msn (France) - 01/01/2023	151

Fin des emballages jetables : les fast-foods investissent et des clients pas totalement convaincus Yahoo ! (France) - 02/01/2023	152
Comment les fast-foods vont remplacer la vaisselle jetable Sud Ouest Bordeaux Agglo - Bordeaux Agglo - 31/12/2022	153
Consommation : comment les fast-foods vont remplacer les emballages jetables à partir du 1er janvier sudouest.fr - 29/12/2022	155
EAT SALAD continue son développement en franchise avec un nouvel établissement à La roche-sur-yon franchise-commerce.fr - 25/12/2022	158
EAT SALAD s'installe à La roche-sur-yon masterfranchise.fr - 23/12/2022	159
COMMERCE. Moryne et Julien ouvrent une enseigne Eat Salad zone nord Le Journal du Pays Yonnais - 22/12/2022	160
La Roche-sur-Yon : Moryne et Julien ouvrent une enseigne Eat Salad zone nord actu.fr - 19/12/2022	161
Eat Salad continue son ancrage territorial dans l'ouest de la France toute-la-franchise.com - 17/12/2022	162
PARIS : Eat Salad, la restauration rapide saine, c'est possible ! Presseagence.fr - 09/12/2022	164
Des astronautes font pousser des tomates dans l'espace usbeketrica.com - 06/12/2022	166
Dans la zone des Avenauds, les restos sont à l'agonie La Charente Libre Angoulême - Angoulême - 05/12/2022	168
La fédération Shop in Dijon prépare des animations pour Noël K6fm.com - 29/11/2022	170
NOËL : Les animations de Shop in Dijon infos-dijon.com - 26/11/2022	172



À Mérignac, le pôle tertiaire 45e Parallèle en phase de décollage

Ce site construit et aménagé par Nexity accueille l'hôtel Sheraton, le centre d'affaires Blue Bamboo et un immeuble de bureaux.

Une première phase pour ce programme qui souhaite créer sa propre synergie près de l'aéroport D epuis la terrasse de l'hôtel Sheraton, la vue sur l'aéroport de Bordeaux-Mérignac est imprenable. Les eaux claires de la piscine panoramique chauffée scintillent sous le soleil de mai et peuvent accueillir les premiers nageurs. On aperçoit au loin la tour de contrôle dessinée par Philippe Starck, qui a inspiré la forme du centre d'affaires Blue Bamboo, voisin de l'hôtel, véritable totem planté au rond-point donnant accès à l'entrée de l'aérogare. Avec son design arrondi et argenté, il est représentatif d'un paysage urbain qui évolue dans ce secteur desservi depuis la fin du mois d...

D epuis la terrasse de l'hôtel Sheraton, la vue sur l'aéroport de Bordeaux-Mérignac est imprenable. Les eaux claires de la piscine panoramique chauffée scintillent sous le soleil de mai et peuvent accueillir les premiers nageurs. On aperçoit au loin la tour de contrôle dessinée par Philippe Starck, qui a inspiré la forme du centre d'affaires Blue Bamboo, voisin de l'hôtel, véritable totem planté au rond-point donnant accès à l'entrée de l'aérogare. Avec son design arrondi et argenté, il est représentatif d'un paysage urbain qui évolue dans ce secteur desservi depuis la fin du mois d'avril par la ligne A du tramway. Un emplacement présenté comme « stratégique ».

177 chambres et suites

Nous sommes sur le pôle tertiaire 45 e Parallèle, un programme immobilier construit et aménagé par Nexity. La première phase de ce projet d'envergure est livrée depuis peu (lire par ailleurs). Le navire amiral, l'hôtel Sheraton (quatre étoiles) a ouvert ses portes le 16 janvier pour une montée en charge qui s'est achevée en mars. Propriété du groupe Naos, il comprend 177 chambres et suites réparties sur les cinq étages d'un bâtiment tout en courbes, conçu par le cabinet d'architectes Lacrouts et Massicault, représenté ici principalement par Laura Portier. L'établissement comprend un bar, un restaurant (L'Eden), un espace bien-être, un business corner ou encore un étage VIP avec, entre autres, une suite de plus de 90 mètres carrés. Il prévoit de recevoir, en 2023, une clientèle constituée à plus de 60 % par le tourisme d'affaires. Les touristes de loisirs étant surtout attendus cet été, selon le directeur des ventes, Sylvain Loubet.

Sur 6 hectares Le programme immobilier, qui est loin d'être terminé, est prévu sur une parcelle de plus de 6 hectares dont 2 hectares d'espaces verts. L'ensemble immobilier, situé sur le domaine aéroportuaire, représentera une surface de 40 000 mètres carrés, à terme, lorsque tous les bâtiments seront bâtis. Actuellement, à peine la moitié a déjà été construite. Le site est doté d'une centrale géothermique qui doit réduire la consommation d'énergie de ce projet, qui marie hôtellerie, bureaux et services.

Le centre d'affaires Blue Bamboo, pour l'organisation de séminaires, est accessible depuis le hall de l'hôtel et depuis l'extérieur. Il appartient, lui aussi, au groupe Naos qui l'a acheté à Nexity. Il est déjà en service sur une surface de près de 1 400 mètres carrés, avec son plateau de 700 mètres carrés modulables et ses différentes salles à l'étage, notamment un espace de coworking.

Des immeubles de bureaux

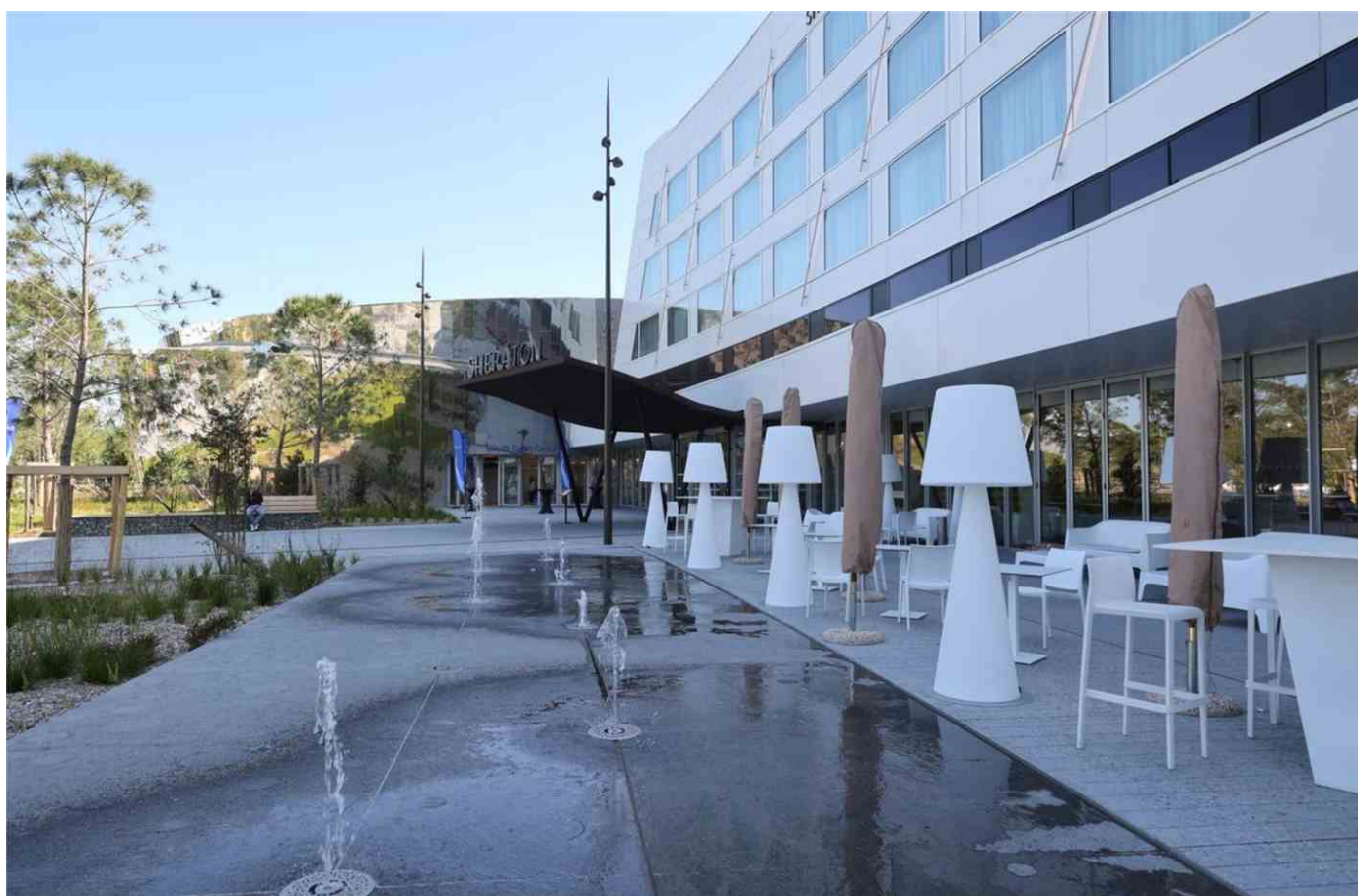


Cet ensemble tertiaire mixte, structuré autour d'un jardin central, comprend également un parking silo de 483 places sur six niveaux, doté, en rez-de-chaussée, d'un local commercial. En face, s'élève le premier des quatre immeubles de bureaux annoncés au total. Il s'agit du Turin (5 000 mètres carrés) qui est entièrement commercialisé et accueille notamment la société de coworking Flex-O sur deux niveaux, Adenes, Aérospacelab et le restaurant Eat Salad. Il a été acquis par l'entreprise Épopée Gestion. Dans les années qui viennent, trois autres immeubles de bureaux, portant des noms de lieux situés sous le 45 e parallèle au nord ou au sud, doivent sortir de terre. Il s'agit du Wanaka, en cours de commercialisation mais pas encore construit, qui devrait être livré en 2026. Viendront ensuite le Portland et le Fundy, pour lesquels aucune échéance n'est communiquée. Des négociations sont en cours. « Le projet doit réunir différents opérateurs qui travailleront ensemble »

Enfin, le site accueillera, peut-être en 2027, un autre hôtel quatre étoiles, sous l'enseigne Moxy. Il sera d'une capacité de 158 chambres, avec piscine et boulodrome.

« Avec ce pôle tertiaire 45 e Parallèle, nous avons voulu bâtir un outil moderne tourné vers le business, témoignait vendredi 26 mai, Yves Cadelano, le directeur général de Nexity Entreprises en visite sur place aux côtés, notamment, de Carlo Tamanini, directeur du développement de Nexity Immobilier d'entreprises à Bordeaux. C'est aujourd'hui une tendance de fond, pour qu'il soit opérationnel, le projet doit réunir différents opérateurs qui travailleront ensemble, que ce soit des hôtels, des commerces, des bureaux... Ensemble, ils sont plus forts. »

Selon ses concepteurs, ce nouveau pôle, situé à proximité de l'entrée de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac, cherche à constituer sa propre synergie à partir des compétences multiples de ses occupants, qui seront de plus en plus nombreux au cours des prochaines années dans ce secteur économiquement porteur.



<https://media.sudouest.fr/15326939/1200x-1/20230526175025-fabc4659.jpg>



<https://media.sudouest.fr/15326939/1000x500/20230526175025-fabc4659.jpg?v=1685454957>



<https://media.sudouest.fr/15326939/1200x-1/20230526175041-fabc473.jpg?v=1685454957>



<https://media.sudouest.fr/15326939/1200x-1/20230526175046-fabc4691.jpg?v=1685454957>

Le 45e Parallèle en phase de décollage

Mérignac Ce site accueille l'hôtel Sheraton, le centre d'affaires Blue Bamboo et un immeuble de bureaux. Une première phase pour ce programme qui souhaite créer sa propre synergie près de l'aéroport

Christine Morice

Mérignac

Le 45e Parallèle en phase de décollage

Ce site accueille l'hôtel Sheraton, le centre d'affaires Blue Bamboo et un immeuble

de bureaux. Une première phase pour ce programme qui souhaite créer

sa propre synergie près de l'aéroport Sur 6 hectares

Le programme immobilier, qui est loin d'être terminé, est prévu sur une parcelle de plus de 6 hectares dont 2 hectares d'espaces verts. L'ensemble immobilier, situé sur le domaine aéroportuaire, représentera une surface de 40000 mètres carrés, à terme, lorsque tous les bâtiments seront bâtis. Actuellement, à peine la moitié a déjà été construite. Le site est doté d'une centrale géothermique qui doit réduire la consommation d'énergie de ce projet, qui marie hôtellerie, bureaux et services.

Depuis la terrasse de l'hôtel Sheraton, la vue sur l'aéroport de Bordeaux-Mérignac est imprenable. Les eaux claires de la piscine panoramique chauffée scintillent sous le soleil de mai et peuvent accueillir les premiers nageurs. On aperçoit au loin la tour de contrôle dessinée par Philippe Starck, qui a inspiré la forme du centre d'affaires

Blue Bamboo, voisin de l'hôtel, véritable totem planté au rond-point donnant accès à l'entrée de l'aérogare. Avec son design arrondi et argenté, il est représentatif d'un paysage urbain qui évolue dans ce secteur desservi depuis la fin du mois d'avril par la ligne A du tramway. Un emplacement présenté comme « stratégique ».

Nous sommes sur le pôle tertiaire 45e Parallèle, un programme immobilier construit et aménagé par Nexity. La première phase de ce projet d'envergure est livrée depuis peu (lire cadre). Le navire amiral, l'hôtel Sheraton (quatre étoiles), a ouvert ses portes le 16 janvier pour une montée en charge qui s'est achevée en mars. Propriété du groupe Naos, il comprend 177 chambres et suites réparties sur les cinq étages d'un bâtiment tout en courbes, conçu par le cabinet d'architectes Lacrouts et Massicault, représenté ici principalement par Laura Portier. L'établissement comprend un bar, un restaurant (L'Eden), un espace bien-être, un business corner ou encore un étage VIP avec, entre autres, une suite de plus de 90 mètres carrés. Il prévoit de recevoir dès cette année, une clientèle constituée à plus de 60% par le tourisme d'affaires, les touristes de loisirs étant surtout

attendus cet été, selon le directeur des ventes, Sylvain Loubet.

Le centre d'affaires Blue Bamboo, pour l'organisation de séminaires, est accessible depuis le hall de l'hôtel et depuis l'extérieur. Il appartient, lui aussi, au groupe Naos qui l'a acheté à Nexity. Il est déjà en service sur une surface de près de 1400 mètres carrés, avec son plateau de 700 mètres carrés modulables et ses différentes salles à l'étage, notamment un espace de coworking. Cet ensemble tertiaire mixte, structuré autour d'un jardin central, comprend également un parking silo de 483 places sur six niveaux, doté, en rez-de-chaussée, d'un local commercial. En face, s'élève le premier des quatre immeubles de bureaux annoncés au total. Il s'agit du Turin (5000 mètres carrés) qui est entièrement commercialisé et accueille notamment la société de coworking Flex-O sur deux niveaux, Adenes, Aérospacelab et le restaurant Eat Salad. Il a été acquis par l'entreprise Épopée Gestion. Dans les années qui viennent, trois autres immeubles de bureaux, portant des noms de lieux situés sous le 45e parallèle au nord ou au sud, doivent sortir de terre. Il s'agit du Wanaka, en cours de commercialisation mais pas encore construit, qui devrait être livré en

2026. Viendront ensuite le Portland et le Fundy, pour lesquels aucune échéance n'est communiquée. Des négociations sont en cours. Enfin, le site accueillera, peut-être en 2027, un autre hôtel quatre étoiles, sous l'enseigne Moxy. Sa capacité sera de 158 chambres, avec piscine et boulodrome.

« Avec ce pôle tertiaire 45e Parallèle, nous avons voulu bâtir un outil moderne tourné vers le business », témoignait vendredi Yves Cadelano, le directeur général de Nexity Entreprises, en visite sur place aux côtés, notamment, de Carlo Tamanini, directeur du développement de Nexity Immobilier d'entreprises à Bordeaux. « C'est aujourd'hui une tendance de fond : pour qu'il soit opérationnel, le projet doit réunir différents opérateurs qui travailleront ensemble, que ce soit des hôtels, des commerces, des bureaux... Ensemble, ils sont plus forts. »

Selon ses concepteurs, ce nouveau pôle, situé à proximité de l'entrée de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac, cherche à constituer sa propre synergie à partir des compétences multiples de ses occupants, qui seront de plus en plus nombreux au cours des prochaines années dans ce secteur économiquement porteur.



L'hôtel Sheraton est ouvert depuis janvier au sein de ce pôle tertiaire situé sur la zone aéroportuaire. photos Fabien Cottureau / « SO »



L'hôtel Sheraton est ouvert depuis janvier au sein de ce pôle tertiaire situé sur la zone aéroportuaire. photos Fabien Cottureau / « SO »

RÉGIONS / NOUVELLE AQUITAINE

Le 45e Parallèle prend vie au pied de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac



Les réservations sont ouvertes depuis le 16 janvier 2023 à l'hôtel Sheraton (4 étoiles) dont l'architecture fait volontairement écho à un fuselage d'avion. (Crédits : Tristan Deschamps)

Hélène Lerivrain

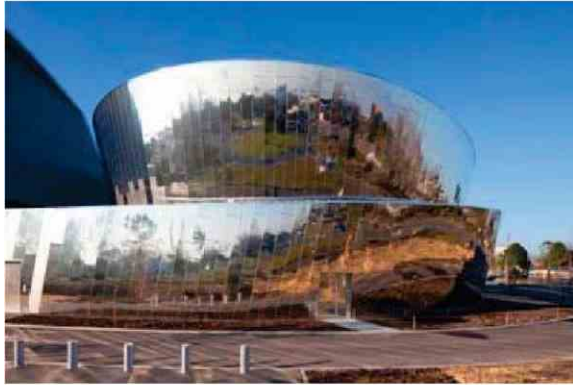
Visible par toute personne qui se rend à l'aéroport de Bordeaux-Mérignac, le site du 45e Parallèle, un ensemble tertiaire mixte, a commencé à prendre vie. L'hôtel Sheraton (4 étoiles) et le centre d'affaires exploités par le groupe Naos ont accueilli leurs premiers clients en début d'année. Le premier bâtiment de bureaux de 5.000 m², livré en 2022, est entièrement loué. 17.000 m² ont été construits sur les 40.000 attendus.

« Il est encore trop tôt pour dresser un bilan alors que nous montons progressivement en charge depuis le début de l'année, mais un peu plus de quatre mois après le lancement des premières réservations pour l'hôtel Shareton, la clientèle est au rendez-vous. Les indicateurs sont bons, la e-réputation aussi », assure Sylvain Loubet, directeur régional des ventes pour Naos.

Le groupe est le propriétaire et l'exploitant de l'hôtel 4 étoiles et du centre d'affaires qui le jouxte, le Blue Bamboo, sur le site du 45e Parallèle. Cet ensemble tertiaire mixte réalisé par Nexity Entreprise Promotion et dessiné par le cabinet d'architectes Lacrouts & Massicault se situe à l'entrée de la zone aéroportuaire de Bordeaux-Mérignac. L'établissement est tourné à plus de 60 % vers le tourisme d'affaires. Ce sont en tout cas les prévisions pour 2023. Le loisir devrait prendre le relais entre le 14 juillet et le 15 août.

« Le centre d'affaires fait très fort très vite »

« Le centre d'affaires qui s'étend sur 1.300 m² a fait très fort très vite », assure Sylvain Loubet. « Preuve qu'il en manquait sur Mérignac et même au-delà, au sein de la métropole bordelaise où les établissements sont parfois vieillissants. »



Le centre d'affaires, Blue Bamboo, dont l'architecture fait écho à la tour de contrôle de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac. (Crédits : Tristan Deschamps).

C'est précisément sur la localisation et le standing que le promoteur et aménageur met l'accent. « *L'acoustique est particulièrement bonne sur le plateau de 700 m2 du rez-de-chaussée* », insiste Ghislaine Seguin, directrice générale déléguée de Nexity Promotion. 350 personnes peuvent y être accueillies assises pour un événement professionnel, voire 600 en format debout. À l'étage, 600 autres m2 sont également disponibles au travers de sept salles dont un espace de co-working et deux salles immersives avec écrans jusqu'à l'utilisation de casques de réalité virtuelle. « *Ce type d'offre va de plus en plus être demandé* », assure Sylvain Loubet. Un constructeur de maisons individuelles en a déjà fait l'expérience.

De la même manière, « *les clients commencent à être très regardants sur le volet environnemental d'un site pour un événement professionnel. En l'occurrence, l'ensemble du 45e Parallèle sera alimenté en chaud et en froid par une centrale géothermique* », révèle Sylvain Loubet. « *Cela permet de consommer moitié moins d'énergie et l'énergie consommée sera renouvelable à 60 %* », complète Yves Cadelano, directeur général de Nexity Entreprises qui précise viser la labellisation BREEAM (Building research establishment environmental assessment method) niveau good ou supérieur pour l'ensemble du parc, l'hôtel étant déjà certifié.

Un ensemble mixte de 40.000 m2

Car le Shareton et son centre d'affaires font bel est bien partie d'un ensemble. Si 17.000 m2 ont d'ores et déjà été construits sur

une surface de six hectares dont deux réservés à des espaces verts, 40.000 m2 de bâtiments sont annoncés.



Vue d'ensemble du 45ème parallèle. (crédits : Cabinet Lacrouts & Massicault).

À ce stade, le premier immeuble de bureaux de 5.000 m2 livré en 2022 est entièrement loué par le restaurant Eat Salad au rez-de-chaussée, et dans les étages supérieurs par les entreprises Flex-O, Aerospacelab, acteur du newspace et Adenes dans l'assurance. Un second, non construit, est en cours de commercialisation. Objectif : le livrer à horizon 2026, tout comme le second hôtel davantage « lifestyle » avec toits terrasses, l'idée étant aussi de miser sur le volet destination.



Le premier bâtiment de bureaux livré, le Turin. (crédits : Tristan Deschamps).

C'est ce que l'on appelle un ensemble mixte, avec des bureaux, de la restauration, de l'hébergement. « *Mais la mixité, c'est aussi et surtout des entités qui fonctionnent ensemble bien que les propriétaires soient différents* », insiste Yves Cadelano. « *Une synergie est en train de se mettre en place* », complète Ghislaine Seguin. Le groupe Naos a signé en effet hier un partenariat avec Flex-O qui propose des postes de travail, des salles de réunion, un espace événementiel privatisable et 250 m2 de coworking.

« Sachant qu'ils ne disposent pas d'hébergements, nous mettons en place des tarifs préférentiels pour que leurs clients accèdent à nos services. De la même façon, quand notre centre d'affaires



sera entièrement privatisé, nos coworkers pourront se rendre dans leurs locaux. Cela va dans les deux sens et c'est gagnant gagnant », témoigne Sylvain Loubet.

« Vertueux pour l'économie locale »

L'aéroport est lui-même « gagnant » dans le cadre de cette opération puisque le terrain lui appartient. La concession a été prolongée pour une durée de 55 ans.

« Cela permet à l'aéroport de sécuriser des revenus. C'est vertueux pour l'économie locale », souligne Yves Cadelano.

Et cerise sur le gâteau, **la cité des savoirs aéronautiques et spatiaux baptisée Tarmaq**, initialement prévue à proximité du site de Dassault à Mérignac, devrait finalement voir le jour à proximité de l'aéroport et donc derrière le 45e Parallèle. *« C'est une très bonne nouvelle »*, commente Sylvain Loubet.

Nexity Entreprise Promotion a jusqu'à présent investi une trentaine de millions d'euros sur ce site. *« La valeur du projet total à la sortie s'élèvera à 120 millions d'euros »*, rappelle Ghislaine Seguin. ■



NOUVEAU : Le plus grand concept-store déco de Gironde ouvre ses portes



Clément BINZil y a 24 heures

0 12 437 3 minutes de lecture

Fabrique de Styles dévoile son nouveau joyau de la décoration à Bègles le samedi 3 juin ! Le plus grand concept-store déco de Gironde s'installe dans la toute nouvelle zone commerciale du Mascaret. Avec une surface impressionnante de 2000m², cette ouverture promet une expérience shopping inédite, offrant les plus belles marques pour la maison.

Le plus grand concept-store de décoration de la

Gironde ouvre ses portes à Bègles Mascaret (Rives d'Arcins) le samedi 3 juin. Il s'agit du quatrième magasin de la marque en Gironde, après Bordeaux (Cours de l'Intendance), Arès et Langon, et également le plus grand avec une surface de 2000 m². Cette nouvelle boutique propose les plus belles marques pour tous les aspects de la maison : décoration, mobilier, épicerie fine, bien-être, plantes fraîches, articles pour enfants, et bien plus encore.

Pour célébrer cette ouverture, une offre spéciale sera disponible pour l'ouverture : une pochette de surprises made in France sera offerte aux 100 premiers clients, ainsi que 10 € de réduction pour toute souscription au programme de fidélité. Près de cent marques dans le domaine de la maison se retrouvent sur 2000 m² au sein de ce magasin de décoration XXL qui ouvrira ses portes le samedi 3 juin, à l'adresse suivante : Rue Denis Papin – Centre Commercial le Mascaret 33130 Bègles.

Après avoir ouvert 20 magasins partout en France, l'enseigne dont le siège social est à Bègles, inaugure ce nouveau concept-store XXL pour la quatrième fois en Gironde, après Bordeaux Cours de l'Intendance, Arès et Langon. Ce nouveau magasin de Bègles

Mascaret, proposera sur 2000 m² près d'une centaine de marques françaises et européennes, avec des espaces dédiés au mobilier.

À l'origine de Fabrique de Styles en 2018 se trouve une équipe bordelaise composée de passionnés de décoration : Marion aux achats, Candice au marketing, Aurélie au développement, Xavier à la logistique, Rodolphe au web et Quentin au pilotage du projet. Tous travaillaient alors dans le domaine de la décoration et connaissaient ce secteur comme leur poche. Ils ont constaté que les petites marques avaient parfois du mal à se faire une place face aux géants du marché. Ils ont donc imaginé des magasins tels que des concept-stores XXL, qui pourraient offrir une véritable visibilité à ces jolies marques et à leur savoir-faire. 2018 a marqué la naissance des premiers magasins Fabrique de Styles, avec une offre diversifiée, originale et de qualité, valorisant le made in France et le made in Europe. Aujourd'hui leurs rayons comptent 30% de made in France et 15% de made in Europe.

Une sélection pointue de marques dans tous les domaines de la maison Opinel, Fermob, Durance, Le Comptoir de Mathilde... Ces marques sont appréciées du grand public, mais ne sont pas toujours faciles à trouver. C'est là tout l'enjeu de Fabrique de Styles, qui découvre des pépites et met en lumière des marques reconnues pour la qualité de leurs produits. Le critère essentiel pour Marion Baby, responsable de l'offre et du merchandising de l'enseigne, est de choisir des marques pointues qui dictent les tendances.

La boutique se trouvera dans le tout nouveau Retail Park Le Mascaret. C'est plus de 14 200 m² à Bègles, près des Rives d'Arcins. Après 2 ans et demi de travaux, c'est rue Denis Papin à Bègles que s'ouvre cette nouvelle zone commerciale de 14 200m² répartis en 3 bâtiments. L'ensemble s'étend sur plusieurs niveaux, avec notamment, au premier étage, des restaurants dotés de terrasses. Le Mascaret mise sur une offre diversifiée comprenant des enseignes de décoration, de cuisine, de sport et de restauration (**Eat Salad**, La Cage, Nobi Nobi...). Cette offre vient compléter et renouveler celle du reste de la zone.

Plus d'infos

La Fabrique de Styles

Intendance, Langon, Arès et Bègles (ouverture le samedi 3 juin)

Site Web • Instagram • Facebook



Le 45e Parallèle prend vie au pied de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac

Visible par toute personne qui se rend à l'aéroport de Bordeaux-Mérignac, le site du 45e Parallèle, un ensemble tertiaire mixte, a commencé à prendre vie. L'hôtel Sheraton (4 étoiles) et le centre d'affaires exploités par le groupe Naos ont accueilli leurs premiers clients en début d'année. Le premier bâtiment de bureaux de 5.000 m2, livré en 2022, est entièrement loué. 17.000 m2 ont été construits sur les 40.000 attendus.

Les réservations sont ouvertes depuis le 16 janvier 2023 à l'hôtel Sheraton (4 étoiles) dont l'architecture fait volontairement écho à un fuselage d'avion. (Crédits : Tristan Deschamps)

« Il est encore trop tôt pour dresser un bilan alors que nous montons progressivement en charge depuis le début de l'année, mais un peu plus de quatre mois après le lancement des premières réservations pour l'hôtel Shareton, la clientèle est au rendez-vous. Les indicateurs sont bons, la e-réputation aussi », assure Sylvain Loubet, directeur régional des ventes pour Naos.

Le groupe est le propriétaire et l'exploitant de l'hôtel 4 étoiles et du centre d'affaires qui le jouxte, le Blue Bamboo, sur le site du 45e Parallèle Cet ensemble tertiaire mixte réalisé par Nexity Entreprise Promotion et dessiné par le cabinet d'architectes Lacrouts & Massicault se situe à l'entrée de la zone aéroportuaire de Bordeaux-Mérignac. L'établissement est tourné à plus de 60 % vers le tourisme d'affaires. Ce sont en tout cas les prévisions pour 2023. Le loisir devrait prendre le relais entre le 14 juillet et le 15 août.

Le trafic rebondit à l'aéroport de Bordeaux-Mérignac avec 92 destinations pour l'été 2023

« Le centre d'affaires fait très fort très vite »

« Le centre d'affaires qui s'étend sur 1.300 m2 a fait très fort très vite », assure Sylvain Loubet. « Preuve qu'il en manquait sur Mérignac et même au-delà, au sein de la métropole bordelaise où les établissements sont parfois vieillissants. »

Le centre d'affaires, Blue Bamboo, dont l'architecture fait écho à la tour de contrôle de l'aéroport de Bordeaux-Mérignac. (Crédits : Tristan Deschamps).

C'est précisément sur la localisation et le standing que le promoteur et aménageur met l'accent. *« L'acoustique est particulièrement bonne sur le plateau de 700 m2 du rez-de-chaussée », insiste Ghislaine Seguin, directrice générale déléguée de Nexity Promotion. 350 personnes peuvent y être accueillies assises pour un événement professionnel, voire 600 en format debout. À l'étage, 600 autres m2 sont également disponibles au travers de sept salles dont un espace de co-working et deux salles immersives avec écrans jusqu'à l'utilisation de casques de réalité virtuelle. « Ce type d'offre va de plus en plus être demandé », assure Sylvain Loubet. Un constructeur de maisons individuelles en a déjà fait l'expérience.*

De la même manière, *« les clients commencent à être très regardants sur le volet environnemental d'un site pour un événement professionnel. En l'occurrence, l'ensemble du 45e Parallèle sera alimenté en chaud et en froid par une centrale géothermique », s'être demandé », assure Sylvain Loubet. Un constructeur de maisons individuelles en a déjà fait l'expérience.*

De la même manière, *« les clients commencent à être très regardants sur le volet environnemental d'un site pour un événement professionnel. En l'occurrence, l'ensemble*

du 45e Parallèle sera alimenté en chaud et en froid par une centrale géothermique », révèle Sylvain Loubet. « Cela permet de consommer moitié moins d'énergie et l'énergie consommée sera renouvelable à 60 % », complète Yves Cadelano, directeur général de Nexity Entreprises qui précise viser la labellisation BREEAM (Building research establishment environmental assessment method) niveau good ou supérieur pour l'ensemble du parc, l'hôtel étant déjà certifié.

Géothermie : la batterie souterraine d'Absolar veut décarboner l'industrie

Un ensemble mixte de 40.000 m2

Car le Shareton et son centre d'affaires font bel est bien partie d'un ensemble. Si 17.000 m2 ont d'ores et déjà été construits sur une surface de six hectares dont deux réservés à des espaces verts, 40.000 m2 de bâtiments sont annoncés.

Vue d'ensemble du 45ème parallèle. (crédits : Cabinet Lacrouts & Massicault).

À ce stade, le premier immeuble de bureaux de 5.000 m2 livré en 2022 est entièrement loué par le restaurant **Eat Salad** au rez-de-chaussée, et dans les étages supérieurs par les entreprises Flex-O, Aerospacelab, acteur du newspace et Adenes dans l'assurance. Un second, non construit, est en cours de commercialisation. Objectif : le livrer à horizon 2026, tout comme le second hôtel davantage « lifestyle » avec toits terrasses, l'idée étant aussi de miser sur le volet destination.

Le premier bâtiment de bureaux livré, le Turin. (crédits : Tristan Deschamps).

C'est ce que l'on appelle un ensemble mixte, avec des bureaux, de la restauration, de l'hébergement. « Mais la mixité, c'est aussi et surtout des entités qui fonctionnent ensemble bien que les propriétaires soient différents », insiste Yves Cadelano. « Une synergie est en train de se mettre en place », complète Ghislaine Seguin. Le groupe Naos a signé en effet hier un partenariat avec Flex-O qui propose des postes de travail, des salles de réunion, un espace événementiel privatisable et 250 m2 de coworking.

« Sachant qu'ils ne disposent pas d'hébergements, nous mettons en place des tarifs préférentiels pour que leurs clients accèdent à nos services. De la même façon, quand notre centre d'affaires sera entièrement privatisé, nos coworkers pourront se rendre dans leurs locaux. Cela va dans les deux sens et c'est gagnant gagnant », témoigne Sylvain Loubet.

Bureaux, entrepôts, locaux d'activité : les ressorts du marché bordelais en 2023

« Vertueux pour l'économie locale »

L'aéroport est lui-même « gagnant » dans le cadre de cette opération puisque le terrain lui appartient. La concession a été prolongée pour une durée de 55 ans.

« Cela permet à l'aéroport de sécuriser des revenus. C'est vertueux pour l'économie locale », souligne Yves Cadelano.

Et cerise sur le gâteau, la cité des savoirs aéronautiques et spatiaux baptisée Tarmaq, initialement prévue à proximité du site de Dassault à Mérignac, devrait finalement voir le jour à proximité de l'aéroport et donc derrière le 45e Parallèle. « C'est une très bonne nouvelle », commente Sylvain Loubet.

Nexity Entreprise Promotion a jusqu'à présent investi une trentaine de millions d'euros sur ce site. « La valeur du projet total à la sortie s'élèvera à 120 millions d'euros », rappelle Ghislaine Seguin.

Newsletter - Nouvelle Aquitaine

Du lundi au vendredi, à 19h, recevez l'essentiel de l'actualité de la région Nouvelle Aquitaine

Inscription à la newsletter Nouvelle Aquitaine

Du lundi au vendredi, les dernières actualités Dans votre boîte mail à 19h

Créer un compte J'ai déjà un compte Merci pour votre inscription !

Dernière étape : confirmez votre inscription dans l'email que vous venez de recevoir.

Pensez à vérifier vos courriers indésirables.

À très bientôt sur le site de La Tribune et dans nos newsletters,

La rédaction de La Tribune.

Inscription à la newsletter L'Actualité économique de Bordeaux et de Nouvelle-Aquitaine

Chaque jeudi, les dernières actualités Dans votre boîte mail à 9h

Voulez-vous souscrire à la newsletter ?

Inscription à la newsletter Nouvelle Aquitaine

Du lundi au vendredi, les dernières actualités Dans votre boîte mail à 19h

Connexion à mon compte J'ai n'ai pas encore de compte Merci pour votre inscription !

À très bientôt sur le site de La Tribune et dans nos newsletters,

La rédaction de La Tribune.

Vous êtes déjà inscrit !

Découvrez l'ensemble des newsletters de La Tribune

La rédaction de La Tribune

Je découvre Réinitialisez votre mot de passe

Merci de saisir l'adresse mail fournie lors de la création de votre compte, un email vous sera envoyé avec vos informations de connexion.

Email envoyé !

Un e-mail contenant vos informations de connexion a été envoyé.

À très bientôt sur le site de La Tribune et dans nos newsletters,

La rédaction de La Tribune.

S'inscrire à la newsletter Nouvelle Aquitaine



ILS ONT OSÉ 18 lauréats avec le Réseau Entreprendre Adour



Cet évènement phare et fédérateur du Réseau aura pour thème « Cap ou Pas Cap ? » qui donnera un fil rouge pour une présentation de ces nouveaux entrepreneurs, aussi déterminés qu'enthousiastes.

Il faut savoir que cette promotion 2022 a en perspective la création de 156 emplois à 3 ans. Pour se développer, ils ont bénéficié de 475.000 € en prêts d'honneur, mais aussi (et surtout) de plus de 6.000 heures de la part de chefs d'entreprise expérimentés.

Les lauréats de la promotion 2022

- Guillaume Brillat et Nicolas Girent (Mecameto à Lons)
- Florent Cabanne et Arnould Paris (**Eat Salad** à Lescar)
- Alexandre Cayla (Palais des thés à Bayonne)
- Damien Colsy et Julien Landart (Mellow Sea à Bidart)
- Quentin Deslandres (Pains Deslandres à Pau)
- Alexandre Fillon et Clément Lemoine-Scelles (Datxa à Anglet)
- Adrien Francine (Les Tontons Boiseurs à Saint-Vincent-de-Tyrosse)
- Sylvain Gallard (Yamaha Claudet Moto à Lons)
- Loïc Gauthier et Tiphany Hayet (Courant Sauvage à Dax)
- Mathieu Jouan (Limbis à Puyoo)
- Laure et Quentin Lagarde (Cœur de frais à Lescar)
- Pascal Lannebère et Jérôme Sarciat (D'Artigues Foie Gras à Pomarez)
- Cyrille Lapeyre (B2B Concept Steel à Bagnères-de-Bigorre)
- Antonin Laurent (Lookup à Saint-Jean-de-Luz)
- Sandra Lonca (Atelier Sandra Lonca à Pau)
- Patxi et Marilyn Massonde (Domaine Mont-Riant à Jurançon)
- Vianney Pépin (Extradry à Bayonne)

- Richard Quetand (Spar à Astis et Thèze).

Pour réserver votre place, rendez-vous sur la billetterie en ligne, cliquez ici

Informations sur le site internet de Réseau Entreprendre Adour



Fabrique de Styles ouvre un concept-store déco Géant au Mascaret à Bègles



- Actus
- Bons plans
- Shopping

Julien

•

il y a 12 heures

89



0

Facebook

Retour aux sources pour l'enseigne de décoration multimarques béglaise Fabrique de Styles qui ouvre son 21^{ème} magasin dans le retail park nouvelle génération "Le Mascaret" à Bègles (Rives d'Arcins). Une centaine de marques de l'univers de la maison sont réunies sur 2000m2 dans ce magasin de déco XXL qui ouvrira le samedi 3 juin : Rue Denis Papin – Retail Park le Mascaret 33130 Bègles

Après avoir ouvert 20 magasins partout en France, l'enseigne au siège social béglaise (rue Radio Londres) ouvre un nouveau concept-store XXL pour la 4^{ème} fois en Gironde après Bordeaux Cours de l'Intendance, Arès et Langon. Tout près du siège social de l'enseigne, ce nouveau magasin de Bègles Mascaret proposera sur 2000m2 une

centaine de marques françaises et européennes dans des corners dédiés : meubles, décoration, plantes, épicerie, bien-être, cadeaux, enfants... Ouverture prévue du Fabrique de Styles Bègles le 3 juin.

Découvrez leur salon et mobilier de Jardin **ICI**.

Le projet imaginé comme un "flagship*" pour l'enseigne proposera un mobilier renouvelé et de nouvelles mises en ambiances pour les marques. *point de vente emblématique au niveau national.

Des surprises pour l'ouverture le 3 juin

L'enseigne béglaise met les petits plats dans les grands pour gâter les clients de ce nouveau magasin : découvrez ce NOUVEAU magasin **ICI**

- Des cartes cadeaux cachées dans la ville en amont de l'ouverture, une chasse au trésor à suivre sur leur page Facebook et leur compte instagram @fabriquedestyles.
- Une pochette de surprises made in France offerte* pour les 100 premiers clients le samedi 3 juin, et pour tous les autres : 10€ offerts au prochain passage en caisse pour toute souscription au programme de fidélité.
- Des dégustations de gâteaux et thés glacés offertes toute la journée du 3 juin.



Découvrez le Mascaret à Bèglesle retail park nouvelle génération de 14 200m2 à Bègles près des Rives-d'Arcins.

Après 2 ans et demi de travaux, c'est rue Denis Papin à Bègles que s'ouvre ce nouveau retail park de 14 200m2 divisé en 3 bâtiments. L'ensemble se déclinera sur plusieurs niveaux, avec notamment, au premier étage, des restaurants bénéficiant de toits-terrasses. Le Mascaret fonde son attractivité sur une offre riche en enseignes de décoration (Fabrique de Styles, Poltronsofà...), de cuisinistes, de sport (Fitness Park) ou de restauration (**Eat Salad**, la Cage, Nobi Nobi...). Une offre renouvelée et complémentaire du reste de la zone.

Fabrique de Styles imaginé à Bègles il y a 4 ans, la marque compte aujourd'hui 21 magasins partout en France.

Aux origines de Fabrique de Styles en 2018, il y a une équipe bordelaise formée par des

passionnés de déco : Marion aux achats, Candice au Marketing, Aurélie au Développement, Xavier à la logistique et Rodolphe au web.

Tous travaillent à l'époque dans la décoration, et connaissent ce secteur comme leur poche. Ils savent que les petites marques ont parfois du mal à se faire une place face aux mastodontes du marché. Alors, ils imaginent des magasins comme des concept-store XXL, qui pourraient offrir une vraie visibilité à toutes ces jolies marques, et à leur savoir-faire.





2018 marque la naissance des premiers magasins Fabrique de Styles : une offre diversifiée, originale, de qualité et qui valorise le made in France et le made in Europe. 4 ans plus tard, l'enseigne made in Bègles compte 21 magasins dans toute la France.

L'enseigne s'implante majoritairement en zone commerciale, en périphérie de grandes villes, afin d'offrir la qualité des plus belles marques, au plus grand nombre.

Une sélection pointue de marques dans tous les univers de la maison

Opinel, Fermob, Durance ou encore le Comptoir de Mathilde, ces marques sont appréciées du grand public, mais pas toujours faciles à dénicher. C'est tout l'enjeu de Fabrique de Styles, qui découvre des pépites et met en lumière des marques reconnues pour la qualité de leurs produits.

Un seul critère pour Marion Baby, responsable offre et merchandising de l'enseigne : des marques pointues qui font les tendances. Et elle ne se limite pas à la déco, mais à tout ce qui peut inspirer notre quotidien : de l'épicerie inventive, des cosmétiques green,

des plantes, des affiches régionales...



« Je prends soin de sélectionner des marques qui sont expertes et pionnières dans leurs domaines. Comme Naturalys et leurs terrariums made in France, Omy qui ont popularisé les colorriages ou encore Opinel et ses couteaux qu'on ne présente plus. »

Fabrique de Style Bègles : Une volonté de valoriser le made in France et made in Europe

Aujourd'hui, les rayons des magasins Fabrique de Styles comptent 30% de produits made in France et environ 15% de made in Europe. L'origine des produits et l'histoire de la marque sont valorisés dans les rayons pour informer et orienter les clients.

On y trouve par exemple les huiles la Tourangelle, les célèbres couteaux Opinel, les moulins Peugeot Saveurs, Sophie la Girafe, Naturalys et leurs terrariums ou encore les affiches de Marcel Travel Posters...

Indéniablement la nouvelle pépite du centre commercial le mascaret à Bègles.

Des coups de coeur made in Gironde chez Fabrique de Style BèglesLe savez-vous ? De nombreuses marques de décoration ont leur siège social en Gironde :

- Haomy Textile (Pessac) : on retrouve leur textile en lin et gaze de coton au rayon linge de lit, salle de bain, cuisine et même jardin avec leur collection de coussins et chiliennes outdoor
- Corep (Bègles) : ce fabricant français de luminaires fabrique une grande partie de ses produits à Bègles. Forcément, ils ont pignon sur rayon dans la section luminaires du magasin.
- Sema Design (Bègles) : cette jolie marque de décoration séduit par ses motifs et ses collections toujours tendances, on retrouve une large partie de leur offre dans les rayons décoration du magasin.
- Côté Table (Bègles) : Née de l'amour des belles tables, c'est la marque de décoration chic et intemporelle qui allie élégance et modernité, à retrouver également dans les rayons décoration.
- Margot & Tita (Bordeaux) : de jolis parfums naturels et accessibles, le tout fabriqués en France et imaginé à Bordeaux, à découvrir au rayon senteur du magasin.

Des canapés made-in-France à créer sur-mesure

Découvrez au centre du magasin, dans l'espace meubles, une sélection de mobilier à emporter ou à commander. Des tables, chaises, meubles de rangements et des canapés sélectionnés pour leur design, leur qualité et leur prix, toujours au plus juste.





Côté canapés, 90% des références sont made in France, fabriqués sur demande et livrés en 8 semaines. Ils sont entièrement personnalisables : coloris, matière, nombre de places, convertible ou non, forme des pieds, etc.

Des nouveautés tous les mois

Toute l'année, l'enseigne propose des nouveautés en fonction des saisons : collection de la rentrée, spécial mobilier, déco et cadeaux de Noël, accessoires pour le jardin...

Tous les mois, les rayons à l'entrée du magasin se renouvellent pour présenter la nouvelle collection en cours. Actuellement, la clientèle du magasin peut retrouver une collection jardin avec du mobilier et des accessoires déco.

Un concept store déco immense

Fabrique de Styles Bègles

Rue Denis Papin -Retail Park Le Mascaret 33130 Bègles (derrièreKiloutou)

Horaires d'ouverture : du lundi au samedi de 10h à 20h



Fabrique de Styles ouvre le plus grand concept store déco de Gironde le 3 juin, à Bègles

[Publi-info]

L'enseigne de décoration multimarque Fabrique de Styles ouvre le 3 juin son 21^e magasin dans la toute nouvelle zone commerciale Le Mascaret, à Bègles.

Sur une surface de 2000 m² ce nouveau magasin XXL accueillera une centaine de marques de l'univers de la maison

Depuis 2018, Fabrique de styles a déjà ouvert 20 magasins en France, dont trois en Gironde, à Bordeaux, Langon et Arès. Mais le lancement du concept-store de Bègles, le 3 juin prochain, n'est pas une ouverture comme les autres.

D'abord parce que c'est à Bègles que se situe le siège de la société, qui ne sera donc qu'à quelques mètres de ce nouveau magasin ; c'est en effet une équipe bordelaise de passionnés de déco qui est à l'origine de Fabrique de Styles.

Un magasin d'exception

Ensuite parce que le projet se démarque clairement par sa dimension XXL : le concept-store s'étend sur une surface de 2000 m² et accueillera pas moins d'une centaine de marques, françaises et européennes. Un véritable vaisseau amiral pour la société. Les clients pourront y trouver un corner pour chaque marque représentée, tant pour les meubles, au centre du magasin, que pour la décoration, le bien-être, les enfants, les cadeaux, l'épicerie ou les plantes.

L'entrée du magasin sera consacrée aux produits de saison et évoluera donc tout au long de l'année : collection de la rentrée, spécial mobilier, déco et cadeaux de Noël, accessoires pour le jardin... Tous les mois, les rayons se renouvelleront pour présenter la nouvelle collection en cours. Pour l'ouverture, la clientèle du magasin pourra retrouver des articles de jardin avec du mobilier et des accessoires.

Des marques pionnières

Opinel, Fermob, Durance, Moulin Roty, le Comptoir de Mathilde... Les marques proposées sont appréciées du grand public et reconnues pour leur savoir-faire et leur habileté à créer les tendances : « Je prends soin de sélectionner des marques qui sont expertes et pionnières dans leurs domaines, comme Naturalys avec ses terrariums, Omy qui a popularisé les coloriages ou encore Opinel et ses couteaux, qu'on ne présente plus », indique Marion Baby, responsable achats de l'enseigne.

30 % de cette offre impressionnante est de fabrication française et environ 15 % made in Europe.

L'enseigne prend soin également de proposer de nombreuses marques de décoration qui ont leur siège social en Gironde : ainsi Haomi textile, basée à Pessac, et ses tissus en lin et gaze de coton ou sa collection de coussins et chiliennes outdoor. Mais aussi Corep ou Sema Design, deux sociétés basées à Bègles, qui fabriquent respectivement des luminaires et des articles de décoration, ou encore Margot & Tita avec ses parfums naturels accessibles.

Pour tous les budgets



C'est une autre des priorités de l'enseigne : proposer en permanence des articles pour les petits budgets afin que tout le monde puisse en profiter et se faire plaisir. « Notre offre est suffisamment riche et diverse pour permettre à chacun de trouver un article ou une idée cadeau », souligne Candice Duchesne, responsable marketing de l'enseigne.

C'est d'ailleurs pour répondre à cet objectif que la société a choisi de s'installer dans une zone commerciale, bien plus accessible que les boutiques de l'hyper centre bordelais.

Rue Denis Papin – Retail Park Le Mascaret à Bègles.

du lundi au samedi de 10 heures à 20 heures. fabriquedestyles.com/magasins/begles-le-mascaret

Le Mascaret, une nouvelle zone commerciale à découvrir Après 2 ans et demi de travaux, c'est rue Denis Papin à Bègles que s'ouvre cette nouvelle zone de 14 200 m divisée en trois bâtiments.

L'ensemble se déclinera sur plusieurs niveaux, avec notamment, au premier étage, des restaurants bénéficiant de toits-terrasses.

Le Mascaret fonde son attractivité sur une offre riche en enseignes de décoration (Fabrique de Styles, Poltronsofà...), de cuisinistes, de sport (Fitness Park) ou de restauration (Eat Salad, la Cage, Nobi Nobi...). Une offre renouvelée et complémentaire du reste de la zone.



<https://media.sudouest.fr/15278020/1200x-1/7382940-1000x500-so.jpg>

A constaté que cela bougeait un peu dans la rue Taillefer, à Périgueux. L'enseig

A constaté que cela bougeait un peu dans la rue Taillefer, à Périgueux. L'enseigne Eat Salad, dont l'ouverture est prévue en juin dans les anciens locaux de Maison Birds, recherche des serveurs. En face, sur les vitrines de l'ancien local de la pharmacie Lafayette, des stickers sont apparus qui font penser à l'installation d'une énième agence immobilière. Mais il reste encore des locaux à prendre, notamment rue André-Saigne, où deux magasins ont baissé le rideau. ■

Chez Eat Salad, on compose sa salade sur-mesure

Pouvoir créer sa salade sur-mesure est l'offre d'Eat Salad, ouvert le 10 mai aux Rives de l'Orne. Née à Bordeaux en 2013, cette enseigne de restauration défend le manger bien et le manger sain, détaille la franchisee Sofia Guerville.

Le parcours client est le suivant. Il choisit sa base parmi neuf bases, froides ou chaudes (salade, riz, fusilli...) puis ses ingrédients, légumes, fromages, protéines, graines, fruits... (plus de 36 ingrédients) et agrmente avec la sauce de son choix. L'enseigne propose aussi « des desserts sur-mesure (fromage blanc et au choix, toppings et nappages) et deux plats chauds aux saveurs du monde (9, 60 €), poulet tikka massala, bœuf kyoto...

Onze salariés recrutés

Ce restaurant dispose de 36 places en salle et 38 places en terrasse ».

On peut aussi emporter en direct ou via le click & collect et se faire livrer par Uber Eats.

Une équipe de onze salariés a été recrutée pour assurer le fonctionnement de ce premier Eat Salad en Normandie. Pas le dernier ! J'envisage d'ouvrir rapidement deux autres restaurants à

Caen, précise la franchisee.

Ce restaurant des Rives de l'Orne est le 62 e Eat Salad à ouvrir en France et l'enseigne s'est fixée pour objectif d'atteindre les 100 à la fin de l'année.

Eat Salad, 3, esplanade du centre commercial des Rives de l'Orne, à Caen. Ouvert 7 jours sur 7, de 11 h à 22 h. Formules entre 7, 90 € et 15, 50 €. Click & Collet sur : eatsalad.com



Laurence, assistante manager chez Eat Salad, ouvert aux Rives de l'Orne.

■



LIONEL CASSOULET, 53 ANS, FRANCHISÉ EAT SALAD À PESSAC

"Un concept dans l'ère du temps"



C'est lors d'une sortie un dimanche après-midi que Lionel et sa femme, Delphine, 43 ans, tombent sur le premier franchisé Eat Salad, bar à salades fondé à Bordeaux en 2013.

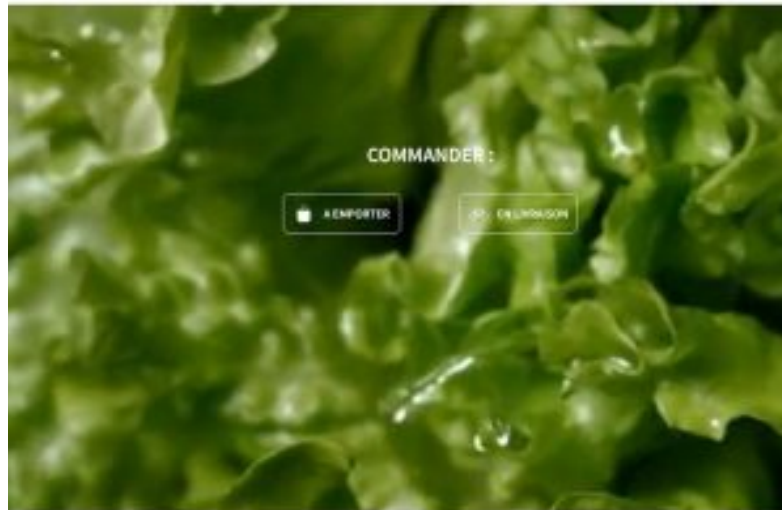
"Ce qui nous a attirés, c'est que le concept était dans l'ère du temps. Tout le monde fait de plus en plus attention à son alimentation", explique Lionel Cassoulet. "C'était novateur à l'époque, il n'y avait pas beaucoup d'acteurs dans ce domaine", ajoute celui qui compte, avec sa femme, parmi les premiers franchisés du réseau. Et ce, sur un territoire qui concentre une des plus fortes densités de restaurants par habitant en France.

Le couple ouvre en 2015 un premier Eat Salad dans le quartier Bersol à Pessac, quartier d'affaires en plein développement de la métropole. "Il y a autour de nous une vingtaine d'enseignes de restauration rapide, comme McDonalds, KFC et Burger

King. C'est assez concurrentiel, mais on a de la chance d'être sur un créneau où il n'y avait personne", détaille Lionel Cassoulet, pour qui la clientèle est composée d'actifs sur la tranche horaire du midi. Huit ans plus tard, Lionel et Delphine ont ouvert deux autres points de vente à Bordeaux - Le Bastide et Pessac Centre. Malgré le contexte inflationniste et le télétravail qui pèsent sur leurs bénéfices, la multiplication des projets sur Bordeaux offre des perspectives intéressantes. ■



PARIS : Saisonniers, cette chaine préfère s'en passer



15 Mai2023

Written by Floriane. Posted in A LA UNE, INFOS NATIONALES



La période estivale a commencé et les touristes pointent le bout de leur nez !

Le besoin de renfort augmente naturellement lors des pics de fréquentation en juillet-août. La question de l'embauche de saisonniers est au cœur des préoccupations des restaurateurs face à l'affluence de clients.

Selon l'Union des métiers et des industries de l'hôtellerie (Umih), 200 000 postes de saisonniers sont à pourvoir pour l'été 2023 dans toute la France. Actuellement considéré comme métier en tension, les recruteurs peinent à trouver des candidats répondant à leurs attentes. Les difficultés rattachées au recrutement peuvent s'expliquer par les différents conflits d'intérêts entre saisonniers et employeurs. En effet, ces normes sont parfois peu respectées dans le secteur de la restauration. Par exemple, certains employeurs ne proposent pas de contrat de travail écrit, ou ne paient pas le salaire minimum. De même, les conditions de logement peuvent parfois être très précaires.

L'enseigne de restauration rapide saine sur-mesure **Eat Salad** a fait le choix de ne pas faire appel à des saisonniers, d'abord pour les complications évoquées mais aussi parce qu'ils militent pour garantir une certaine constance aux employés comme aux clients.

Les fondateurs d'**Eat Salad** sont convaincus de l'importance d'offrir des emplois permanents plutôt que des emplois saisonniers afin d'offrir une stabilité et de s'engager envers les employés de leurs différentes franchises. Cela permet de réduire le turn over du personnel, d'améliorer la productivité de l'entreprise à long terme et d'offrir des perspectives d'évolution aux employés.

Cela permet également de garantir une continuité dans la qualité du service offert et d'ainsi favoriser la satisfaction client.

A propos d' Eat Salad :

Eat Salad a été fondé en 2013 par deux frères, Antoine et Joseph Barat, tous deux passionnés de restauration et de nutrition. Il s'agit d'un modèle de restauration sur-mesure, sain et moderne. L'enseigne se démarque par sa volonté de réconcilier restauration rapide et alimentation saine, répondant ainsi aux nouvelles attentes du consommateur. Loin des idées reçues, **Eat Salad** prouve que l'on peut être pressé, se régaler et prendre soin de sa santé alimentaire. **Eat Salad** se développe en France sur le modèle de la Franchise et a ouvert à ce jour plus de 60 adresses en France. 30 nouvelles ouvertures sont prévues sur l'année 2023. En 2021, la marque a fait 35 millions d'euros de chiffre d'affaires global. Elle en prévoit 10 de plus en 2022. La marque travaille au quotidien avec plus de 1500 producteurs locaux.

Dix ans après, quel bilan pour les Rives de l'Orne ?

Louise DELÉPINE.

Centre commercial flambant neuf près de la gare, Les Rives de l'Orne ont accueilli leurs premiers clients le 14 mai 2013. Dix ans après, le promoteur de ce centre estime que le pari est réussi.

Entretien

Stéphane Briosne, directeur du réseau des centres commerciaux chez Apsys, promoteur des Rives de l'Orne.

Les Rives de l'Orne ont ouvert il y a dix ans. Quel bilan dressez-vous ?

À l'époque, c'était un pari de s'installer sur la rive droite de Caen.

Aujourd'hui, on estime que c'est un pari réussi avec 40 millions de visiteurs en dix ans. Le centre a été, je crois, un moteur dans la requalification du quartier de la gare.

Il s'agissait aussi d'un projet d'un genre nouveau : un centre mixte avec des commerces, des bureaux, des logements, mais aussi des loisirs. Le cinéma Pathé était une véritable locomotive dont la fréquentation a doublé depuis l'ouverture. Depuis, la salle de sport a ouvert, mais aussi la salle d'escalade Clim'Up, ce qui fait que les Rives de l'Orne ne sont pas simplement un centre commercial.

Depuis dix ans, le quartier a beaucoup changé ?

En 2019, le tramway est arrivé jusqu'aux Rives de l'Orne. Cela nous relie encore plus au centre

historique, et améliore notre fréquentation.

Évidemment, nous avons été impactés par le Covid mais aujourd'hui, la fréquentation et le chiffre d'affaires de certains de nos commerçants connaissent une croissance à deux chiffres. Au global, la croissance est de 30 % par rapport à 2021. L'ouverture du Moho et le développement du quartier de la Presqu'île ont et vont continuer à nous apporter une clientèle potentielle.

De nouvelles enseignes vont-elles s'installer ?

On travaille toujours à enrichir notre proposition. Nous avons quelques dossiers sur la table. Récemment, le restaurant Eat Salad s'est installé. Nous essayons de faire venir des marques que l'on ne trouve pas à Caen ou dans l'agglomération. D'ici la fin de l'année, nous devrions annoncer plusieurs belles ouvertures. L'important est d'avoir une base solide et c'est le cas. Nous avons des enseignes qui sont là depuis le début. Quelques cellules sont vacantes mais le turn-over fait partie de la vie des centres commerciaux. Ouvrir un commerce, c'est un pari pour nous et pour l'enseigne. Il faut que l'offre corresponde à la clientèle. On voit aussi des concepts arriver, d'autres disparaître. Notre travail, c'est de deviner les nouvelles attentes de nos clients.

L'installation des Rives de l'Orne

a-t-elle servi dans la création d'autres centres commerciaux ? L'expérience nous a confortés dans notre volonté de créer des centres ultra-urbains connectés avec les transports en commun. Nous sommes en train d'installer un centre à Grenoble et à Bordeaux et même si chaque projet est différent, les Rives de l'Orne ont été un petit laboratoire.

Samedi 13 mai, animations de 14 h à 17 h avec de la danse, de la musique, un grand blind-test proposé par la Charcuterie Musicale, et une distribution de barbe à papa.



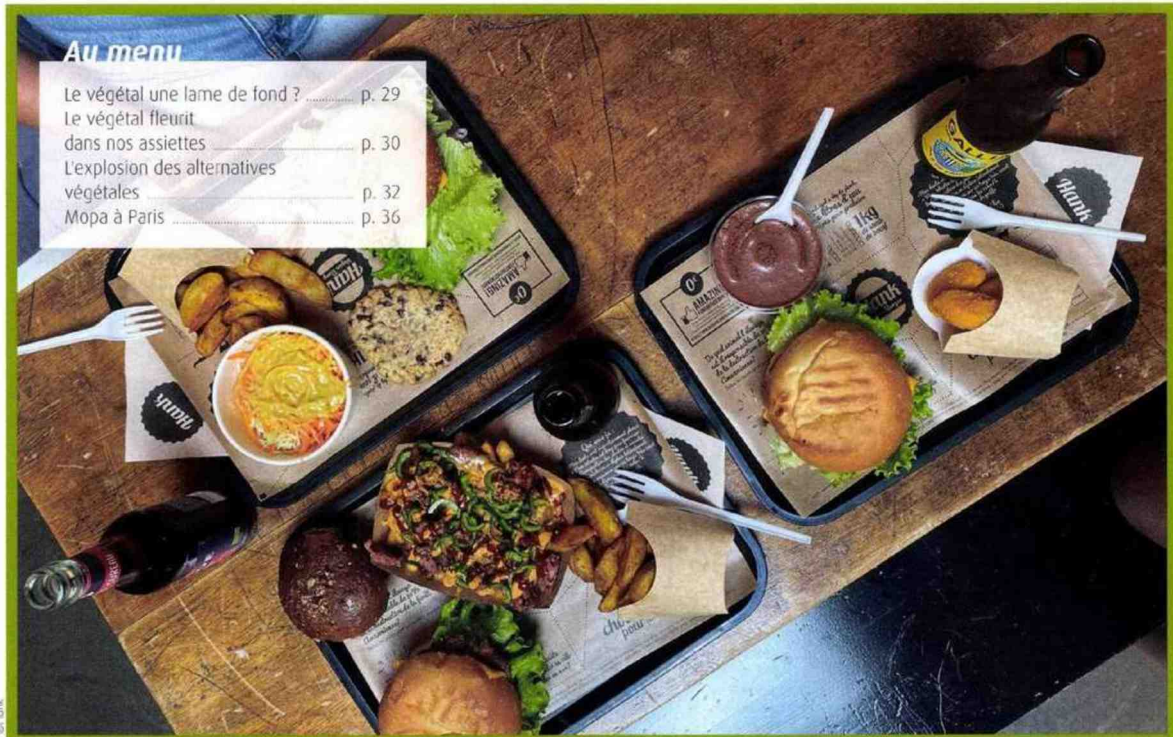
Les Rives de l'Orne ont accueilli leurs premiers clients il y a dix ans.

Grand angle

À chaque numéro son grand dossier professionnel sur une thématique forte ou un segment porteur, avec la participation d'experts, de professionnels et/ou d'industriels du secteur.

VÉGÉTAL

Les nouvelles offres alternatives



Au gastro, au bistrot, au fast-food... le végétal est devenu incontournable dans nos menus. Il s'invite dans tous les restaurants au travers d'entrées, de plats ou même de desserts de légumes sophistiqués et goûteux ou via des salades saines et variées. Quant aux alternatives aux protéines animales, à base de soja, de pois chiches ou de champignons, elles se multiplient, portées par l'innovation des fournisseurs. La mutation végétale est bel et bien en marche. Dossier réalisé par Pascale Benhajem-Komlos

LE VÉGÉTAL, UNE LAME DE FOND ?

Si tous les restaurateurs ne jouent pas le jeu de la même façon, il apparaît désormais difficile de se passer d'une offre végétale, sous peine de se priver d'une partie de la clientèle. L'offre végétale séduit en effet aussi bien des végans que des végétariens, des flexitariens ou des clients désireux de respecter l'environnement. Et s'inscrit désormais comme une vraie tendance de fond.

« **O**ui, la cuisine végétale est en plein boom, déclare d'entrée de jeu Nicolas Nouchi, Global Head Of Insights du cabinet CHD Expert by Dataessential. Au départ, elle était juste matérialisée par des consommateurs qui voulaient aller plus loin dans le "sans" gluten, lactose... Mais la vraie base de l'engouement est le flexitarisme. » Depuis quelques années en effet, le nombre de personnes qui a réduit sa consommation de viande est en forte augmentation : ils étaient ainsi 61 % à déclarer en manger moins mais de meilleure qualité selon CHD Expert en 2022. « Dans nos études, 6 % de consommateurs nous disent être végans, ce qui n'est évidemment pas le cas - ils ne sont pas plus d'1 ou 2 % à l'être vraiment, observe Nicolas Nouchi. Ils confondent le véganisme et le fait de manger moins de viande, en fait, ils sont flexitariens à tendance végétarienne. »

Une attente de végétal...

Au restaurant, ils sont donc de plus en plus nombreux à attendre et à opter pour une alternative végétale. Selon le cabinet Food Service Vision, 40 % des consommateurs français ont l'envie de consommer des produits végétaux au restaurant et ce même si le taux de végétariens purs reste marginal. Une attente boostée par les jeunes générations mais pas que, selon Nicolas Nouchi : « Les restaurateurs ne peuvent plus s'en passer, enchaîne-t-il, ils doivent absolument se dire que dans un groupe, il y a toujours désormais une personne qui veut cette alternative végétale. Et à une époque où la question du trafic devient déterminante, personne ne peut se priver de convives potentiels. » Selon l'expert, il

« **S**elon une étude de CHD Expert, 32 % des consommateurs mangent occasionnellement ou régulièrement végan »



faut donc une alternative végétale, et pas seulement sur l'entrée mais bien tout au long du repas car seule l'amplitude des propositions permet de capter tous les consommateurs.

La cuisine végétale arrive partout

« Selon notre rapport publié en 2022, il est intéressant de constater que parmi les consommateurs qui ont testé une alternative végétale, 24 % l'ont testée uniquement à la maison, 15 % de ces consommateurs l'ont testée uniquement hors domicile et 61 % hors domicile et à la maison, explique Nicolas Nouchi. Ce qui montre que l'on ne découvre pas cette cuisine végétale uniquement en achetant des alternatives végans en GMS mais bien aussi désormais au restaurant. Cela prouve aussi que la cuisine vegan devient un thème de restauration alors que c'est normalement une démarche de philosophie profonde. » Autre donnée qui prouve bien l'engouement pour cette cuisine végétale, tous les types de restauration s'emparent de ce marché. « C'est un phénomène émergent avec une scène culinaire très créative, analyse François Blouin, président fondateur de Food Service Vision. Cette tendance commence à se diffuser car on la voit à tous les niveaux, au sein du restaurant gastronomique, du bistrot, et bien sûr de la street food. » Si les restaurants purement végétariens ou végans sont encore très peu nombreux, on voit désormais se monter de véritables gastronomiques végétariens à l'instar de Culina Hortus, qui a ouvert à Lyon l'une des premières tables gastronomiques végétariennes de France. Des restaurants bistrologiques végétariens ouvrent également même si le territoire d'expression du végétal au restaurant reste pour le moment principalement l'univers de la street food avec des chaînes comme Hank, Aloha, Copper Branch

ou encore la boulangerie Land and Monkey. « On référence moins de 500 restaurants purement végétariens en France, soit 0,3 % de l'offre nationale, reprend François Blouin, c'est un segment tout petit mais en développement. En revanche, parmi les restaurants étoilés Michelin, 145 proposent un menu végétarien ou en lien

avec le végétal, parmi les enseignes leaders de la restauration à table, 11 / 12 ont désormais une offre de restauration végétarienne, et ils sont maintenant 11 / 14 à en proposer une en restauration rapide. Cela devient la norme que de mettre à la carte un choix végétarien même dans une chaîne de burger ou de volaille. » ●

LE VÉGÉTAL FLEURIT DANS NOS ASSIETTES

D'Alain Passard à Marc Veyrat en passant par Yotam Ottolenghi... De nombreux chefs ont fait de la cuisine végétale leur credo. Salades, bowls ou plats chauds, des chaînes comme Jour ou Fat Salad mettent elles aussi le légume au centre des recettes.



« Dans les produits proposés pour répondre aux besoins végétariens, il existe deux voies, rappelle François Blouin, celles des légumes et celle des alternatives végétales. Et la voie des légumes est la plus évidente avec toute une mouvance de restaurateurs qui travaillent des recettes végétales, des soupes, des bouillons, des garbures sans viande... » Au sein de son restaurant l'Arpège, le chef triplement étoilé Alain Passard fut le précurseur de cette tendance qui tend à se démocratiser. Lui qui voulait « faire du légume un grand cru » déclarait : « Il y a une créativité dans le végétal beaucoup plus forte que dans l'animal. » Il aimait se promener dans son potager pour récolter les légumes

« Je veux faire du légume un grand cru »

Alain Passard

qu'il allait ensuite sublimer dans ses créations, le tout dans le respect de saisons. : « Le plus beau livre de cuisine a été écrit par la nature. Quel bonheur de se désaltérer en été avec un gaspacho de tomate à la moutarde. Quel plaisir de se réchauffer en hiver avec un gratin de céleri-rave à la crème ! » Autre chef initiateur de cette tendance, Marc Veyrat, qui axe ses recettes sur l'usage de végétaux et de légumes, mettant en avant les plantes aromatiques, les racines ou les fleurs

« Moins de protéines animales dans nos menus, de plus en plus de protéines végétales... »

Maël Barth, Jour

Des chaînes comme Jour se sont spécialisées dans l'offre végétale à travers leurs bars à salades et leurs bowls. Une restauration healthy qui se veut surtout résolument gourmande.



pas. Mais nous renforçons notre offre de recettes gourmandes avec des tsatsikis, des falafels, le tout servi dans une belle vaisselle pour toujours susciter l'envie. Cet hiver, nous avons aussi commercialisé de plus en plus de soupes et de tartes et des plats chauds composés avec les ingrédients des bars à salades. Nous allons accentuer cette offre qui fonctionne très bien.



© Le végétal est dans l'ADN de Jour depuis 20 ans ?

Maël Barth : Oui, la chaîne fut l'une des pionnières du genre puisque depuis 2003, le concept des fondateurs est la salade sur mesure. À l'époque déjà, l'idée était celle d'une pause déjeuner rapide, gourmande et saine, en alternative aux fast-foods. J'ai pris la présidence du groupe en 2019 et l'ADN n'a pas bougé : convaincre que l'on pouvait prendre autant de plaisir avec nos salades et nos plats qu'avec un burger. Que venir chez Jour permet de bien manger, en se faisant du bien et en respectant la planète.

© Quelles sont vos recettes phares ?

M.B. : Les stars de nos restaurants sont toujours les bars à salades, avec plus de 50 ingrédients dont nos ingrédients 'eat' (légumes, carottes, concombres, salades, etc.) et nos ingrédients « feel » (protéines animales comme du jambon blanc sans nitrites, de la feta AOP, des œufs de plein air, du houmous, etc.). La marque a toujours été vigilante à la qualité des produits et cela ne change

© L'idée est de séduire toutes sortes de publics ?

M.B. : Oui, nous ne sommes pas dans une logique de culpabilisation des clients qui mangent de la viande, mais plutôt dans une approche flexitarienne avec des recettes pour tous les régimes alimentaires (végétarien, vegan, sans lactose, sans gluten...) Nous allons devenir l'une des premières entreprises à mission de la restauration chainée et nous nous sommes fixé l'objectif d'amener notre restauration vers plus de durabilité. Cela implique moins de protéines animales dans nos menus, de plus en plus de protéines végétales, des céréales, des légumineuses...

© Quels sont vos objectifs ?

M.B. : Passer de 35 restaurants à 40 en fin d'année 2023, puis en ouvrir une dizaine par an pour à terme devenir le leader de la restauration rapide healthy en France. Nous comptons continuer de nous développer en ville mais aussi en 'travel retail' (gares, aéroports) et en entreprise, seuls ou en partenariat avec les grands acteurs de ce milieu. ●

sauvages. Quant au chef israélien Yotam Ottolenghi, celui qui a écrit quantité de livres de recettes vegan et qui est devenu maître en l'art de cultiver le légume, vient d'annoncer son arrivée en France.

Le légume star de l'assiette

Bien avant les alternatives végétales, de nombreuses recettes mettaient déjà en avant le légume, inspirées par exemple de la cuisine italienne ou indienne et ensuite de la cuisine libanaise ou israélienne, avec quantité de possibilités de risottos ou de plats mélangeant fromage et légumes. « Avant, les légumes étaient une garniture, précise Nicolas Nouchi, un plat qui ne repose que sur des légumes, cela c'est nouveau. Selon moi, l'avenir du segment végétal repose largement sur le légume. Rôtir un légume, y ajouter des herbes fraîches, un autre légume ou des légumineuses... C'est magnifique... » Cette mise en avant des légumes dans l'assiette est aussi portée par les industriels qui donnent sur leurs sites internet de nombreuses idées de recettes pour cuisiner les légumes de façon inspirante ●

d'aucy lance Tartines & Co

Le végétal est d'ores et déjà le cœur de métier de d'aucy : face à une demande de plus en plus forte des chefs et des enseignes, la marque a lancé une nouvelle gamme de 4 tartinables de légumes : Tartines & Co. Betteraves, carottes, poivrons jaunes ou encore tomates sont les produits clés de ces créations, qui peuvent être utilisées à chaud comme à froid, en dip comme en tartinades ou sur des focaccias. « Nous avons souhaité proposer une gamme aussi naturelle que possible, pour permettre à nos clients un plus large choix d'application », explique la directrice marketing de la marque. Ces recettes contiennent en effet près de 80% de légumes. Facilement utilisable par les enseignes de restauration assise et de snacking, Tartines & Co répond à une tendance prépondérante du « manger sain », grâce à son nutriscore A. Elle est accompagnée de plusieurs idées de recettes - Wrap betteraves, jambon noisettes, Bruschetta sardines ou encore Maki sarrasin Egg wrap. I.E



« La cuisine du futur doit s'écrire sans les animaux »

Alexis Gauthier

Devenu végétal depuis 2016, le chef étoilé Alexis Gauthier cultive l'art de la cuisine végétale depuis toujours, au sein de son restaurant londonien puis maintenant à l'île Maurice. Entretien avec un chef engagé.



Ⓞ Pourquoi développer cette cuisine végétale ?

Alexis Gauthier : Pour faire quelque chose pour le futur. Je suis vegan depuis de nombreuses années et ai fait transiter mon restaurant du tout animal au tout végétal à une époque où c'était un challenge. Je suis végétal par respect pour les animaux car il a été prouvé scientifiquement que les animaux que l'on mange avaient une conscience. Et j'estime que quelqu'un qui a une conscience ne doit pas finir dans une assiette. Je dis d'ailleurs à mes chefs que nous avons une responsabilité, celle de créer une cuisine du futur, gourmande mais qui doit s'écrire sans les animaux...

Ⓞ Comment avez-vous concilié cet engagement et votre cuisine gastronomique ?

A.G. : Nul besoin de fonds à base de poisson ou d'animaux, nous avons vu que nous pouvions faire des sauces extraordinaires avec une combinaison d'algues. Nous avons aussi des « jus de terre », un mix de légumes réhydratés et infusés avec des herbes, ce qui donne des sauces au goût plus fin, car sans gras animal. Nous testons beaucoup, nous prenons des fonds de mer, les réduisons, cuisinons un légume à l'intérieur, travaillons beaucoup les textures, craquantes, fondantes, etc., et les résultats sont excellents. L'idée est de réécrire une cuisine gastronomique respectueuse des traditions sans aucun animal mort.

Ⓞ Pensez-vous que demain, les alternatives végétales seront à l'affiche des restaurants gastronomiques ?

A.G. : Oui, car pour moi, du moment que l'on enlève l'animal de l'assiette, c'est une évolution positive. Il existe de plus en plus d'alternatives animales dans le fast-food. Au Japon, elles ont déjà

intégré tous les types de restaurants, ce n'est pas encore le cas en France. C'est une bonne chose d'utiliser ces alternatives créées par les industriels, pour réinventer la cuisine de demain, même si bien sûr nous devons le faire avec parcimonie pour rester un restaurant gastronomique. Par exemple, la food tech nous propose des « foies gras », fabriqués grâce à une cellule souche du canard, c'est très bien pour ceux qui ne sont pas prêts à se passer du goût du foie gras. Nous, nous avons mis à la carte le « tomorrow », avec dans un plat magnifique, une base végétale marinée comme



un bourguignon avec du vin et des légumes, avant d'être braisée. À la dégustation, on retrouve ce goût du bœuf. En pâtisserie, nous utilisons aussi des alternatives aux œufs et aux produits laitiers pour garder un côté crémeux et travailler des pâtisseries goûteuses et naturelles.

Ⓞ Vous avez aussi mis au point un menu végétal pour le restaurant Gauthier des îles au sein de l'hôtel Paradise Cove de l'île Maurice ?

A.G. : Je l'ai fait avec le groupe Attitude. Ce dernier, qui s'inscrit dans une démarche de « positive impact », de respect de la planète et de produits locaux, m'a confié la mission de concocter un menu entièrement végétal. J'ai visité les marchés locaux qui regorgent de richesses végétales, de nombreuses algues, des fruits (chayote, manioc, litchis, longanes, papayes), des légumes racines, beaucoup d'épices... pour réaliser un vrai menu gastronomique en 5 plats, coloré et plein de textures avec ces magnifiques produits de l'île Maurice. ●

L'EXPLOSION DES ALTERNATIVES VÉGÉTALES

En restauration rapide, les alternatives végétales sont en plein boom, notamment sur le segment des burgers. Toutes les chaînes ont désormais leurs recettes et ce ne serait que le début.

Le végétal se généralise sur les cartes des fast-foods avec des produits qui ressemblent à de la viande, dont le goût s'en rapproche de plus en plus mais qui sont fabriqués à partir de protéines végétales. « Les consommateurs ont une attente logique de gourmandise pour ces alternatives végétales, annonce Nicolas Nouchi mais aussi de goût similaire à la viande ou au poisson. C'est pour cela qu'ils iront plus facilement vers des burgers végétaux que vers des préparations véganes car ces dernières demandent de s'habituer à de nouveaux goûts. »

Burger végétal, le passage obligé ?

McDonald's propose des produits végétariens toute l'année, y compris dans son Happy Meal. Burgers, nuggets, wraps, salades...

Tous sont certifiés par le V-Label, un label indépendant créé par l'Union végétarienne européenne. La chaîne Quick quant à elle a commencé par tester sa version végétale du Suprême classiQ durant l'été 2022, avant de décider de la maintenir jusqu'à la fin de l'année 2022. « La demande des consommateurs pour le végétal est croissante, commente Frédéric Levacher, DG de l'enseigne. Quick la prend bien évidemment en compte. L'enseigne a d'ailleurs été précurseuse en lançant, dès 2001, un burger végétal, le Quick'n Veggie ! Nous



Des burgers français 100 % végans

Isabelle Yung, qui a racheté l'enseigne Hank en 2021, a peaufiné le concept et revu gamme et approvisionnements. La marque de burgers 100 % végans est prête à se redéployer.

Comment est née l'aventure ?

Isabelle Yung : L'enseigne a été créée rue des Archives par Pierre Doleans qui avait découvert le véganisme lors de ses voyages. Après avoir ouvert plusieurs unités à Paris et à Lyon en 2020, il a ouvert un dernier restaurant à Lille en 2021. Pour moi, racheter une marque connue et considérée comme l'une des références du marché était une vraie opportunité qui permettait de concilier mes deux envies, de restauration et de respect de l'environnement.

Pendant deux ans, vous avez cherché à stabiliser le réseau ?

I.Y. : Oui, on était encore en plein Covid. J'ai commencé par fermer le restaurant de la rue Oberkampf. Il ne faisait que de la VAE et de la livraison ce qui ne correspond pas à notre clientèle puisque presque 70 % de nos ventes se font sur place. J'ai aussi fermé Lille le mois dernier. J'ai parallèlement recentré le concept autour du burger 100 % végan avec 95 % de fournisseurs français et traçables, ce qui supposait de revoir une grande partie de nos approvisionnements. L'éco-système végan étant très dynamique, nous avons testé de nombreuses solutions. Finalement, nous avons choisi de travailler avec la start-up française La Vie et avons sorti en collaboration, un burger utilisant leur bacon végétal qui fonctionne très bien.

Vous lancez régulièrement de nouveaux produits ?

I.Y. : Nous sortons un nouveau burger avec du bacon végétal et un steak de poulet de la marque Accro qui fabrique à Arras. Il est agrémenté d'une sauce curry mangue maison. Nous proposons aussi un burger comprenant un simili de poisson à



base d'algues, d'où un agréable petit goût iodé sans oublier d'excellents nuggets. Chez Hank depuis le départ, nous travaillons aussi bien des recettes de burgers avec des galettes de légumineuses que d'autres avec des simili-steaks carnés. Nous allons conserver cette double offre car elle ne répond pas à la même clientèle : les flexitariens rentrent sur le marché avec les steaks simili-carnés qui ressemblent à ce qu'ils ont l'habitude de trouver en fast-food, notre clientèle purement végane apprécie quant à elle beaucoup les galettes de légumineuses. Enfin, nous avons aussi à la carte une salade à base de lentilles, lardons, de fausse feta et d'épices mais nous nous rendons compte que les clients ne viennent pas chez nous pour cela.

La restauration végane a-t-elle de belles heures devant elle ?

I.Y. : Je le pense. Il existe au moins une centaine de restaurants de ce type sur Paris et tout le monde se met à faire du végétalien ! Les puristes « végans » n'iront pas chez McDonald's, ce qui laisse de bonnes opportunités de développement. Nous comptons bien ouvrir de nouveaux restaurants, dans la catégorie des burgers premium.



Unilever attaque le marché du végétarien

Selon Julien Déjoué, directeur général d'Unilever Food Solutions France, les gammes végétariennes du Boucher Végétarien, marque rachetée il y a 5 ans, prennent peu à peu des parts de marché en RHF. Explications.



© Quel est le spectre de la division food service d'Unilever ?

Julien Déjoué : Nous faisons partie de la famille Unilever, et sommes spécialisés en RHF. La RHF représente dans le monde un canal très dynamique pour le groupe et continue de se développer en France. C'est donc un canal stratégique pour nous.



© Quelles marques proposez-vous en food service ?

J.D. : Knorr avec les bouillons, les aides culinaires, les fonds... Maille et Amora avec des vinaigrettes, moutardes, mayonnaises et notamment des dosettes ou coupelles pour le food service. Nous avons aussi la marque Tabasco que nous distribuons pour le marché français, les sauces américaines Hellmann's et maintenant aussi, Le Boucher Végétarien.

© Pourquoi avoir racheté cette start-up hollandaise ?

J.D. : C'est un marché sur lequel l'offre se développe de manière exponentielle chaque année mais avec des niveaux

de qualité inégaux. L'idée avec cette marque est d'avancer pas à pas et de proposer les produits les plus demandés avec une exigence au top en termes de qualité gustative et de texture. Nous avons désormais 6 références en gamme, comme le palet croustillant, un savoureux palet à double texture à décliner aussi bien en burger, en wrap qu'en sandwich, salade ou plats cuisinés. Nous proposons aussi des hachés en cœur de gamme, des mini palets et notre innovation de l'année, l'émincé saveur grillée, un produit prêt à l'emploi, que les chefs peuvent utiliser directement ou remettre en œuvre dans leurs recettes.

Vous affichez de fortes ambitions avec cette marque ?

J.D. : Oui, elle fonctionne très bien, avec des croissances à deux chiffres l'an dernier au niveau mondial. Notre axe de différenciation est que c'est une marque qui ne pointe pas du doigt les mangeurs de viande, nous nous adressons à ceux qui aimeraient manger moins de viande pour préserver les ressources de la planète, pour le bien-être animal ou encore pour leur santé. Nous essayons de nous rapprocher au maximum de l'expérience gustative d'une vraie viande, avec nos produits à base de soja. Le fondateur de la marque était un éleveur et pendant la fièvre porcine dans les années 90, il a dû abattre tout son élevage. Il a ensuite décidé de devenir végétarien mais avait beaucoup de mal à se passer du goût de la viande. Il a donc mis plusieurs années pour créer une qualité de produit qui pouvait le satisfaire en tant que fan de viande. Depuis, les produits évoluent sans cesse, avec des structures plus proches de celles de la viande, des goûts plus tendres. Nous sommes dans une approche très explorative...

proposons une offre pérenne à la carte depuis 2020, avec le Giant Veggie, puis le Wrap Giant Veggie. D'autres produits arriveront prochainement. » KFC met elle aussi le cap sur les alternatives végétales. « Nous avons lancé, en septembre 2022, notre tout premier burger végétarien, le Colonel Original Veggie, rappelle Isabelle Herman, DG de KFC. D'abord seulement en édition limitée, il a intégré notre carte de façon permanente depuis la fin de l'année dernière. Certifié V-Label, il se compose d'un pané à base de protéines de champignons qui offre un goût presque indissociable de celui du poulet et se marie parfaitement avec la marinade secrète aux 11 herbes et épices du Colonel Sanders. Résultat ? Il est plébiscité par nos clients et représente désormais un Colonel Burger vendu sur cinq. » Pour favo-



riser l'équilibre alimentaire, l'enseigne met aussi au menu des salades complètes ainsi que des accompagnements tels que des épis de maïs cuits au four en alternative aux frites et teste d'autres alternatives végétariennes pour élargir cette offre.

Des résultats mitigés, selon les enseignes...

Devant l'évolution des modes de consommation, ces alternatives végétales deviennent quasi obligatoires sur les menus, d'autant plus que ces produits végétariens contribuent à réduire les émissions carbone. Mais tous ne parlent pas encore de succès, rappelle Julien Perret de BChef : « En termes de vente, ça ne prend pas trop. Les alternatives végétales ont des taux de prise assez faibles chez nous mais nous avons

Nouveau chez Burger King, le Veggie Chicken Louisiane Steakhouse

Burger King® France propose l'offre veggie la plus large du marché de la restauration rapide avec 4 références de burger et 1 de wrap pour répondre à toutes les envies. L'enseigne lance aussi son burger veggie au poulet.



Ⓞ Quelle offre chez Burger King ?

Timothée Loizeau, directeur Marketing chez Burger King France : Nous proposons les déclinaisons végétales de nos burgers iconiques, Veggie Whopper, Veggie Steakhouse, Veggie Cheese & Bacon et Veggie Double Cheese Bacon XXL. Nous gardons nos recettes originales, évidemment, mais laissons le choix à nos clients de remplacer la viande de bœuf par un haché végétal, grillé à la flamme, composé de blé, de soja et d'épices. Et bien sûr, sans colorants, arômes ou conservateurs artificiels, comme dans tous nos burgers. Ce développement de l'offre répond à une vraie tendance de fond et à une demande de plus en plus forte de la part de nos clients. Nous avons plein de projets et de nouveautés sur les rails ! Nous poursuivons d'ailleurs sur notre lancée avec la sortie d'une nouvelle recette : Le Veggie Chicken Louisiane Steakhouse®. Le petit nouveau a rejoint l'équipe fin avril et s'invite à la carte jusqu'au 12 juin.

C'est un véritable cap pour nous de proposer pour la toute première fois sur notre carte un burger veggie saveur poulet.

Ⓞ Comment se portent les ventes ?

T.L. : Depuis 2022, quatre burgers iconiques sont proposés en version veggie et c'est un carton ! Fin 2022, le veggie représentait 20% des ventes des quatre recettes originales de ces burgers iconiques. Un chiffre important qui témoigne d'un véritable engouement pour ces alternatives végétales et pour nos produits, avec des recettes généreuses, gourmandes et accessibles.

Ⓞ Comment avez-vous choisi vos fournisseurs ?

T.L. : Nous nous sommes entourés des meilleurs avec Le Boucher Végétarien, acteur reconnu pour la qualité de ses "viandes" végétales qui nous fournit des panés végétaux gourmands pour nos burgers. Et du bacon végétal La Vie.

La « cantine 100 % végétale » prête à décoller en France

Le groupe Wagram (Columbus Café) a repris la master franchise de Copper Branch, l'enseigne canadienne 100 % végétale qui propose des burgers, des wraps, des bowls ainsi que des boissons...

Ⓞ Pourquoi ce créneau du végétal pour Wagram ?

Frédéric Pastur : Ce créneau du 100 % végétal est une vraie attente aujourd'hui et pas seulement des personnes véganes mais aussi de tous les clients qui veulent se faire du bien en faisant aussi du bien à la planète. Il y a 10 ans, les alternatives végétales n'étaient pas forcément abouties, elles manquaient de gourmandise. Les marques industrielles ont développé de nombreuses alternatives, confirmant cet engouement pour des produits de plus en plus qualitatifs.



Ⓞ Quelle offre chez Copper Branch ?

F.P. : Nous proposons des burgers à base d'alternatives au bœuf, au poulet, au poisson mais aussi des burgers ou des bowls au shiitaké, un champignon travaillé sous forme d'émietté comme un effiloché de bœuf. Ce champignon subit peu de transformations avant de se retrouver dans nos burgers contrairement à des galettes ou des steaks végétaux, ce qui rend le produit encore plus premium. Nous avons aussi en gamme des burgers à base d'un champignon de grand diamètre, le Portobello, qui plaît beaucoup aux convives.

Ⓞ Quelles sont les spécificités de Copper Branch en France ?

F.P. : Elles tiennent surtout dans la largeur de gamme, au Canada, la chaîne est très développée avec plus de 60 franchises et donc un assortiment plus étoffé. En France, les burgers et bowls pèsent 80 % du CA. Les boissons végétales se développent aussi.avoine, soja, coco, les alternatives au lait de vache représentent déjà 1/3 des volumes de ventes des boissons chez Columbus, nous voyons donc bien une nette augmentation de la demande.

Ⓞ Vous allez accélérer le développement ?

F.P. : Oui, ces deux dernières années, nous avons assaini le réseau. Nous avons désormais 5 points de vente en France et 3 aux Pays-Bas, 3 ouvriront normalement en septembre, à Nîmes, Marseille et Clermont-Ferrand, un quatrième à Boulogne en octobre. Nous avons réalisé un gros travail sur les appros pour rapatrier un maximum de produits en Europe. Nous profitons pour cela du développement de l'offre de produits français. Nous avons optimisé nos gammes, travaillé notre marketing, notre présence sur le digital, de façon à développer le CA et la rentabilité. Nous pouvons désormais repartir à la conquête de la France, avec l'ambition de détenir 100 points de vente d'ici 5 à 6 ans.

néanmoins choisi d'en proposer pour offrir une expérience optimale à l'ensemble de nos clients, végétariens ou pas. » C'est ainsi que l'enseigne décline tous ses burgers en version végétale, réalisée non pas avec des steaks végétaux mais avec une galette de légumes. « Nous avons testé plusieurs produits auprès de nos clients, simili-steaks, galettes de légumes, galettes de fromage panées..., ajoute Julien Perret. Au final, celle qui rencontre le plus franc succès est à ce jour la galette de légumes. Nous avons aussi à la carte une salade et un bagel 100% veggie. »

Des « imitations » bluffantes de réalisme

Sous l'impulsion de l'industrie, les alternatives se développent avec un niveau bluffant de réalisme et des steaks végétaux par exemple qui ont gagné en goût et en qualité. « On voit arriver quantité d'innovations fournisseurs sur le marché des alternatives végétales, confirme François Blouin, avec du bacon, des lardons, des foies gras à base de noix de cajou, et surtout des produits

équivalents aux protéines animales, en goût comme en texture. Le groupe Bel a d'ailleurs investi dans une start-up de biotech, pour créer prochainement un équivalent au fromage à partir de protéine végétale, pour un "faux mage" plus qualitatif que ceux qui existent actuellement. » Les chaînes ont donc maintenant de nombreux choix de partenaires et après des batteries de tests choisissent leur industriel en fonction du produit ou des valeurs de la société, comme explique KFC : « Nous avons décidé de travailler avec une entreprise spécialiste de l'alimentation végétarienne et végane, spécialisée en panés à base de protéines de champignon. En plus de leur goût proche de celui du poulet, ces panés ont également été sélectionnés pour leurs qualités nutritionnelles qui en font une excellente alternative à la viande avec un apport complet en protéines et les neuf acides aminés essentiels mais aussi, des fibres, des minéraux et des vitamines. De plus, ils contiennent très peu de gras, sont pauvres en acides gras saturés et sont dépourvus de cholestérol. » ●

Bagel Corner

« Faire entrer de plus en plus le végétal en RHF »

Sur les cartes, les options végétales fleurissent. C'est le cas chez Bagel Corner, qui entend bien pousser cette offre, inscrite de longue date dans son ADN. Salades, bagels ou boissons, les astuces ne manquent pas pour valoriser les nouvelles recettes végétariennes de l'enseigne. Par Inès Evrain

À la carte de Bagel Corner, le végétal occupe une place prépondérante et indispensable. Le lancement de son nouveau concept, Kolor Blend, très axé sur le coffee shop, lui permet de décliner davantage l'offre, jusque dans les boissons gourmandes. « Nous sommes très engagés et voulons faire entrer de plus en plus le végétal dans la restauration hors foyer », confie Jérémie Cerceau, fondateur de l'enseigne. Volonté de protéger des denrées de plus en plus rares et chères, à l'instar du poisson et de la viande, mais aussi besoin de s'inscrire dans cette nouvelle tendance de consommation, le végétal se développe ainsi dans les différents points de vente du groupe.

Pousser la consommation

Le végétal est une tendance, certes, mais pour Jérémie Cerceau elle se traduit encore par une trop faible consommation : « Même si la tendance est forte et qu'elle fait beaucoup de bruit, dans les faits, la boisson végétalisée représente entre 2 et 3% de nos ventes. » Grâce à son nouveau concept et à l'engouement médiatique qui l'entoure, Bagel Corner entend bien booster cette consommation. « Sur les bornes de commande, on peut mettre de beaux visuels. Le produit est vu et consommé et cela permet une mise en marche forcée pour lancer le végétal. » Autre bon point pour accroître la consommation de végétal, ces produits créent régulièrement la surprise auprès des clients - la ressemblance est souvent trompeuse. « Les industriels effectuent un travail incroyable

de recherche de textures, de goûts et d'odeurs très proches des produits d'origine animale. » L'offre s'étoffe donc de nouveautés telles que le Bagel Veggie, qui fort de son succès a été maintenu à la carte, ou encore la Salade orientale lancée au printemps et le Bagel Pulled No Pork, qui sera proposé en juin. Grâce à une préparation minute des recettes, toute trace de viande peut être retirée au profit d'une alternative. Pour les recettes végétariennes, un supplément de bacon végétal est également possible.

Les boissons aussi !

Côté boissons, là la tendance est plus prégnante et Bagel Corner a trouvé la solution idéale pour contenter tous types de consommateurs : « Nous avons une nouvelle machine à café, avec un double bac pour le végétal et pour le lait organique. Ainsi, il n'y a pas de difficulté dans nos services », explique Jérémie Cerceau.



MÔPA, BIEN CONSOMMER SANS POLLUER !

Ils imaginaient leur enseigne aux prémices de l'ère de la street-food végane en France. Morgane et Patrick Lepetit (Mo & Pa) se sont finalement lancés en 2019 avec MÔPA, avec la ferme intention de prouver qu'alimentation végane, gourmandise & respect de la planète sont bel et bien compatibles... Par Emilie Niel

Chez MÔPA, il n'y a ni viande, ni poisson, ni crustacé. Pas de lait ni de crème non plus mais des laits végétaux, « fauxmages » et autres pâtes de seitan (alternative végétale à la viande à base de farine de blé) marinées, cuisinées et épicées. Avec tout cela, Morgane crée des burgers, Berliner Kebap (Kebab en allemand, NDLR) et bowls, ravissant les végétans que rien n'empêche d'être gourmands.

« Je suis végane depuis 10 ans, végétarienne depuis 15. Mon père, Patrick, est végétarien depuis une dizaine d'années », explique Morgane, cofondatrice de MÔPA. Juriste de formation, elle était, en parallèle, à la direction de restaurants (Les Pincés). « Mais ce type de restauration ne correspondait pas à mes valeurs, et nous souhaitions sortir du salariat mon père et moi. Alors, nous nous sommes lancés ensemble dans l'aventure MÔPA dès 2018 en sollicitant les banques, en cherchant un fonds de commerce... Et puis nous sommes tombés sur cette adresse, parfaite pour nous. »



Morgane Lepetit

Quelques concessions salvatrices

Situé à deux pas de la Bourse et du quartier du Sentier, MÔPA ouvrait ses portes en avril 2019. « Mais entre le moment où nous avons réfléchi à notre concept de burgers végétans et celui où nous avons ouvert, pas moins de 5 adresses du même genre ont vu le jour à Paris. » Alors Morgane et son père se sont adaptés, travaillant à se différencier avec une offre de burgers premium. « Nous proposons une carte saisonnière avec des produits originaux. Tout était 100% bio... Mais pas forcément adapté à tous les budgets. » Avec un 1^{er} menu à 15€, la clientèle peinait à remplir les 35 couverts du restaurant. « Je me suis rendu compte que les gens ne souhaitaient pas forcément consommer du 100% bio, alors nous avons

EN CHIFFRES

35 places • Entre 30 et 60 couverts par jour • Ouvert lundi midi, midi & soir du mardi au samedi (12h - 14h / 19h - 21h30)
• 17€ de ticket moyen • 3 employés en cuisine, 3 autres en salle • Menus (le midi en semaine) entre 11,90€ et 15,50€
• CA 2022 : 150 000€ • CA prévisionnel 2023 : 250 000€



réintégré quelques produits "conventionnels", en conservant une offre locale et saisonnière. Et nous nous sommes diversifiés en ajoutant kebab, fish & chips, bowls et nuggets... Profitant d'un marché du végan en pleine expansion ! »

Bienvenue aux non-végans !

Militante convaincue, adepte du véganisme depuis des années, Morgane ne considère toutefois pas son restaurant comme une « table militante ». « Les non-végans sont les bienvenus ! » MÔPA accueille en effet curieux et clientèle de bureaux « qui ne pensent pas à cet aspect "rébarbatif" encore parfois associé au véganisme. »

Alors que son père gère la partie administrative, elle crée les recettes et se rend chaque jour sur place. « Mais je n'aurai bientôt plus le temps pour ça, alors je recherche un chef ! » Car MÔPA rencontre un réel succès qu'elle tend à dupliquer le concept. Une 2^{de} adresse ouvrira dans le quartier de Pigalle en mai 2023, et une 3^e à la Halle Gourmande de Saint-Ouen à l'automne. « L'offre de ces deux adresses sera surtout axée autour de notre Kebab Berlinoise proposé sous 2 versions : la "classique" et l'autre, saisonnière et évolutive. » Morgane accompagnera ses Kebaps de seitan, légumes de saison et crudités marinées, sauce blanche et pain boulanger, de pommes de terre smashed ou grenailles. « Avec, bien sûr, nos sauces maison Mopannaise Bio et Mopannaise Chipotle. » Cookies ou cheesecakes composent l'offre des desserts tandis que vin

biodynamique, cidre de région parisienne et autres citronnades maison étoffent les menus. Ravie de l'expansion de son affaire, Morgane ne retrouve pourtant plus le même engouement pour les tables végétans qu'il y a 5 ou 6 ans. « Il s'agit d'une offre largement démocratisée, avec une multiplication des points de vente. Aujourd'hui, l'effet de surprise n'est plus là ! Mais c'est aussi bon signe : l'offre suit la demande, il y a donc une prise de conscience en matière d'alimentation responsable. »

Une ouverture d'esprit que Morgane et son père envisagent même d'exporter hors capitale, réfléchissant d'ores et déjà à d'éventuelles ouvertures en province ●





ENTRETIEN. Dix ans après l'ouverture, quel bilan pour les Rives de l'Orne à Caen ?

Louise DELÉPINE.

Centre commercial flambant neuf près de la gare, Les Rives de l'Orne ont accueilli leurs premiers clients le 14 mai 2013. Dix ans après, le promoteur de ce centre estime que le pari est réussi. Pendant cette décennie, les Rives de l'Orne ont vu passer plus de 40 millions de visiteurs.

Il y a tout juste dix ans, les Rives de l'Orne ouvraient leurs portes au public. Lancé en 2005, avec un chantier commencé en 2011, ce centre commercial entre la gare et le centre historique de Caen (Calvados) fait désormais partie intégrante du paysage commercial de la ville. Entretien avec Stéphane Briosne, le directeur du réseau des centres commerciaux chez Apsys, promoteur des Rives de l'Orne. Les Rives de l'Orne ont ouvert il y a dix ans. Quel bilan dressez-vous ?

À l'époque, c'était un pari de s'installer sur la rive droite de Caen. Et aujourd'hui, on estime que c'est un pari réussi avec 40 millions de visiteurs en dix ans. Le centre a été, je crois, un moteur dans la requalification du quartier de la gare.

Il s'agissait aussi d'un projet d'un genre nouveau : un centre mixte avec des commerces, des bureaux, des logements, mais aussi des loisirs. Le cinéma Pathé était une véritable locomotive, dont la fréquentation a doublé depuis l'ouverture. Depuis, la salle de sport a ouvert, mais aussi la salle d'escalade Clim'Up, ce qui fait que les Rives de l'Orne ne sont pas simplement un centre commercial. Cela attire aussi un autre public que celui qui vient faire les magasins.

Depuis dix ans, le quartier a beaucoup changé ?

En 2019, le tramway est arrivé jusqu'aux Rives de l'Orne. C'était pour nous une superbe opportunité. Cela nous relie encore plus au centre historique, et améliore notre fréquentation. Évidemment, nous avons été impactés par le Covid, mais aujourd'hui, la fréquentation et le chiffre d'affaires de certains de nos commerçants connaissent une croissance à deux chiffres. Au global, la croissance est de 30 % par rapport à 2021.

L'ouverture du Moho et le développement du quartier de la presqu'île ont et vont continuer à nous apporter une clientèle potentielle. Nous sommes pleins d'optimisme.

De nouvelles enseignes vont-elles s'installer ?

On travaille toujours à enrichir notre proposition. Nous avons quelques dossiers sur la table.

Récemment, le restaurant Eat Salad s'est installé. Nous essayons de faire venir des marques que l'on ne trouve pas à Caen ou dans l'agglomération. Je ne peux pas trop en dire, mais d'ici la fin de l'année, nous devrions annoncer plusieurs belles ouvertures.

L'important est d'avoir une base solide et c'est le cas aux Rives de l'Orne. Nous avons des enseignes qui sont là depuis le début. Quelques cellules sont vacantes, mais le turn-over fait partie de la vie des centres commerciaux. Ouvrir un commerce, c'est un pari pour nous et pour l'enseigne à chaque fois. Il faut que l'offre corresponde à la clientèle. On voit aussi des concepts arriver, d'autres disparaître. Notre travail, c'est de deviner les nouvelles attentes de nos clients.

L'installation des Rives de l'Orne a-t-elle servi dans la création d'autres centres commerciaux ?

L'expérience nous a confortés dans notre volonté de créer des centres ultra-urbains connectés avec les transports en commun. Pour nous, c'est l'avenir. Nous sommes en train d'installer un centre à Grenoble



et à Bordeaux et même si chaque projet est différent, les Rives de l'Orne ont été un petit laboratoire.

Ce samedi 13 mai, animations de 14 h à 17 h avec de la danse, de la musique, un grand blind-test proposé par la Charcuterie Musicale, et une distribution de barbe à papa.

Primark, nouvelle locomotive des Rives ?

« **On sait que la stratégie de Primark en France est de s'installer dans les grandes villes de province, mais c'est une enseigne qui intéresse beaucoup de monde** », explique Stéphane

Briosne, directeur du réseau de centre commercial chez Apsys.

Selon nos informations, le géant du prêt à porter irlandais est très intéressé par plusieurs cases du côté Émeraude du centre commercial. Mais l'installation de Primark nécessiterait un jeu de chaises musicales important qui n'a pour l'heure pas trouvé de solutions. « **Pour l'instant, je peux vous assurer qu'il n'y a pas de sujet** », conclut Stéphane Briosne.

Les Rives de l'Orne en chiffres

70. C'est le nombre d'enseignes présentes aux Rives de l'Orne. Les commerces s'étalent sur 28 000 m² dans ce centre commercial qui fête ses dix ans.

400. C'est le nombre d'emplois dans les boutiques du centre commercial.

220. C'est le nombre de logements de ce quartier de Caen.

260 millions. C'est en euros l'investissement global financier pour les Rives de l'Orne.

Les Rives de l'Orne ont accueilli leurs premiers clients il y a dix ans.

OUEST FRANCE ■



Une nouvelle enseigne de restauration ouvre aux Rives de l'Orne à Caen

L'enseigne française **Eat Salad** ouvre mercredi 10 mai 2023 sur l'esplanade des Rives de l'Orne à Caen (Calvados).

Une nouvelle enseigne de restauration s'installe aux Rives de l'Orne. ©Margaux ROUSSET

Les travaux sont terminés sur l'esplanade des **Rives de l'Orne à Caen (Calvados)**. Ce mercredi 10 mai 2023, l'enseigne **Eat Salad** ouvre à la place de Sushi Kyo, entre le restaurant Café Marcel et Coeur de Blé.
Des salades sur-mesure

Il s'agit d'un **bar à salade** géré par la franchisee Sofia Guerville et par Damien Berthe. Le principe est très simple : l'enseigne propose de nombreux produits pour composer **une salade sur-mesure**. **Eat Salad** s'est développé et propose également des **plats chauds et des desserts**. Les gérants vont également développer des recettes de **salades personnalisées** « pour allier gourmandise et bon apport nutritif ».
La première de Normandie

Eat Salad a été fondé en 2013 par deux frères, Antoine et Joseph Barat, tous deux passionnés de restauration et de nutrition. **Eat Salad** a ouvert à ce jour plus de 60 adresses en France. Celle de Caen est la première de Normandie. 30 nouvelles ouvertures sont prévues sur l'année 2023.

Suivez toute l'actualité de vos villes et médias favoris en vous inscrivant à Mon Actu.



PARIS : Objectif physique, la nutrition est la clé

10 Avr2023

Written by Floriane. Posted in INFOS NATIONALES



Un changement de saison s'accompagne souvent de modification des habitudes alimentaires.

En effet, certains fruits et les légumes refont surface, alors on dit adieu à la raclette pour se tourner vers de belles salades composées. Sortir de la période hivernale, c'est aussi une envie de régénérer son corps, d'éliminer toxines et gras superflus emmagasinés durant l'hiver.

Au printemps, que faut-il mettre dans son assiette pour garantir une alimentation équilibrée, pour gagner en masse musculaire ou encore pour perdre du poids ?

C'est sur cette question que s'est penché Antoine Barat, fondateur du réseau de bar à salade sur-mesure **Eat Salad** partout en France.

« Beaucoup de sportifs viennent se nourrir chez nous chaque jour, mais ce ne sont pas les seuls ! Notre clientèle est très hétéroclite. Ce qui les réunit, c'est surtout la volonté de bien manger. C'est pourquoi nous tenons à suggérer les bonnes associations d'ingrédients pour répondre à tous les objectifs et tous les goûts ».

Grâce à son concept, **Eat Salad** offre à ses clients la possibilité de composer leur propre repas de A à Z, avec une grande variété d'options pour tous les goûts. De la salade, au plat chaud, en passant par le dessert, chaque élément proposé dans les restaurants peut être personnalisé au gré des envies et selon les besoins nutritionnels de chacun. L'enseigne propose également des salades composées à la carte pour faciliter sa composition.

Pour un objectif de perte de poids, les équipes d' **Eat Salad** recommandent de privilégier les aliments riches en fibres et en protéines, tels que les légumes verts, les légumineuses et les viandes maigres. Exemple de repas healthy : riz, roquette, poivrons, olives, champignons et poulet permet de tenir la journée avec un repas sain.

Pour les sportifs qui souhaitent gagner en masse musculaire, il est conseillé d'opter pour des salades riches en protéines, avec des ingrédients tels que du poulet, des œufs ou des noix. Et pour les sportifs gourmands ? Une salade protéinée avec pour base fusillis, mesclun, poulet, grana padano AOP, noix et champignons.

L'idéal reste de varier les types d'aliments et d'opter pour des options saines et nutritives telles que les légumes frais, les fruits, les noix et les graines.

« Chez **Eat Salad**, nous croyons en la nourriture comme base d'une vie saine et équilibrée », déclare Antoine Barat. « Nous sommes fiers d'offrir à nos clients une grande variété d'options de qualité pour leur permettre de composer leur repas idéal en fonction de leurs objectifs physiques et de leurs préférences alimentaires ».

A propos d' **Eat Salad** :

Eat Salad a été fondé en 2013 par deux frères, Antoine et Joseph Barat, tous deux passionnés de restauration et de nutrition. Il s'agit d'un modèle de restauration sur-mesure, sain et moderne. L'enseigne se démarque par sa volonté de réconcilier restauration rapide et alimentation saine, répondant ainsi aux nouvelles attentes du consommateur. Loin des idées reçues, **Eat Salad** prouve que l'on peut être pressé, se

régaler et prendre soin de sa santé alimentaire. **Eat Salad** se développe en France sur le modèle de la Franchise et a ouvert à ce jour plus de 60 adresses en France. 30 nouvelles ouvertures sont prévues sur l'année 2023. En 2021, la marque a fait 35 millions d'euros de chiffre d'affaires global. Elle en prévoit 10 de plus en 2022. La marque travaille au quotidien avec plus de 1500 producteurs locaux.



SANTE : Objectif physique, la nutrition est la clé

10 Avr2023

Written by Floriane Dumont. Posted in à la une, secondaire



Un changement de saison s'accompagne souvent de modification des habitudes alimentaires.

En effet, certains fruits et les légumes refont surface, alors on dit aurevoir à la raclette pour se tourner vers de belles salades composées. Sortir de la période hivernale, c'est aussi une envie de régénérer son corps, d'éliminer toxines et gras superflus emmagasinés durant l'hiver.

Au printemps, que faut-il mettre dans son assiette pour garantir une alimentation équilibrée, pour gagner en masse musculaire ou encore perdre du poids ?

C'est sur cette question que s'est penché Antoine Barat, fondateur du réseau de bar à salade sur-mesure **Eat Salad** partout en France.

« Beaucoup de sportifs viennent se nourrir chez nous chaque jour, mais ce ne sont pas les seuls ! Notre clientèle est très hétéroclite. Ce qui les réunit, c'est surtout la volonté de bien manger. C'est pourquoi nous tenons à suggérer les bonnes associations d'ingrédients pour répondre à tous les objectifs et tous les goûts ».

Grâce à son concept, **Eat Salad** offre à ses clients la possibilité de composer leur propre repas de A à Z, avec une grande variété d'options pour tous les goûts. De la salade, au plat chaud, en passant par le dessert, chaque élément proposé dans les restaurants peut être personnalisé au gré des envies et selon les besoins nutritionnels de chacun. L'enseigne propose également des salades composées à la carte pour faciliter sa composition.

Pour un objectif de perte de poids, les équipes d' **Eat Salad** recommandent de privilégier les aliments riches en fibres et en protéines, tels que les légumes verts, les légumineuses et les viandes maigres. Exemple de repas healthy : riz, roquette, poivrons, olives, champignons et poulet permet de tenir la journée avec un repas sain.

Pour les sportifs qui souhaitent gagner en masse musculaire, il est conseillé d'opter pour des salades riches en protéines, avec des ingrédients tels que du poulet, des œufs ou des noix. Et pour les sportifs gourmands ? Une salade protéinée avec pour base fusillis, mesclun, poulet, grana padano AOP, noix et champignons.

L'idéal reste de varier les types d'aliments et d'opter pour des options saines et nutritives telles que les légumes frais, les fruits, les noix et les graines.

« Chez **Eat Salad**, nous croyons en la nourriture comme base d'une vie saine et équilibrée », déclare Antoine Barat. « Nous sommes fiers d'offrir à nos clients une grande variété d'options de qualité pour leur permettre de composer leur repas idéal en fonction de leurs objectifs physiques et de leurs préférences alimentaires ».

A propos d' **Eat Salad** :

Eat Salad a été fondé en 2013 par deux frères, Antoine et Joseph Barat, tous deux passionnés de restauration et de nutrition. Il s'agit d'un modèle de restauration sur-mesure, sain et moderne. L'enseigne se démarque par sa volonté de concilier restauration rapide et alimentation saine, répondant ainsi aux nouvelles attentes du

consommateur. Loin des idées reçues, **Eat Salad** prouve que l'on peut être pressé, se régaler et prendre soin de sa santé alimentaire. **Eat Salad** se développe en France sur le modèle de la Franchise et a ouvert à ce jour plus de 60 adresses en France. 30 nouvelles ouvertures sont prévues sur l'année 2023. En 2021, la marque a fait 35 millions d'euros de chiffre d'affaires global. Elle en prévoit 10 de plus en 2022. La marque travaille au quotidien avec plus de 1500 producteurs locaux.



2 Se lancer en franchise, partez à la pêche aux infos...!

VALENTIN GAURE

Se lancer en franchise, voilà une bonne idée. Car ce modèle combine tout à la fois l'esprit de l'entrepreneur et la sécurité d'une marque établie, reconnue. Mais cette décision, qui constitue souvent le tournant d'une vie, ne doit jamais être prise à la légère. Avant de franchir le cap, partez en quête des moindres détails. Comment ?



Commencez par une auto-évaluation, un bilan de compétences et de vos envies. En parallèle de cette recherche finalement presque psychologique, il faut aller « à la pêche aux infos » comme on dirait grossièrement, c'est-à-dire collecter l'information et la centraliser. Le tout pour trouver sa place : au meilleur moment et au meilleur endroit. Il faut ainsi travailler votre solidité financière, votre force de travail, votre capacité à prendre des risques, à oser... On ne sait pas toujours à quel saint se vouer. Souvent, la première interface de la franchise s'appelle Internet. Les sites sont nombreux en la matière, ils fourmillent sur le Web. Cette prérecherche est le début

de la démarche. La documentation via la presse spécialisée est également capitale.

Franchise Expo, un salon incontournable

On note ensuite la force des associations, qui fournissent de considérables ressources, par le biais d'une documentation abondante et d'une expérience qui n'est plus à démontrer. Citons d'abord la FFF (Fédération française de la franchise) qui est la référence dans le domaine. Fondée en 1971, cette association historique porte depuis l'origine la force des réseaux. Ses missions, que l'on peut résumer dans le triptyque suivant :

« Promouvoir, Fédérer, Développer » sont plus actuelles que jamais, à l'heure où la franchise connaît un nouveau *boom*.

Ah les salons, ces rendez-vous idéaux pour constituer un réseau, connaître les enseignes, découvrir au fond ce qui fait l'ADN de la franchise. Franchise Expo est le point incontournable. Ce salon, qui se tient cette année du 19 au 22 mars 2022 à la Porte de Versailles (Paris XV e) est LE lieu de retrouvailles de l'écosystème franchise. Mis à mal durant la pandémie, il retrouve à présent sa force unitaire. Il rassemble plus de 30 000 porteurs de projets, sous l'égide de plus de 450 enseignes françaises et internationales. De quoi trouver chaussure à son pied ! Le franchisé peut y rencontrer son franchiseur. Parmi les exposants, on pourrait citer pêle-mêle Carrefour, La Mie

Câline, Eat Salad, Babychou services... L'entièreté du prisme !

ASSOCIATIONS, SALONS, EXPERTS... IL Y A TANT DE MOYENS DE DÉCOUVRIR LA FRANCHISE !

S'entourer des meilleurs spécialistes pour bétonner son dossier

Aller à la pêche aux infos, c'est aussi la possibilité de rencontrer des experts de la franchise, de solides juristes qui vous aideront à baliser votre parcours, à bétonner votre dossier. Le meilleur accompagnement au service d'un lancement réussi. En franchise, il convient d'examiner les antécédents de la franchise, les conditions financières et les attentes, les coûts, les programmes de formation, les ressources et soutiens offerts, ainsi que la réputation et la notoriété de la marque. Autant d'éléments qu'il faut aussi prendre en compte avant de se lancer ! Toujours bien d'avoir dans sa besace le contact d'un avocat au fait de ces dossiers. Avant de signer un contrat de franchise, il est en effet recommandé de consulter un avocat spécialisé en franchise. Ceux-là peuvent vous aider à comprendre les conditions du contrat, les obligations financières, les exigences d'exploitation et les risques potentiels. Toujours dans cette pêche aux infos, il faut veiller aussi à rencontrer sur un plan plus informel des franchisés déjà à bord. Ils peuvent vous donner des conseils pratiques qui iront bien



au-delà du discours forcément un tantinet stéréotypé qu'on vous donnera dans les salons ou sur les sites spécialisés. Ces hommes, ces femmes, qui déjà vivent au rythme de la franchise, sauront vous conduire sur la bonne voie. Et vous prévenir aussi des défis rencontrés, de leurs difficultés quotidiennes, des relations avec la maison-mère...

Formation : le mot de passe pour entrer en franchise

Votre quête de l'information passe également par la formation. C'est un aspect fondamental, trop souvent laissé de côté, car une franchise ne s'improvise pas. L'Académie de la Franchise, qui dépend très directement de la FFF (Fédération Française de la Franchise) est assurément l'organisme le plus reconnu en la matière. Mais désormais, il est exact que les franchiseurs font de plus en plus le choix de formations internes, *via* des modules dédiés, qui alternent souvent rencontres en face-à-face et parcours numérique. Si la franchise ne réclame aucun diplôme *a priori*, il convient de se former. Mais cela dit, rappelons que la franchise, par son libre accès, peut constituer un ascenseur social efficace pour beaucoup de Français, à condition de motivation et d'esprit de rebond. S'il n'existe pas d'obligation légale, la FFF préconise toutefois une moyenne de 26 jours de formation. Pas grand-chose pour s'autoriser un passeport vers une vie nouvelle, indépendante et exaltante !

Il est également important de se renseigner quant au financement de votre contrat de franchise. Les banques et les prêteurs peuvent offrir des prêts commerciaux pour les franchisés, et certains franchiseurs offrent des programmes de financement pour aider les nouveaux franchisés à démarrer. Ces

initiatives, propres à chaque enseigne, varient beaucoup, et il faut bien le dire, certaines sont meilleures que d'autres dans l'accompagnement. La force de l'investissement, très variable, vaut tout de même d'être regardé de très près. Voilà qui ne doit jamais être pris à la légère, c'est souvent l'investissement d'une vie qui est en jeu.

Assurez-vous de suivre les programmes de formation et de soutien offerts par le franchiseur. Il s'agit de recruter du personnel qualifié, de gérer les ressources humaines de votre commerce. Vos salariés, entraînés avec vous dans l'aventure, auront grand besoin de votre compétence en la matière. Les ressources humaines, une étape à ne pas négliger.

Ainsi, en suivant ces étapes, vous devriez bénéficier d'une vue à 360 degrés sur la franchise. Avec ces informations en main, vous serez en mesure de répondre à cette question : suis-je prêt à changer d'existence et à faire de la franchise mon cheval de bataille ? À vous de juger !

LE RÔLE CRUCIAL DE LA FORMATION DOIT ÊTRE DAVANTAGE RENFORCÉ ■



Un restaurant Eat Salad va ouvrir aux Rives de l'Orne

Eat Salad débarque à Caen et va ouvrir son 62 e restaurant aux Rives de l'Orne. Née à Bordeaux en 2013, l'enseigne de restauration propose un bar à salades où chacun peut composer sa salade à partir de produits frais de qualité livrés chaque jour ; une gamme de plats chauds aux saveurs du monde et un choix de desserts sur mesure , détaille le service communication de l'enseigne.

On pourra emporter, se faire livrer ou s'installer à l'intérieur dans la salle de 24 places ou en terrasse d'une capacité de 38 couverts . Pour assurer le service de ce restaurant ouvert 7 jours sur 7, Eat Salad a besoin « d'équipiers polyvalents. Il reste cinq postes à

pourvoir. Les candidats peuvent postuler à : eatsalad.caen@gmail.com.

L'ouverture de ce nouveau restaurant, actuellement en travaux, est prévue courant mai. Bonne nouvelle, une salade sera offerte aux 100 premiers clients ».

Eat Salad, 3, esplanade Léopold-Sedar-Senghor, aux Rives de l'Orne (à la place de Sushi kyo). Ouverture prévue courant mai, puis ouvert 7 jours sur 7 (sur place, à emporter ou via Uber Eats). À suivre sur Facebook et Instagram. Plus d'infos sur : www.eatsalad.com



Un restaurant Eat Salad va ouvrir aux Rives de l'Orne, courant mai.



Un nouveau souffle sur les restaurants paloïs

En ville, le printemps apporte de nombreux changements dans les restaurants. Une mutation impulsée par la jeune génération.

« Les Gilets jaunes, le Covid, l'inflation. » Le président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH) Béarn et Soule, Lionel Imirizaldu énumère les différentes crises traversées par la profession depuis trois ans. Des crises qui, loin d'étouffer tous les espoirs, façonnent le nouveau paysage de la restauration à Pau. « Oui, une mutation est en cours et c'est une très bonne chose », reconnaît ce professionnel.

S'agrandir ou se diversifier

Si l'attribution d'une étoile à la Maison Ruffet (lire ci-dessous) est la partie immergée de l'iceberg, d'autres changements sont en cours. Le premier concerne « la nouvelle génération ». « Ces jeunes patrons, dont les restaurants marchent, cherchent à s'agrandir ou à développer une activité parallèle », constate Lionel Imirizaldu.

S'agrandir ou se diversifier

Si l'attribution d'une étoile à la Maison Ruffet (lire ci-dessous) est la partie immergée de l'iceberg, d'autres changements sont en cours. Le premier concerne « la nouvelle génération ». « Ces jeunes patrons, dont les restaurants marchent, cherchent à s'agrandir ou à développer une activité parallèle », constate Lionel Imirizaldu.

C'est le cas pour la pouterie Ô Caribou qui, fin février, a déménagé de la rue Bordenave-d'Abère à celle d'Henri-IV pour passer de vingt couverts dans un espace contraint à trente places où les clients pourront prendre leurs aises. Début mai, le restaurant Ô Petit Pau ouvrira, lui, Le Comptoir, un bar à vins.

De son côté, le caviste des Halles, Complètement vin vin, qui a juste ouvert cet été, a saisi une opportunité en centre-ville. Le 24 Comptoir, au numéro 24 de la rue Joffre, ouvrira début avril. Le concept : « un food-truck dans les murs », explique Dominique Paulin. Tartines, croque-monsieur, salades en été et soupe en hiver, seront proposées à midi sur une terrasse. Le soir, l'échoppe se transformera en bar à vins, avec des planches.

Voler de ses propres ailes

Côté route de Bayonne, le gestionnaire Mathieu Colin et le chef cuisinier Maximilian Aynsley-Rigden quittent la franchise Plat Beroi née à Coarraze pour voler de leurs propres ailes. À partir du 1^{er} mai, l'établissement situé à l'entrée de Billère, s'appellera Les Associés avec un logo assemblant un couteau et une cravate. En revanche, la philosophie culinaire demeure avec des assiettes alliant produits du terroir et cuisine moderne. De même qu'à midi, le concept ne bouge pas ou très peu. Le principal changement interviendra sur la partie soirée. « Il n'y aura plus de tapas, mais un menu gastronomique à 39 euros comportant cinq temps (amuse-bouche, entrée, plat, pré-dessert, dessert) », précise Mathieu Colin. Exit également l'épicerie qui laisse place à un espace séminaires, accueil de groupes...

Privilégier les déjeuners

Laura Parneix a souhaité, elle aussi, prendre plus de responsabilité avec la franchise La Cave de Lili dans laquelle elle est associée. Son établissement, ouvert, fait exprès, le 8 mars Journée internationale



des droits des femmes, s'est installé en lieu et place du New Orleans, au rond-point des allées de Morlaàs. Elle a réuni là une boutique remplie de vins de vigneronnes françaises et un bistrot. L'ensemble est ouvert du mardi au samedi, de 10h à 19h, sauf le vendredi jusqu'à minuit. « Ne plus ouvrir tous les soirs est un choix personnel et dicté par notre clientèle qui ne sort pas forcément en semaine », revendique Laura Parneix.

La jeune femme mise sur les produits locaux, comme les œufs de Buros ou la truite des Pyrénées, sans oublier la poulette rôtie, emblème de l'enseigne, pour régaler ses convives.

Retour au centre où le couple Maxime Wiss et Murielle Presani, déjà gérants du Snug, et leur associé Paul-Henri reprennent en ce mois de mars Fika, rue Valéry Meunier, qui va devenir Greedy, qui signifie gourmand en anglais. L'établissement ne sera pas, non plus ouvert, en soirée. Greedy ouvrira à 9h pour proposer des petits-déjeuners complets, avec des pâtisseries et des œufs. Puis à partir de 11h, les clients pourront piocher dans la carte des plats salés. Ils y trouveront divers sandwiches d'inspiration anglo-saxonne comme ceux au fromage fondant ou les Roll'on au saumon gravelax, ou des plats chauds comme les fameux mac'and cheese (macaronis au fromage). Le service sera continu jusqu'à 16h. « Peu d'établissements en ville proposent de déjeuner après 14h. C'est pourtant utile pour ceux qui doivent travailler entre midi et deux ou les touristes », estime Maxime.

Cette table dédiée aux recettes nordiques « était l'un de nos endroits favoris à Pau. C'est un lieu qui a une âme, du caractère. Nous espérons le pérenniser », explique Maxime qui précise avoir conservé certaines recettes, notamment celle de la brioche à la cannelle. « Ici, vous viendrez pour bien manger, profiter d'une nourriture réconfortante, sans penser à votre ligne », assure Maxime.

L'avenir du Supervie

Le président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie voit la préfiguration d'un autre axe de développement entre le Foirail et les halles. « La rue Carnot est très porteuse », assure-t-il. Et de rappeler l'ouverture cet été au numéro 14 du restaurant Le Bey, l'escalé libanaise. Le Supervie, situé à l'angle des rues Nogué et Carnot, est lui en travaux pour une réouverture attendue ce printemps.

D'autres changements sont attendus. Fermée il y a deux semaines, la brasserie Le Taylor, située dans la rue du même nom, sera-t-elle reprise ? Et quid des restaurants de « taille supérieure, 60-70 couverts, qui sont en vente mais restent sur le marché pour des raisons économiques, les banques demandant 50 % d'apport personnel », s'interroge le président de l'UMIH.

Cuisine traditionnelle

Dans son tour de ville, Lionel Imirizaldu n'oublie pas le succès des chaînes de restauration rapide, comme Eat Salad qui a ouvert un deuxième restaurant à Lescar ce mercredi. « Elles font partie du paysage », insiste-t-il, sans cacher qu'il défendra toujours la cuisine plus traditionnelle, « celle dont on parle à l'étranger, qui fait notre réputation française ». « Vous savez le civet qui mijote trois heures, ces pieds de cochon », rappelle le chef qui n'ose imaginer la disparition de cette « cuisine d'autrefois ». L'influence de l'étoile de la Maison Ruffet « Depuis 10 ans, Pau est dans une vraie dynamique en matière de restauration. Il n'y a jamais eu autant de bonnes tables en ville, et pourtant elles sont complètes les vendredi et samedi soirs. Cela montre que les établissements ne se font pas concurrence, mais qu'ils créent une synergie », constate Maxime du Snug.

« Ce qui va être intéressant c'est de voir l'influence que va avoir l'étoile de la Maison Ruffet sur les autres établissements qui pourraient y prétendre comme Le Jeu de Paume ou L'Esberit. Je souhaite que cette distinction en amène d'autres et que les inspecteurs du Guide Michelin profiteront de leur visite à Pau pour découvrir d'autres restaurants », espère Lionel Imirizaldu.

À CONSULTER AUSSI

Les dernières vidéos

Le Pau Nousty Sports retrouve sa salle. Michel Laborde : "Un événement pour toute la vie du club"

Aucun commentaire



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14417383/1200x-1/rep-10506-hd146474.jpg>

Murielle, Paul-Henri et Maxime lancent fin mars Greedy, rue Valéry-Meunier. Rodolphe Martin



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14417383/1200x-1/pauagglo-11c8560626d5483593fba6a43cee5ed9-154628-ph0.jpg?v=1679074508>

Murielle, Paul-Henri et Maxime lancent fin mars Greedy, rue Valéry-Meunier. Rodolphe Martin



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14417383/1200x-1/1678816298443.jpg?v=1679074508>

Murielle, Paul-Henri et Maxime lancent fin mars Greedy, rue Valéry-Meunier. Rodolphe Martin



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14417383/1200x-1/1678816315796.jpg?v=1679074508>

Murielle, Paul-Henri et Maxime lancent fin mars Greedy, rue Valéry-Meunier. Rodolphe Martin ■



Les restaurants palois profitent d'un second souffle

En ville, le printemps apporte de nombreux changements dans les restaurants. Ils sont notamment impulsés par la jeune génération qui veut travailler autrement.

En ville, le printemps apporte de nombreux changements dans les restaurants. Ils sont notamment impulsés par la jeune génération qui veut travailler autrement.

« Les gilets jaunes, le Covid, l'inflation. » Le président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH) Béarn et Soule, Lionel Imirizaldu énumère les différentes crises traversées par la profession depuis trois ans. Des crises qui, loin d'étouffer tous les espoirs, façonnent le nouveau paysage de la restauration à Pau. « Oui, une mutation est en cours et c'est une très bonne chose », reconnaît ce professionnel. S'agrandir ou se diversifier Si l'attribution d'une étoile à la Maison Ruffet (lire ci-dessous) est la partie immergée de l'iceberg, d'autres changements sont en cours. Le premier concerne « la nouvelle génération ». « Ces jeunes patrons, dont les restaurants marchent, cherchent à s'agrandir ou à développer une activité parallèle », constate Lionel Imirizaldu. C'est le cas pour la poutinerie Ô Caribou qui, fin février, a déménagé de la rue Bordenave-d'Abère à celle d'Henri-IV pour passer de vingt couverts dans un espace contraint à trente places où les clients pourront prendre leurs aises. Début mai, le restaurant Ô Petit Pau ouvrira, lui, Le Comptoir, un bar à vins.

De son côté, le caviste des Halles, Complètement vin vin, qui a juste ouvert cet été, a saisi une opportunité en centre-ville. Le 24 Comptoir, au numéro 24 de la rue Joffre, ouvrira début avril. Le concept : « un food-truck dans les murs », explique Dominique Paulin. Tartines, croque-monsieur, salades en été et soupe en hiver, seront proposées à midi sur une terrasse. Le soir, l'échoppe se transformera en bar à vins, avec des planches. Voler de ses propres ailes Côté route de Bayonne, le gestionnaire Mathieu Colin et le chef cuisinier Maximilian Aynsley-Rigden quittent la franchise Plat Beroï née à Coarraze pour voler de leurs propres ailes. À partir du 1er mai, l'établissement situé à l'entrée de Billère, s'appellera Les Associés avec un logo assemblant un couteau et une cravate. En revanche, la philosophie culinaire demeure avec des assiettes alliant produits du terroir et cuisine moderne. De même qu'à midi, le concept ne bouge pas ou très peu. Le principal changement interviendra sur la partie soirée. « Il n'y aura plus de tapas, mais un menu gastronomique à 39 euros comportant cinq temps (amuse-bouche, entrée, plat, pré-dessert, dessert) », précise Mathieu Colin. Exit également l'épicerie qui laisse place à un

espace séminaires, accueil de groupes...

Laura Parneix a souhaité, elle aussi, prendre plus de responsabilité avec la franchise La Cave de Lili dans laquelle elle est associée. Privilégier les déjeuners Son établissement, ouvert, fait exprès, le 8 mars Journée internationale des droits des femmes, s'est installé en lieu et place du New Orleans, au rond-point des allées de Morlaàs. Elle a réuni là une boutique remplie de vins de vigneronnes françaises et un bistrot. L'ensemble est ouvert du mardi au samedi, de 10h à 19h, sauf le vendredi jusqu'à minuit. « Ne plus ouvrir tous les soirs est un choix personnel et dicté par notre clientèle qui ne sort pas forcément en semaine », revendique Laura Parneix.

La jeune femme mise sur les produits locaux, comme les œufs de Buros ou la truite des Pyrénées, sans oublier la poulette rôtie, emblème de l'enseigne, pour régaler ses convives.

Manger en ville jusqu'à 16h Retour au centre où le couple Maxime Wiss et Murielle Presani, déjà gérants du Snug, et leur associé Paul-Henri reprennent en ce mois de mars Fika, rue Valéry Meunier, qui va devenir Greedy, qui signifie gourmand en anglais.

L'établissement ne sera pas, non

plus ouvert, en soirée. Greedy ouvrira à 9h pour proposer des petits-déjeuners complets, avec des pâtisseries et des œufs. Puis à partir de 11h, les clients pourront piocher dans la carte des plats salés. Ils y trouveront divers sandwiches d'inspiration anglo-saxonne comme ceux au fromage fondant ou les Roll'on au saumon gravelax, ou des plats chauds comme les fameux mac'and cheese (macaronis au fromage). Le service sera continu jusqu'à 16h. « Peu d'établissements en ville proposent de déjeuner après 14h. C'est pourtant utile pour ceux qui doivent travailler entre midi et deux ou les touristes », estime Maxime.

Cette table dédiée aux recettes nordiques « était l'un de nos endroits favoris à Pau. C'est un lieu qui a une âme, du caractère. Nous espérons le pérenniser », explique Maxime qui précise avoir conservé certaines recettes, notamment celle de la brioche à la cannelle. « Ici, vous viendrez pour bien manger, profiter d'une nourriture réconfortante, sans penser à votre ligne », assure Maxime.

Un projet pour le Supervie Le président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie voit la préfiguration d'un autre axe de développement entre le Foirail et les halles. « La rue Carnot est très porteuse », assure-t-il. Et de rappeler l'ouverture cet été au numéro 14 du restaurant Le Bey, l'escalé libanaise. Le Supervie, situé à l'angle des rues Nogué et Carnot, est lui en travaux pour une réouverture attendue ce printemps.

Il y a aussi ceux qui reviennent en ville. Après les dégâts causés par l'incendie en mai 2022 de l'immeuble où était son restaurant rue Henri-Faisans, Rajan Arun, gérant du Taj Mahal a dû trouver un

nouvel emplacement pour exercer son activité. Après un mois de travaux, il a rouvert, début février, rue Castetnau, son restaurant de spécialités de cuisine indienne et sri lankaise.

Rajan Arun et Kolika son épouse, accueillent les clients dans une salle, très lumineuse, éclairée d'une grande verrière, et décorée de tableaux et objets indiens.

Une quarantaine de convives peuvent y déguster la cuisine typique et les spécialités (naan, poulet masala, tandoori, tikka, riz, dhal...) élaborées par le chef du four tandoori Mariathas et le chef des sauces Vivek, à l'expérience professionnelle reconnue.

Cuisine traditionnelle D'autres changements sont attendus. Fermée il y a deux semaines, la brasserie Le Taylor, située dans la rue du même nom, sera-t-elle reprise? Et quid des restaurants de « taille supérieure, 60-70 couverts, qui sont en vente mais restent sur le marché pour des raisons économiques, les banques demandant 50% d'apport personnel », s'interroge le président de l'UMIH.

Dans son tour de ville, Lionel Imirizaldu n'oublie pas le succès des chaînes de restauration rapide, comme Eat Salad qui a ouvert un deuxième restaurant à Lescar ce mercredi. « Elles font partie du paysage », insiste-t-il, sans cacher qu'il défendra toujours la cuisine plus traditionnelle, « celle dont on parle à l'étranger, qui fait notre réputation française ». « Vous savez le civet qui mijote trois heures, ces pieds de cochon », rappelle le chef qui n'ose imaginer la disparition de cette « cuisine d'autrefois ». Florence Chevalier avec B. R et S. A.

« Ne plus ouvrir tous les soirs est un

choix personnel et dicté par notre clientèle qui ne sort pas forcément en semaine »

L'influence de l'étoile de la Maison Ruffet

« Depuis 10ans, Pau est dans une vraie dynamique en matière de restauration. Il n'y a jamais eu autant de bonnes tables en ville, et pourtant elles sont complètes les vendredis et samedis soir. Cela montre que les établissements ne se font pas concurrence, mais qu'ils créent une synergie », constate Maxime du Snug et du Greedy.

« Ce qui va être intéressant c'est de voir l'influence que va avoir l'étoile de la Maison Ruffet sur les autres établissements qui pourraient y prétendre comme Le Jeu de Paume ou L'Esberit. Je souhaite que cette distinction en amène d'autres et que les inspecteurs du Guide Michelin profiteront de leur visite à Pau pour découvrir d'autres restaurants », espère Lionel Imirizaldu.



Laura lance La Cave de Lili, allées de Morlaàs, Mathieu et Maximilian Les Associés à Billère, et Murielle, Paul-Henri et Maxime Greedy rue Meunier. D. Delalande et R. Martin

■



Les restaurants paalois profitent d'un second souffle

En ville, le printemps apporte de nombreux changements dans les restaurants. Ils sont notamment impulsés par la jeune génération qui veut travailler autrement.

En ville, le printemps apporte de nombreux changements dans les restaurants. Ils sont notamment impulsés par la jeune génération qui veut travailler autrement.

« Les gilets jaunes, le Covid, l'inflation. » Le président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH) Béarn et Soule, Lionel Imirizaldu énumère les différentes crises traversées par la profession depuis trois ans. Des crises qui, loin d'étouffer tous les espoirs, façonnent le nouveau paysage de la restauration à Pau. « Oui, une mutation est en cours et c'est une très bonne chose », reconnaît ce professionnel. S'agrandir ou se diversifier Si l'attribution d'une étoile à la Maison Ruffet (lire ci-dessous) est la partie immergée de l'iceberg, d'autres changements sont en cours. Le premier concerne « la nouvelle génération ». « Ces jeunes patrons, dont les restaurants marchent, cherchent à s'agrandir ou à développer une activité parallèle », constate Lionel Imirizaldu. C'est le cas pour la pouterie Ô Caribou qui, fin février, a déménagé de la rue Bordenave-d'Abère à celle d'Henri-IV pour passer de vingt couverts dans un espace contraint à trente places où les clients pourront prendre leurs aises. Début mai, le restaurant Ô Petit Pau ouvrira, lui, Le Comptoir, un bar à vins.

De son côté, le caviste des Halles, Complètement vin vin, qui a juste ouvert cet été, a saisi une opportunité en centre-ville. Le 24 Comptoir, au numéro 24 de la rue Joffre, ouvrira début avril. Le concept : « un food-truck dans les murs », explique Dominique Paulin. Tartines, croque-monsieur, salades en été et soupe en hiver, seront proposées à midi sur une terrasse. Le soir, l'échoppe se transformera en bar à vins, avec des planches. Voler de ses propres ailes Côté route de Bayonne, le gestionnaire Mathieu Colin et le chef cuisinier Maximilian Aynsley-Rigden quittent la franchise Plat Beroï née à Coarraze pour voler de leurs propres ailes. À partir du 1er mai, l'établissement situé à l'entrée de Billère, s'appellera Les Associés avec un logo assemblant un couteau et une cravate. En revanche, la philosophie culinaire demeure avec des assiettes alliant produits du terroir et cuisine moderne. De même qu'à midi, le concept ne bouge pas ou très peu. Le principal changement interviendra sur la partie soirée. « Il n'y aura plus de tapas, mais un menu gastronomique à 39 euros comportant cinq temps (amuse-bouche, entrée, plat, pré-dessert, dessert) », précise Mathieu Colin. Exit également l'épicerie qui laisse place à un

espace séminaires, accueil de groupes...

Laura Parneix a souhaité, elle aussi, prendre plus de responsabilité avec la franchise La Cave de Lili dans laquelle elle est associée. Privilégier les déjeuners Son établissement, ouvert, fait exprès, le 8 mars Journée internationale des droits des femmes, s'est installé en lieu et place du New Orleans, au rond-point des allées de Morlaàs. Elle a réuni là une boutique remplie de vins de vigneronnes françaises et un bistrot. L'ensemble est ouvert du mardi au samedi, de 10h à 19h, sauf le vendredi jusqu'à minuit. « Ne plus ouvrir tous les soirs est un choix personnel et dicté par notre clientèle qui ne sort pas forcément en semaine », revendique Laura Parneix.

La jeune femme mise sur les produits locaux, comme les œufs de Buros ou la truite des Pyrénées, sans oublier la poulette rôtie, emblème de l'enseigne, pour régaler ses convives.

Manger en ville jusqu'à 16h Retour au centre où le couple Maxime Wiss et Murielle Presani, déjà gérants du Snug, et leur associé Paul-Henri reprennent en ce mois de mars Fika, rue Valéry Meunier, qui va devenir Greedy, qui signifie gourmand en anglais.

L'établissement ne sera pas, non

plus ouvert, en soirée. Greedy ouvrira à 9h pour proposer des petits-déjeuners complets, avec des pâtisseries et des œufs. Puis à partir de 11h, les clients pourront piocher dans la carte des plats salés. Ils y trouveront divers sandwiches d'inspiration anglo-saxonne comme ceux au fromage fondant ou les Roll'on au saumon gravelax, ou des plats chauds comme les fameux mac'and cheese (macaronis au fromage). Le service sera continu jusqu'à 16h. « Peu d'établissements en ville proposent de déjeuner après 14h. C'est pourtant utile pour ceux qui doivent travailler entre midi et deux ou les touristes », estime Maxime.

Cette table dédiée aux recettes nordiques « était l'un de nos endroits favoris à Pau. C'est un lieu qui a une âme, du caractère. Nous espérons le pérenniser », explique Maxime qui précise avoir conservé certaines recettes, notamment celle de la brioche à la cannelle. « Ici, vous viendrez pour bien manger, profiter d'une nourriture réconfortante, sans penser à votre ligne », assure Maxime.

Un projet pour le Supervie Le président de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie voit la préfiguration d'un autre axe de développement entre le Foirail et les halles. « La rue Carnot est très porteuse », assure-t-il. Et de rappeler l'ouverture cet été au numéro 14 du restaurant Le Bey, l'escale libanaise. Le Supervie, situé à l'angle des rues Nogué et Carnot, est lui en travaux pour une réouverture attendue ce printemps.

Il y a aussi ceux qui reviennent en ville. Après les dégâts causés par l'incendie en mai 2022 de l'immeuble où était son restaurant rue Henri-Faisans, Rajan Arun, gérant du Taj Mahal a dû trouver un

nouvel emplacement pour exercer son activité. Après un mois de travaux, il a rouvert, début février, rue Castetnau, son restaurant de spécialités de cuisine indienne et sri lankaise.

Rajan Arun et Kolika son épouse, accueillent les clients dans une salle, très lumineuse, éclairée d'une grande verrière, et décorée de tableaux et objets indiens.

Une quarantaine de convives peuvent y déguster la cuisine typique et les spécialités (naan, poulet masala, tandoori, tikka, riz, dhal...) élaborées par le chef du four tandoori Mariathas et le chef des sauces Vivek, à l'expérience professionnelle reconnue.

Cuisine traditionnelle D'autres changements sont attendus. Fermée il y a deux semaines, la brasserie Le Taylor, située dans la rue du même nom, sera-t-elle reprise? Et quid des restaurants de « taille supérieure, 60-70 couverts, qui sont en vente mais restent sur le marché pour des raisons économiques, les banques demandant 50% d'apport personnel », s'interroge le président de l'UMIH.

Dans son tour de ville, Lionel Imirizaldu n'oublie pas le succès des chaînes de restauration rapide, comme Eat Salad qui a ouvert un deuxième restaurant à Lescar ce mercredi. « Elles font partie du paysage », insiste-t-il, sans cacher qu'il défendra toujours la cuisine plus traditionnelle, « celle dont on parle à l'étranger, qui fait notre réputation française ». « Vous savez le civet qui mijote trois heures, ces pieds de cochon », rappelle le chef qui n'ose imaginer la disparition de cette « cuisine d'autrefois ». Florence Chevalier avec B. R et S. A.

« Ne plus ouvrir tous les soirs est un

choix personnel et dicté par notre clientèle qui ne sort pas forcément en semaine »

L'influence de l'étoile de la Maison Ruffet

« Depuis 10ans, Pau est dans une vraie dynamique en matière de restauration. Il n'y a jamais eu autant de bonnes tables en ville, et pourtant elles sont complètes les vendredis et samedis soir. Cela montre que les établissements ne se font pas concurrence, mais qu'ils créent une synergie », constate Maxime du Snug et du Greedy.

« Ce qui va être intéressant c'est de voir l'influence que va avoir l'étoile de la Maison Ruffet sur les autres établissements qui pourraient y prétendre comme Le Jeu de Paume ou L'Esberit. Je souhaite que cette distinction en amène d'autres et que les inspecteurs du Guide Michelin profiteront de leur visite à Pau pour découvrir d'autres restaurants », espère Lionel Imirizaldu.



Laura lance La Cave de Lili, allées de Morlaàs, Mathieu et Maximilian Les Associés à Billère, et Murielle, Paul-Henri et Maxime Greedy rue Meunier. D. Delalande et R. Martin

Ces commerçants qui parient sur la rue Taillefer

Dans cette artère, de nouvelles boutiques viennent remplacer celles qui ont mis la clef sous la porte. Mais le flou quant à son réaménagement dissuade certains porteurs de projets

Claire Schlinger

Périgueux

Ces commerçants qui parient sur la rue Taillefer

Dans cette artère, de nouvelles boutiques viennent remplacer celles qui ont mis la clef

sous la porte. Mais le flou quant à son réaménagement dissuade certains porteurs de projets

Le monde attire le monde. Alors, que faire pour éviter qu'un cercle vicieux ne s'installe lorsque des vitrines désespérément vides causent le désintérêt des passants? « Oser, estime Élodie Di Schino. Car si personne ne relève le défi, les centres-villes meurent. » Mais à Périgueux, la rue Taillefer, où elle a pourtant visité le local commercial des Foies gras Champion, à l'abandon depuis plusieurs années, lui laisse un sentiment mitigé.

« Personne, à la mairie, n'arrive à donner une réponse claire et précise quant aux travaux de réaménagement de l'axe. Ça fait peur... », continue l'entrepreneuse qui n'en est pas à son coup d'essai, puisqu'elle gère déjà un pressing écologique à Marsac-sur-l'Isle. C'est donc finalement dans la rue adjacente André-Saigne qu'elle va ouvrir un bar à donuts, Le Beignet troué, d'ici les vacances de Pâques. « Ce qui coince dans la rue Taillefer,

c'est le manque de visibilité quant aux délais des travaux prévus par la mairie : lesquels influenceront forcément sur le chiffre d'affaires. C'est la raison principale pour laquelle beaucoup de porteurs de projets font machine arrière », confirme Williams Ranoux, directeur de la société immobilière Advenis, spécialisée dans les locaux commerciaux et d'entreprises, à l'origine des dernières transactions dans la rue.

Car heureusement, à l'instar d'Élodie Di Schino, les entrepreneurs restent des entrepreneurs : aussi, près de trois nouvelles enseignes vont apparaître dans l'artère commerçante. Un Eat Salad va remplacer Maison Birds, où les travaux ont déjà commencé en vue d'une ouverture prévue en juin. « Il n'y a pas de raison que ça ne marche pas », lance la repreneuse Aurore Angulo, confiante. Ancienne employée de la Poste, elle se souvient de l'âge d'or de la rue Taillefer : « On espère être le début d'une nouvelle grande lignée. » Et elle voit même ce délai quant au lancement des travaux comme une aubaine : « Au moins, on aura déjà notre clientèle! »

Plus haut, une agence immobilière de luxe va remplacer l'ancienne épicerie fine La Réserve. Une cave à

vin cherche également à s'installer, selon le directeur de l'agence Advenis. « On a mis nos panneaux sur les autres baux à céder, il ne reste plus qu'à ce que les porteurs de projet se manifestent. » Cependant, les loyers élevés restent un point noir supplémentaire : « Les bailleurs ne sont pas fermés, assure Williams Ranoux. Mais avant de faire des franchises de loyers, encore faut-il qu'ils aient quelqu'un en face... »

« On a mis nos panneaux sur les autres baux à céder, il ne reste plus qu'à ce que les acheteurs se manifestent »

Les grands axes présentés fin mars Concernant les délais des travaux envisagés rue Taillefer, le directeur de la communication de la mairie de Périgueux, Jérôme Riboulet, rappelle : « Nous avons engagé une démarche participative, pour laquelle une campagne de concertation en ligne avait été lancée à l'automne 2022. »

Depuis, « des groupes de travail composés de commerçants, d'habitants et d'élus traitent actuellement les résultats ». Les grandes orientations du projet de réaménagement seront ainsi soumises à la délibération lors du prochain Conseil municipal, mercredi 29 mars.



Les artisans s'affairent dans plusieurs locaux de la rue commerçante, en vue de l'ouverture prochaine de plusieurs enseignes. C. S.



Les artisans s'affairent dans plusieurs locaux de la rue commerçante, en vue de l'ouverture prochaine de plusieurs enseignes. C. S.

■



Périgueux : ces commerçants qui parient sur la rue Taillefer

De nouvelles boutiques viennent remplacer celles qui ont mis la clef sous la porte, laissant espérer une redynamisation de l'artère.

Mais le flou quant à son réaménagement dissuade certains porteurs de projets

L e monde attire le monde. Alors que faire pour éviter qu'un cercle vicieux ne s'installe lorsque des vitrines désespérément vides causent le désintérêt des passants ? « Oser, estime Élodie Di Schino. Car si personne ne relève le défi, les centres-villes meurent. » Mais à Périgueux (Dordogne), la rue Taillefer, où elle a pourtant visité le local commercial des Foies gras Champion, à l'abandon depuis plusieurs...

L e monde attire le monde. Alors que faire pour éviter qu'un cercle vicieux ne s'installe lorsque des vitrines désespérément vides causent le désintérêt des passants ? « Oser, estime Élodie Di Schino. Car si personne ne relève le défi, les centres-villes meurent. » Mais à Périgueux (Dordogne), la rue Taillefer, où elle a pourtant visité le local commercial des Foies gras Champion, à l'abandon depuis plusieurs années, lui laisse un sentiment mitigé.

« Personne, à la mairie, n'arrive à donner une réponse claire et précise quant aux travaux de réaménagement de l'axe. Ça fait peur... » continue l'entrepreneuse, qui n'en est pas à son coup d'essai, puisqu'elle gère déjà un pressing écologique à Marsac-sur-l'Isle. C'est donc finalement dans la rue adjacente André-Saigne qu'elle va ouvrir un bar à donuts, Le Beignet troué, d'ici les vacances de Pâques.

Des délais flous

« Ce qui coince dans la rue Taillefer, c'est le manque de visibilité quant aux délais des travaux prévus par la mairie : lesquels impacteront forcément le chiffre d'affaires. C'est la raison principale pour laquelle beaucoup de porteurs de projets font marche arrière », confirme Williams Ranoux, directeur de la société immobilière Advenis, spécialisée dans les locaux commerciaux et d'entreprise, à l'origine des dernières transactions dans la rue.

« On a mis nos panneaux sur les autres baux à céder, il ne reste plus qu'à ce que les acheteurs se manifestent »

Car heureusement, à l'instar d'Élodie Di Schino, les entrepreneurs restent des entrepreneurs : aussi, près de trois nouvelles enseignes vont apparaître dans l'artère commerçante. Un Eat Salad va remplacer Maison Birds, où les travaux ont déjà commencé en vue d'une ouverture prévue en juin. « Il n'y a pas de raison que ça ne marche pas », lance la repreneuse Aurore Angulo, confiante. Ancienne employée de la Poste, elle se souvient de l'âge d'or de la rue Taillefer : « On espère être le début d'une grande lignée. » Et elle voit même ce délai quant au lancement des travaux comme une aubaine : « Au moins, on aura déjà notre clientèle ! »

La balle dans le camp des entrepreneurs

Plus haut, une agence immobilière de luxe va remplacer l'ancienne épicerie fine La Réserve. Une cave à vin cherche également à s'installer, selon le directeur de l'agence Advenis. « On a mis nos panneaux sur les autres baux à céder, il ne reste plus qu'à ce que les porteurs de projet se manifestent. » Cependant, les loyers élevés restent un point noir supplémentaire : « Les bailleurs ne sont pas fermés, assure Williams Ranoux, mais avant de faire des franchises de loyers, encore faut-il qu'ils aient quelqu'un en



face... »

Les grands axes présentés fin mars Concernant les délais des travaux envisagés rue Taillefer, le directeur de la communication de la mairie de Périgueux, Jérôme Riboulet, rappelle : « Nous avons engagé une démarche participative, pour laquelle une campagne de concertation en ligne avait été lancée à l'automne 2022. » Depuis, « des groupes de travail composés de commerçants, d'habitants et d'élus traitent actuellement les résultats ». Les grandes orientations du projet de réaménagement seront ainsi soumises à la délibération lors du prochain Conseil municipal, mercredi 29 mars.



<https://media.sudouest.fr/14371392/1200x-1/20230308-104456.jpg>





<https://media.sudouest.fr/14371392/1000x500/20230308-104456.jpg?v=1678972219>



<https://media.sudouest.fr/14371392/1200x-1/20230316132035-nouveau8t6a21742.jpg?v=1678972219>



<https://media.sudouest.fr/14371392/1200x-1/20230310-135419.jpg?v=1678972219>



Un restaurant Eat Salad va ouvrir aux Rives de l'Orne à Caen

L'enseigne va ouvrir un restaurant le 26 avril 2023, et cherche encore à recruter 5 personnes.

Eat Salad débarque à Caen (Calvados) et va ouvrir son 62e restaurant aux Rives de l'Orne. Née à Bordeaux en 2013, l'enseigne de restauration propose un bar à salades où chacun peut composer sa salade à partir de produits frais de qualité livrés chaque jour ; une gamme de plats chauds aux saveurs du monde et un choix de desserts sur mesure , détaille le service communication de l'enseigne.

Lire aussi : À Caen, cette rue du centre-ville se pare d'un « ciel de pluie d'or » jusqu'à la mi-avril
Une salade offerte aux 100 premiers clients

On pourra emporter, se faire livrer ou s'installer à l'intérieur dans la salle de 24 places ou en terrasse d'une capacité de 38 couverts . Pour assurer le service de ce restaurant ouvert 7 jours 7, Eat Salad a besoin « **d'une équipe de 10 équipiers polyvalents**. Il reste 5 postes à pouvoir. Les candidats peuvent postuler à l'adresse : eatsalad.caen@gmail.com

L'ouverture de ce nouveau restaurant, actuellement en travaux, est prévue le mercredi 26 avril. Bonne nouvelle, une salade sera offerte aux 100 premiers clients.

Eat Salad, 3, esplanade Léopold-Sedar-Senghor, aux Rives de l'Orne (à la place de Sushi kyo).

Ouverture prévue le 26 avril puis ouvert 7 jours sur 7 (sur place, à emporter ou via Uber Eats). À suivre sur Facebook et Instagram. Plus d'infos sur : www.eatsalad.com

Un restaurant Eat Salad va ouvrir aux Rives de l'Orne le 26 avril 2023.

Eat salad ■



► 14 mars 2023

Eat Salad

Eat Salad peut désormais servir les habitants de la Roche-sur-Yon (85).





Eat Salad ouvre un deuxième restaurant dans l'agglomération

Avec une soixantaine de points de vente en France, dont une bonne partie dans le quart Sud-Ouest, Eat Salad est désormais bien ancré dans le paysage des villes et centres commerciaux français. Une présence qui s'affirme aussi en Béarn puisque après un premier restaurant en centre-ville, un deuxième va ouvrir dans le centre commercial Carrefour de Lescar, le 15 mars. On la doit à Arnould Paris et Florent Cabanne, les deux mêmes franchisés qui ont ouvert en juillet 2020 rue Serviez. ■



Eat Salad ouvre un deuxième restaurant dans l'agglomération

Avec une soixantaine de points de vente en France, dont une bonne partie dans le quart Sud-Ouest, Eat Salad est désormais bien ancré dans le paysage des villes et centres commerciaux français. Une présence qui s'affirme aussi en Béarn puisque après un premier restaurant en centre-ville, un deuxième va ouvrir dans le centre commercial Carrefour de Lescar, le 15 mars. On la doit à Arnould Paris et Florent Cabanne, les deux mêmes franchisés qui ont ouvert en juillet 2020 rue Serviez. ■



Pau : solaire, salade, grève... 5 infos à ne pas manquer ce vendredi

Ce vendredi, on vous explique pourquoi les panneaux solaires ne peuvent pas fleurir partout à Pau, pourquoi la station hydrogène est à l'arrêt depuis plusieurs semaines et on vous parle d'Eat salad et d'Irish Celtic.

Solaire : pourquoi les panneaux ne peuvent pas fleurir partout à Pau

Recevez notre newsletter quotidienne

Si les panneaux photovoltaïques fleurissent, il est des secteurs de la ville de Pau où ils restent interdits.

Agglo de Pau : la station hydrogène à l'arrêt depuis plusieurs semaines

Un souci sur la membrane échangeuse de proton a provoqué l'arrêt de la station à hydrogène qui alimente Fébus.

[Eat Salad](#) ouvre un deuxième restaurant dans l'agglomération paloise

Bus dans l'Agglo de Pau : Idélis au service minimum ce samedi 11 mars

Irish Celtic, jeudi 9 mars au Zénith de Pau : un avant-goût de St-Patrick

À CONSULTER AUSSI

Les dernières vidéos

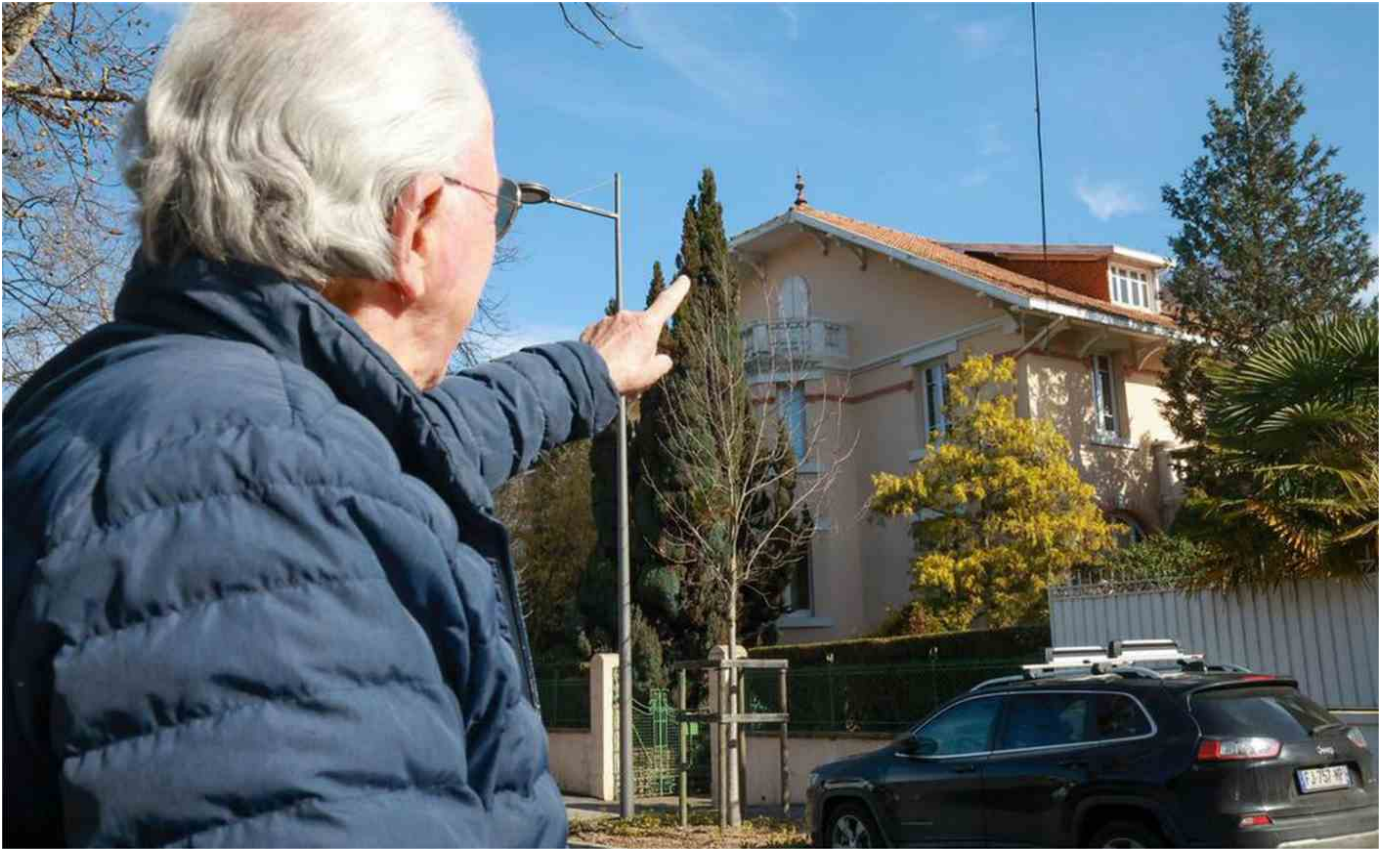
Les orages à Pau ce jeudi 9 mars

Aucun commentaire



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14363690/1200x-1/m76a9657.jpg>

Danses musiques et chansons irlandaises étaient au menu de cette évasion à la fleur de celté. Francis Larrieu



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14363690/1200x-1/140a0972-1.jpg?v=1678433736>

Danses musicales et chansons irlandaises étaient au menu de cette évasion à la fleur de celtic. Francis Larrieu



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14363690/1200x-1/av8i3703.jpg?v=1678433736>

Danses musicales et chansons irlandaises étaient au menu de cette évasion à la fleur de celtic. Francis Larrieu



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14363690/1200x-1/116a9663.jpg?v=1678433736>

Danses musicales et chansons irlandaises étaient au menu de cette évasion à la fleur de celtic. Francis Larrieu



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14363690/1200x-1/rep-10198-hd141217.jpg?v=1678433736>

Danses musiques et chansons irlandaises étaient au menu de cette évasion à la fleur de celtic. Francis Larrieu ■

Épopée Gestion : 5.000 m² de Nexity à Mérignac (33)



Épopée Gestion a acquis l'immeuble de bureaux "Turin" de 5.000 m² situé au sein du parc tertiaire et hôtelier du 45e Parallèle, rue René Cassin, Mérignac (33). Utilisateurs : Flex-O ; Adenes ; Aerospacelab ; Eat Salad. Vendeur : Nexity.



Eat Salad ouvre un deuxième restaurant dans l'agglomération paloise

Déjà présente rue Serviez à Pau, l'enseigne Eat Salad poursuit son expansion et s'apprête à ouvrir, le 15 mars prochain, un restaurant au sein du centre commercial Carrefour de Lescar.

Avec une soixantaine de restaurants en France, dont une bonne partie dans le quart Sud-Ouest, l'enseigne Eat Salad est désormais bien ancrée dans le paysage des villes et des centres commerciaux français. Une présence qui s'affirme aussi en Béarn puisque après un premier restaurant dans le centre-ville de Pau, l'enseigne va prochainement en ouvrir un deuxième dans le centre commercial Carrefour de Lescar.

Recevez notre newsletter quotidienne

Son ouverture est prévue pour le 15 mars prochain. On la doit à Arnould Paris et Florent Cabanneau, les deux mêmes franchisés qui ont ouvert en juillet 2020 rue Serviez. Tous deux issus de la grande distribution, ils ont décidé, il y a trois ans, de passer le cap et de devenir leurs propres patrons en ouvrant ce restaurant qui propose de composer ses salades sur-mesure.

À CONSULTER AUSSI

Les dernières vidéos

Quand Marcel Amont était l'invité d'honneur des Béarnais de l'année 2019 et évoquait ses racines

Aucun commentaire



<https://media.larepubliquedespyrenees.fr/14352474/1200x-1/116a9663.jpg>

[Eat Salad](#) va ouvrir un nouveau restaurant au sein du centre commercial Carrefour de Lescar. Archives
AT ■

Mérignac : Nexity cède le Turin à Epopée Gestion

Epopée Gestion, entreprise d'investissement territoriale cofondée par **Charles Cabillic** et **Ronan Le Moal**, vient d'acquérir, à **Mérignac** (33), pour le compte de son OPPCI **Epopée Immo Rendement 1**, un immeuble de bureaux baptisé **Turin** développant une surface d'environ **5 000 m²**. Cédé par **Nexity**, cet actif est certifié Breeam « Good » et NF Bâtiments Tertiaires et répond en outre aux attentes environnementales du fonds labellisé ISR. Situé au sein du parc tertiaire et hôtelier **45ème Parallèle** (voir *Immo Hebdo* n°600), à proximité immédiate de l'aéroport, il est desservi par la rocade de Bordeaux située à moins d'un kilomètre et par les transports en commun notamment par une liaison directe à la gare SNCF via la ligne A du tramway. Livré en septembre 2022, il héberge plusieurs locataires dans le cadre de baux longue durée, dont l'enseigne de coworking **Flex-O**, la société d'expertise après sinistre **Adenes**, l'entreprise **Aerospace-lab** ainsi que l'enseigne de restauration **Eat Salad**. Pour cette transaction, l'acquéreur était conseillé par l'étude notariale **Quid Novi Brest**.

« Nous sommes ravis d'avoir finalisé l'acquisition de ce très bel actif que représente l'ensemble immobilier Turin. Idéale-



© TRISTAN DESCHAMPS

ment situé, en périphérie de Bordeaux, il constitue pour nous une première opération sur le secteur très prisé de Mérignac que nous ciblons depuis quelques temps. Nous avons été particulièrement sensibles aux qualités environnementales de cet actif qui répond tout à la fois à notre ambition en matière d'investissement responsable et de recherche de performance financière de notre fonds qui cible des actifs tertiaires performants, situés dans des marchés régionaux. Ce nouvel actif porte le portefeuille du véhicule à une taille supérieure à 150 millions d'euros », déclare **Arnaud Lehuédé**, associé Immobilier d'Epopée Gestion.

« Nous sommes très heureux de la confiance

accordée par Epopée Gestion, notre nouveau partenaire sur le 45ème Parallèle. Ce projet d'envergure, mixte, et d'une grande qualité d'usage a été dessiné par l'agence **Lacrouts & Massicault**. Il s'inscrit totalement dans l'ADN de Nexity, et Turin son premier immeuble de bureaux nouvelle génération, respectueux de l'environnement et tourné vers le bien-être des utilisateurs, est le reflet de notre engagement et de notre stratégie environnementale ambitieuse au service d'une ville résiliente et durable, tournée vers la nature et les hommes », commente pour sa part **Ghislaine Seguin**, directeur général adjoint de Nexity Entreprises Promotion en charge des Régions. ◆



BG2V, conseil d'Épopée Gestion dans le cadre de l'acquisition, auprès de Nexity, de l'immeuble de bureaux « Turin »

BG2V (Woody GUIRAND, Avocat Counsel et Juliette GOUX, Avocate Collaboratrice, pour les aspects immobiliers, ainsi que Nicolas AUTET, Avocat Associé, pour les aspects droit public) a conseillé Épopée Gestion, pour le compte de son OPPCI Épopée Immo Rendement I, dans le cadre de l'acquisition, auprès de Nexity, de l'immeuble de bureaux « Turin », d'une surface d'environ 5.000 m², situé à Mérignac.

L'immeuble « Turin », développé par Nexity, est certifié BREEAM niveau Good et répond aux attentes environnementales du fonds qui détient le label ISR.

Cet ensemble immobilier neuf livré en septembre 2022 héberge plusieurs locataires sur des durées d'engagement longues : Flex-O, une enseigne nationale de coworking ; Adenes, créateur de solutions en expertise, conseil, audit et comptabilité ; Aerospacelab, une entreprise du domaine de l'aérospatial ; ainsi que l'enseigne de restauration **Eat Salad**.

L'actif se situe au sein du parc tertiaire et hôtelier du « 45^{ème} Parallèle ». L'ensemble mixte développe 4 immeubles de bureaux, un parking silo incluant un pôle commercial et santé, deux hôtels 4 étoiles ainsi qu'un centre de congrès, le tout au cœur d'un jardin central piéton de 2 hectares, des jardins de rive et d'un parvis.

Avec cette transaction, BG2V confirme à nouveau son expertise dans le cadre d'opérations immobilières complexes.

Intervenants pour Épopée Gestion :

- BG2V :
 - o Pour les aspects immobiliers : Woody GUIRAND, Avocat Counsel et Juliette GOUX, Avocate Collaboratrice.
 - o Pour les aspects droit public : Nicolas AUTET, Avocat Associé.
- Quid Novi Brest : Pierre THUBERT, Notaire associé.



Activité immobilière : focus sur 5 transactions et investissements entre janvier et février 2023

News Tank vous propose sa sélection mensuelle des nouveaux projets immobiliers. Voici un focus sur 5 transactions et investissements entre janvier et février 2023. • 6ème Sens Immobilier • Groupe immobilier Activités : promotion et réhabilitation habitation, réhabilitation tertiaire, promotion tertiaire, activité et logistique et transaction Immobilière Création ... cède deux bâtiments de la « 6Nergy Valley » à MP Groupe (Medipom) à Grenoble (Isère).

- Épopée Gestion • Entreprise d'investissement • Activités : Développer l'économie des territoires en accompagnant sur le long terme des entreprises régionales essentiellement basées dans l'Ouest de la...

finalise l'acquisition auprès de Nexity Groupe immobilier français intervenant sur l'ensemble des métiers de la promotion et des services immobiliers • Création : 2000 • Activité : aménageur ; promoteur ; immobilier résidentiel ...

d'un immeuble de bureaux neuf à Mérignac (Gironde).

- Ojirel et Île-de-France Investissements et Territoires font l'acquisition de deux bâtiments du site historique de Renault à Flins (Yvelines).

- Arkéa REIM investit dans un actif à usage culturel à Bordeaux (Gironde) développé par Cogedim et Nexity.

- La Française Real Estate Managers (REM) • Pôle immobilier du groupe La Française Activités : société de gestion immobilière, solutions d'investissement ciblées pour le compte de tiers en France et à l'international Implantations : Paris...

acquiert le « Castel Héritage » à Marseille (Bouches-du-Rhône) auprès de Groupama Gan Reim Groupama Gan REIM est une Société de Gestion de Portefeuille agréée par l'AMF (Autorité des Marchés Financiers). • Création : 2014 • Activité : structure, développe et gère des véhicules...

Nouveau rendez-vous de lecture hebdomadaire

News Tank Cities crée un rendez-vous de lecture hebdomadaire dédié à tous les professionnels de l'immobilier résidentiel et du tertiaire (bureaux, commerces, logistique...) en France et à l'étranger. Chaque semaine, notre rédaction sélectionnera pour vous les annonces les plus significatives de la promotion immobilière dans quatre catégories.

- Les nouveaux projets (appel d'offres, signatures en VEFA , secteur privé, secteur HLM...)
- Le début des travaux (pose de la première pierre, inauguration, démolition, réhabilitation...)
- La livraison et commercialisation (mise en service, occupation...)
- Les transactions (échanges d'actifs, achat de foncier, investissements...)

Cette semaine, nous faisons un focus sur les « transactions ».

6ème Sens Immobilier cède l'ensemble Spark à MP Groupe (Medipom)

Localisation : ZAC Bouchayer-Viallet à Grenoble (« 6Nergy Valley »)

2 bâtiments

Terrain : 23 000 m

9 400 m de surface de plancher 1436 m de bureaux

7937 m de locaux industriels

88 places de parking VL

Vendeur : 6ème Sens Immobilier

Acheteur : MP Groupe

Utilisateur : Mc Phy et Air Liquide (baux longue durée)

État : réhabilité en

« Ces bâtiments, répondent aux besoins techniques et humains imposés par les activités de leurs locataires. La situation privilégiée de 6Nergy Valley, au cœur de l'agglomération grenobloise et le dynamisme économique de la région Rhône Alpes en fait un territoire extrêmement attractif pour les entreprises françaises et internationales. L'ensemble immobilier, répond à une forte demande non satisfaite et en font un actif stratégique et un investissement sécurisé. »

MP Groupe

« Épopée Gestion acquiert auprès de Nexity un immeuble de bureaux neuf à Mérignac »

Localisation : Mérignac (Opération mixte « 45 Parallèle »)

1 bâtiment

5 000 m de surface de plancher

Vendeur : Nexity

Acheteur : Épopée Gestion

Utilisateur : Flex-O, Adenes, Aerospacelab, et **Eat Salad** (baux longue durée)

Livraison : septembre

Certifications : Breeam

Good et NF

Bâtiments Tertiaires

« Idéalement situé, en périphérie de Bordeaux, cet actif constitue pour nous une première opération sur le secteur très prisé de Mérignac. Nous avons été particulièrement sensibles aux qualités environnementales de cet actif qui répond tout à la fois à notre ambition en matière d'investissement responsable et de recherche de performance financière de notre fonds qui cible des actifs tertiaires performants, situés dans des marchés régionaux. Ce nouvel actif porte le portefeuille du véhicule à une taille supérieure à 150 M€. »

Arnaud Lehuédé , associé immobilier d'Épopée Gestion

« Acquisition pour la réhabilitation de deux bâtiments du site historique de Renault »

Localisation : Flins

2 bâtiments Un bâtiment dédié à accueillir l'incubateur et la pépinière d'entreprises

Un bâtiment dédié à la formation des salariés

Acheteur : Ojirel et la SEM

IDF

Investissements & Territoires (34 %) en Club Deal immobilier

Utilisateur : Renault

Début des travaux :

Livraison : février 2024

Coût des travaux : 11 M€

« La société Alderan a assuré la réussite de cette opération. En novembre 2022, Renault a annoncé la reconversion de son site historique de Flins en RE-Factory, le premier site européen dédié à l'économie circulaire dans le secteur de la mobilité. Nous sommes ravis de participer à la reconversion de ce site industriel et d'accompagner le Groupe Renault dans sa transition environnementale. »

Alain Mallart, actionnaires fondateurs d'Ojirel

« Arkéa REIM acquiert un bien développé par Cogedim et Nexity dans l'opération Bordeaux Euratlantique »

Localisation : Bordeaux (OIN

Bordeaux Euratlantique)

1 bâtiment

Surface de plancher : 2200 m

usage de bar, restauration, évènementiel, activités culturelles et de loisirs

Acheteur : la SCI

Territoires Avenir gérée par Arkéa REIM

Utilisateur : Bellevilloise (BEFA de 12 ans)

Livraison :

« Le site s'inscrit dans le projet Bordeaux Belvédère, qui offrira plus de 40 000 m de bureaux, plus de 1 000 logements et des commerces, hôtels et résidences gérées. Cet actif qui constitue le phare culturel de ce programme immobilier apporte à la SCI Territoires Avenir une nouvelle dimension dans le profil des acquisitions du portefeuille et répond à notre souhait d'investir dans des zones d'aires urbaines dynamiques en régions. »

Yann Videcoq, directeur de la gestion des fonds d'Arkéa REIM

Le « Castel Héritage » à Marseille acquis par La Française REM

Localisation : centre-ville de Marseille

1 bâtiment (R+3)

2 800 m de surface de plancher 25 emplacements de stationnement

un rooftop

Vendeur : SCI Oslo le Castel (Groupama Gan REIM

Acheteur : La Française Real Estate Managers (REM)

Livraison :

État : restructuré à neuf par Eiffage en

Certifications : NF HQE

Très bon

« Le Castel Héritage, dont la façade est classée au titre des Monuments Historiques.

Dispose d'une excellente visibilité à l'angle du boulevard des Dames et du Quai de la Joliette, une des artères principales de Marseille. L'immeuble est idéalement situé en front de mer à mi-chemin entre le Mucem et les Terrasses du Port. Il bénéficie d'une excellente desserte par les transports en commun avec la station Joliette du tramway et du métro à 350 m, et est directement relié aux grands axes routiers. »

La Française

Chargement en cours

Catégorie : Fonds d'investissement et Financier

Chargement en cours



Commerces à Coutras : le plein de nouvelles enseignes

Marianne Galero

Après Disticenter, Maxi Zoo, Addict Coiffure Paris, Burger King, Ange et Basic-Fit, c'est à Eat Salad de s'implanter dans la zone commerciale de l'avenue François-Mitterrand.

La boulangerie et le primeur d'Eygreteau ouvriront la semaine prochaine.

Quasiment 200 « j'aime », autant de partages et plus d'une centaine de commentaires. L'annonce du maire sur Facebook sur l'ouverture d'un EatSalad dans la nouvelle zone commerciale de Coutras a été plébiscitée. Dans son post, le maire détaille : « Après Basic-Fit, Disticenter, Addict Coiffure Paris, Burger King ou encore Ange, c'est au tour d'Eat Salad de s'installer dans la nouvelle zone commerciale du Leclerc. Fondé en 2013 et désormais leader français dans la préparation de salades et plats chauds sur mesure, Eat Salad répond aux attentes d'une clientèle en quête d'alimentation alliant plaisir et équilibre à base de produits frais. Vous pourrez ainsi choisir parmi d'infinies combinaisons à composer en fonction de vos envies à partir de 9 bases, plus de 40 ingrédients et 8 sauces faites maison. »

L'occasion pour Jérôme Cosnard de rappeler également que 30 nouvelles entreprises ont fait le choix de s'implanter dans la commune avec 300 emplois supplémentaires à la clef. Dans les commentaires du post Facebook, certains saluaient l'arrivée de l'enseigne quand d'autres demandaient s'il était par exemple possible d'accueillir un magasin de bricolage style Brico Dépôt ou même un Action, magasin de hard-discount déjà implanté à Libourne et Saint-Seurin-sur-l'Isle.

L'année dernière, 30 nouvelles entreprises ont fait le choix de Coutras avec plus de 300 emplois supplémentaires à clé. L'année 2023 semble être tout aussi prometteuse voire plus, signe de l'attractivité grandissante du territoire.

Non loin de là, les travaux de la zone d'Eygreteau touchent également à leur fin avec le Fournil d'Eygreteau gérée par Maximo de la boulangerie de la zone de l'Atelier, un primeur « Le temps des saisons » de M. et Mme. Étourneaux avec un accent sur les produits locaux et un restaurant. Les deux premiers ouvriront au début du mois de mars. Pour le restaurant, il faudra attendre le mois de mai prochain. Les travaux vont prochainement commencer. En tout, une vingtaine d'emplois vont être créés dans la zone. L'investisseur Laurent Frappier se satisfait de ce projet imaginé il y a 5 ans. « Beaucoup de personnes consomment entre leur domicile et leur lieu de travail, cette zone va être un plus. » Sur place, 84 places de parking ont été créées.



https://www.leresistant.fr/wp-content/uploads/2023/02/IMG_6931.jpg

La nouvelle zone commerciale, rue François Mitterrand est complète. ■



L'OPPCI d'Épopée Gestion gagne les terres bordelaises

Le gérant breton, pour le compte d'Épopée Immo Rendement I, pose ses valises dans Turin, un actif de 5 000 mètres carrés de bureaux neufs basé à Mérignac. Le véhicule d'investissement qui vise principalement l'Arc Atlantique revendique à date plus de 150 M€ d'actifs sous gestion. Épopée Gestion – emmenée par Charles Cabillic et Ronan Le Moal – renforce sa présence dans la capitale girondine. Si le gérant breton possède déjà des plateaux de bureaux loués à la région Nouvelle Aquitaine au cœur du quartier d'affaires de Mériadeck, fin 2022, pour le compte de son OPPCI Épopée Immo Rendement I, il a repris l'actif Turin, auprès de Nexity. Situé à Mérignac, cet immeuble de 5 000 mètres carrés de bureaux a été livré en septembre dernier. Lové au cœur du parc tertiaire et hôtelier du 45e Parallèle, l'ensemble affiche quasi-complet (96 %) d'un point de vue locatif. Le coworker Flex-O Adenes Aerospacelab et l'enseigne **Eat Salad** y étant engagés via des baux de plus de six ans. Si Épopée Gestion garde confidentiel le montant de cet asset deal, d'après nos sources, elle le finance full equity. La société de gestion ne s'interdisant pas de le refinancer ultérieurement. Dessiné par l'agence Lacrouts & Massicault, Turin a obtenu les certifications Breeam Good et NF Bâtiments Tertiaires. « (...) Turin constitue pour nous une première opération sur le secteur très prisé de Mérignac que nous ciblons depuis quelques temps, abonde Arnaud Lehuédé, associé immobilier d'Épopée Gestion. Nous avons été particulièrement sensibles aux qualités environnementales de cet actif (...). »

Plus de 150 M€ d'actifs sous gestion

Lancé en 2021, l'OPPCI Épopée Immo Rendement I vise les bureaux, les locaux d'activités et les entrepôts des villes de l'Arc Atlantique de moins de 20 000 habitants. En septembre dernier, le véhicule a pris position off market sur un entrepôt de 8 400 mètres carrés situé en périphérie de Mans et loué à Albea, spécialiste de la fabrication d'emballages pour des produits cosmétiques. Avec cette récente acquisition sur le marché des bureaux de la métropole bordelaise, le portefeuille du dit-véhicule dépasse les 150 M€ pour 39 lignes, soit plus de la moitié de sa taille cible de l'ordre de 260 M€. Un 40e investissement doit être annoncé dans les prochaines semaines.



OPPCI Epopée Immo Rendement I : Epopée Gestion acquiert un actif de bureaux près de Bordeaux



Partager

Immobilier - Cette semaine, Epopée Gestion annonce l'acquisition d'un immeuble de bureaux à Mérignac, près de Bordeaux (Gironde) pour le compte de son OPPCI Epopée Immo Rendement I.

Épopée Gestion — entreprise d'investissement territoriale, cofondée par Charles Cabillic et Ronan Le Moal — annonce ce jeudi 2 mars l'acquisition d'un immeuble de bureaux à Mérignac, près de Bordeaux (Gironde). L'immeuble « Turin » a été acquis en pleine propriété pour le compte de l'OPPCI Epopée Immo Rendement I. Épopée Gestion a été conseillée par Pierre Thubert, Notaire associé de la société Quid Novi Brest.

Livré en septembre 2022, cet ensemble immobilier neuf livré héberge plusieurs locataires sur des durées d'engagement longues : Flex-O, une enseigne nationale de coworking ; Adenes, créateur de solutions en expertise, conseil, audit et comptabilité ; AerospaceLab, une entreprise du domaine de l'aérospatial ; ainsi que l'enseigne de restauration **Eat Salad**.

5 000 m² de bureaux

Développé par Nexity, l'immeuble développe une surface d'environ 5 000 m². Il se trouve près de l'aéroport, avec une bonne desserte en transports en commun. L'ensemble dispose des certifications BREEAM Good II et NF Bâtiments Tertiaires. Il répond ainsi

aux attentes environnementales du fonds, qui détient le label ISR.

L'actif Turin se situe au sein du parc tertiaire et hôtelier du « 45ème Parallèle ».

L'ensemble mixte développe 4 immeubles de bureaux, un parking silo incluant un pôle commercial et santé, deux hôtels 4 étoiles ainsi qu'un centre de congrès, le tout au cœur d'un jardin central piéton de 2 hectares, des jardins de rive et d'un parvis.

Ville résiliente et durable

« Nous avons été particulièrement sensibles aux qualités environnementales de cet actif qui répond tout à la fois à notre ambition en matière d'investissement responsable et de recherche de performance financière de notre fonds qui cible des actifs tertiaires performants, situés dans des marchés régionaux. Ce nouvel actif porte le portefeuille du véhicule à une taille supérieure à 150 millions d'euros », déclare Arnaud Lehuédé, Associé Immobilier d'Épopée Gestion.

« Ce projet d'envergure, mixte, et d'une grande qualité d'usage a été dessiné par l'agence Lacrouts & Massicault (...) Turin son premier immeuble de bureaux nouvelle génération, respectueux de l'environnement et tourné vers le bien-être des utilisateurs, est le reflet de notre engagement et de notre stratégie environnementale ambitieuse au service d'une ville résiliente et durable, tournée vers la nature et les hommes », ajoute Ghislaine Seguin, Directeur général adjoint de Nexity Entreprises Promotion en charge des Régions.



Epopée Gestion acquiert l'immeuble « Turin », à Mérignac

© Tristan Deschamps Epopée Gestion a acquis, pour le compte de son OPPCI Epopée Immo Rendement I et auprès de Nexity, l'immeuble « Turin », développant 5 000 m² environ, situé à Mérignac, en périphérie de Bordeaux, à proximité immédiate de l'aéroport.

Bénéficiant d'une excellente desserte en transports en commun l'actif, acquis en pleine propriété, a obtenu la certification BREEAM « Good », ainsi que la certification NF Bâtiments Tertiaires. « Turin » se situe au sein du parc tertiaire et hôtelier du « 45ème Parallèle ». L'ensemble mixte développe quatre immeubles de bureaux, un parking silo incluant un pôle commercial et santé, deux hôtels 4 étoiles ainsi qu'un centre de congrès, le tout au cœur d'un jardin central piéton de deux hectares, des jardins de rive et d'un parvis.

Cet ensemble immobilier neuf, livré en septembre 2022, héberge plusieurs locataires sur des durées d'engagement longues. Parmi eux, on retrouve Flex-O, une enseigne nationale de coworking ; Adenes, créateur de solutions en expertise, conseil, audit et comptabilité ; Aerospacelab, une entreprise du domaine de l'aérospatial ainsi que l'enseigne de restauration **Eat Salad**.

Dans cette opération, Epopée Gestion a été conseillée par la société Quid Novi Brest.

En relation avec l'article :



Mérignac : un immeuble neuf dans le patrimoine d'Épopée Gestion

Actualités

Bureau

Publié le 02/03/2023 à 10:02

Lecture 2 min



L'immeuble de bureaux Turin à Mérignac © Tristan Deschamps
Épopée Gestion, entreprise d'investissement territoriale cofondée par Charles Cabillic et Ronan Le Moal, a finalisé l'acquisition auprès de Nexity d'un actif de bureaux à Mérignac, pour le compte de son OPPCI Épopée Immo Rendement I. D'une surface de 5 000 m², cet ensemble immobilier neuf livré en septembre 2022 héberge plusieurs locataires sur des durées d'engagement longues : Flex-O, Adenes, Aerospacelab et **Eat Salad**.

L'actif a récemment obtenu les certifications Breeam Good et NF Bâtiments tertiaires. « Ce projet d'envergure, mixte, et d'une grande qualité d'usage a été dessiné par l'agence Lacrouts & Massicault », précise Ghislaine Seguin, directrice générale adjointe de Nexity Entreprises Promotion en charge des régions. Il se situe au sein du parc tertiaire et hôtelier du « 45° Parallèle », qui développe quatre immeubles de bureaux, un parking silo incluant un pôle commercial et santé, deux hôtels quatre étoiles ainsi qu'un centre de congrès, le tout au cœur d'un jardin central piéton de 2 ha, des jardins de rive et d'un parvis.

« Idéalement situé, en périphérie de Bordeaux, il constitue pour nous une première opération sur le secteur très prisé de Mérignac que nous ciblons depuis quelque temps », se félicite Arnaud Lehuédé, associé immobilier d'Épopée Gestion, cité dans un communiqué. « Nous avons été particulièrement sensibles aux qualités environnementales de cet actif qui répond tout à la fois à notre ambition en matière d'investissement responsable et de recherche de performance financière de notre fonds qui cible des actifs tertiaires performants, situés dans des marchés régionaux. »

Ce nouvel actif porte le portefeuille du véhicule à une taille supérieure à 150 M€, est-il

expliqué dans ce même communiqué.

Épopée Gestion a été conseillée dans cette opération par Pierre Thubert, notaire associé de la société Quid Novi Brest.



PARIS : Franchise Expo avec l'enseigne de restauration rapide Eat Salad

Eat Salad ">



01 Mar2023

Written by Floriane. Posted in INFOS NATIONALES



Le salon Franchise Expo ouvrira ses portes aux particuliers/professionnels de la Franchise du 19 au 22 mars.

A cette occasion, plus de 30 000 entrepreneurs potentiels fouleront les allées du Parc des Expositions à Paris pour rencontrer les quelques 400 enseignes françaises présentes. Leur objectif ? Trouver l'enseigne qui leur permettra de développer leur carrière dans des secteurs porteurs tout en bénéficiant du soutien (notoriété, savoir-faire, formation...) d'un grand nom et de la puissance d'un réseau.

Parmi les acteurs présents sur le salon cette année, l'enseigne Eat Salad se démarque.

Figure importante de la restauration rapide saine sur mesure, le premier restaurant Eat Salad a vu le jour en 2013 à Bordeaux, suivi rapidement d'un deuxième. Antoine et Joseph Barat, les deux frères à l'origine du concept, s'appuient sur ces deux modèles pour développer leur savoir-faire avant de se tourner vers le modèle de la franchise. A travers ces pilotes, ils ont pu éprouver la rentabilité et consolider le modèle. En France, les études qu'ils ont menées ont identifiées près de 392 territoires de potentiel reproductibilité du succès initial.

L'enseigne propose à ce jour, une soixantaine de restaurants en franchise dans la France entière et 30 ouvertures de plus sont prévues en France et à l'étranger dans les mois à venir.

Le succès d'Antoine et Joseph Barat s'explique par la conviction qu'avancer ensemble est plus bénéfique pour Eat Salad comme pour les franchisés. C'est donc sur cette stratégie du gagnant/gagnant qu'ils s'appuient pour permettre à leurs franchisés de s'imposer en leader sur leurs territoires d'exclusivité avec une offre globale sans

concurrence directe.

Le modèle **Eat Salad** offre à la fois le soutien et l'indépendance dont les franchisés ont besoin. Et pour être certain que le partenariat fonctionne dans un équilibre parfait, Antoine Barat sélectionne lui-même chacun des candidats à la franchise **Eat Salad**.



La franchise, un modèle solide qui a toujours le vent en poupe dans l'hôtellerie et la restauration rapide et thématique

Je suis un bloc de texte, cliquez sur le bouton \ »éditer\ » pour me modifier. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut elit tellus, luctus nec ullamcorper mattis, pulvinar dapibus leo.

Cette année, le salon rejoint le vaste Pavillon 1 du Parc des Expositions de la Porte de Versailles. Il quitte les halls 2.2 et 3 occupés depuis plus de 10 ans.

Plus grand et homogène, il permet aux organisateurs de déployer un nouveau plan sectorisé. Les exposants sont répartis en 10 grandes zones, séparées des allées centrales. Dont une zone réservée aux exposants en Hôtellerie et restauration thématique. Et une autre zone à la restauration rapide.

Le nombre d'enseignes tend à se stabiliser mais le parc continue de se développer

La crise du Covid-19 a cassé l'arrivée de nouvelles franchises de restauration. Une trentaine ont même disparu en 2020, dont une majorité en restauration rapide. Celle-ci n'a d'ailleurs pas reconstitué son offre de 2019 (208 vs 229). Tout comme d'ailleurs la restauration à thème, plus proche toutefois de retrouver son niveau (108 vs 106). Les hôtels, en revanche, affichent trois marques supplémentaires par rapport à 2019 (32 vs 29) sur un marché beaucoup plus étroit.

En revanche, l'essor du parc de points de vente n'a pas cessé, hormis sur l'année 2020 pour la restauration à thème. Si l'on compare leur parc de 2019 et 2022, celui des hôtels a augmenté de 14,9 %. Progression similaire pour la restauration rapide, avec 14,5 % de points de vente supplémentaires. La restauration à thème en compte également 13,1 % de plus.

Les chiffres d'affaires ont redémarré en flèche

Ces chiffres se rapportent au nombre de points de vente en franchise, et non au nombre réel de franchisés.

CA franchisés en milliards d'€ HT

Source FFF et traitement HR-Infos – données 2009-2019-2020-2021-2022

Trois questions à Sylvie Gaudy, directrice du salon Franchise Expo Paris alt= » » width= »274" height= »411" />

Comment se porte la franchise en matière d'hôtellerie et de restauration au salon ?

« Le secteur Restauration / Hôtellerie est toujours aussi dynamique avec 25% des enseignes présentes au salon (119) dont 40 présentes pour la 1ère fois, 26 enseignes internationales.»

Quelles sont les innovations et grandes tendances que vous percevez à travers les 113 enseignes H&R présentes sur le salon?

« En Hôtellerie, le concept Hosho présenté par LOUVRE HOTELS innove en se entre l'auberge de jeunesse et un hôtel classique, avec des espaces de vie et de services (coworking – laverie...)

En Restauration, les tendances porteuses ne manquent pas. Avec par exemple, une très belle représentation des enseignes de type brasserie, bar, bar à bières. Leur leitmotiv : s'amuser entre amis . Au fût et à mesure, Ninkasi, My beers, 3 brasseurs, Au bureau, V and B Concept, Bière Truck, Levrette Café.

Par ailleurs, les concepts développent une thématique de produits stars. J'en citerai au moins sept.

Les produits de la Mer avec Mersea et Leon

Le Hot Dog / Saucisse de Franks hot dog et Wienerschnitzel

Le bagel Bagel Corner, Bagelstein et Bchef

Le Burger est toujours très présent avec des positionnements variés : John Smith Subs Les Burgers de Lucien Factory & Co , F lower Burger Les Burgers de Papa Smash Smash Focus Brands International Carl's JR et Pny

Le Coffee Shops Columbus Café Mama Coffee Le Club Café Emilie and the cool kids et Coffee Berry

L'Asie a la cote Taobento Pitaya , N obi Nobi Lanta Wok Lady Sushi et Cho Chai

Le healthy / manger bien, manger bon Dubble Class'Croute Exki Le Pain quotidien Maison Pradier, Salad and Co Eat Salad Ma'Loa Poke Bowl et Roberta Caffé

Pour un visiteur, quel est le parcours idéal pour tirer le plus grand profit de sa journée sur Franchise Expo Paris

Dans un premier temps : préparer sa visite en se connectant sur franchiseparis.com pour commander son badge d'entrée (gain de temps à l'entrée du salon !).

Tout candidat, grâce à l' application Franchise Meet Up , peut préparer son salon en sélectionnant des enseignes qui lui correspondent (secteur, apport...), des experts ou d'autres exposants qui vont pouvoir l'aider à faire avancer son projet de création d'entreprise ou en choisissant des conférences, ateliers ou pitches pour s'informer et échanger. Le candidat peut ainsi planifier ses rendez-vous en amont . Notre tout nouveau plan interactif, accessible sur le site du salon, va aussi lui permettre de se représenter en 3D son parcours de visite.

En arrivant au salon, j'invite le candidat à se rendre dans la zone « Je prépare ma visite » tout de suite après l'enregistrement. Ici il va pouvoir retrouver différents parcours type à télécharger, retirer le catalogue du salon, se faire conseiller. La nouvelle organisation du salon va lui permettre d'optimiser son parcours grâce à la sectorisation mise en place

Cependant, j'invite tous les candidats à se garder un temps de découverte et de se

promener dans différentes zones du salon, même si au départ il n'était pas venu pour cela. Nous avons de nombreux exemples de porteurs de projets qui étaient venus au salon pour un secteur donné et qui finalement en découvrant les concepts recréés par les enseignes, sont devenus franchisés dans un tout autre secteur. »

Je suis un bloc de texte, cliquez sur le bouton \ »éditer\ » pour me modifier. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut elit tellus, luctus nec ullamcorper mattis, pulvinar dapibus leo.

B Ces commerces qui ferment



Magasin Courir centre Paul Doumer Caen.

Courir en centre-ville.

L'enseigne spécialisée dans les baskets pour hommes, femmes et enfants a fermé ses portes le 4 février au centre Paul Doumer. Sa boutique située dans la galerie commerciale Mondeville 2 reste

ouverte.

Cahem aux Rives de l'Orne. C Clap de fin définitif pour la salle de réalité virtuelle et escape situé aux Rives de l'Orne. Après 5 ans d'existence, Cahem, n'a pas survécu aux crises successives (sanitaire et économique) qui ont été « **trop dures pour pouvoir survivre et supporter le poids des pertes provoquées pendant plus de deux ans** », explique l'équipe.

Sushi Kyo. T

Toujours aux Rives de l'Orne, le restaurant Sushi Kyo a, lui aussi, fermé boutique. L'enseigne située sur l'esplanade du centre commercial sera remplacée par Eat Salad,

spécialiste des salades à composer soi-même.

Dans ma culotte.

La société caennaise de protections hygiéniques lavables a cessé son activité le 25 janvier. Les deux créatrices de la marque expliquent avoir été « **confrontées à de nombreuses difficultés insolubles** ». Dans ma culotte avait vu le jour en 2014 et proposait, entre autre, des culottes menstruelles, des protections lavables... ■

Le plein de nouvelles enseignes

Marianne CALERO

Après Districenter, Maxi Zoo, Addict Coiffure Paris, Burger King, Ange et Basic-Fit, c'est à Eat Salad de s'implanter dans la zone commerciale de l'avenue François-Mitterrand. La boulangerie et le primeur d'Eygreteau ouvriront la semaine prochaine.



La nouvelle zone commerciale, rue François Mitterrand est complète.

Quasiment 200 « j'aime », autant de partages et plus d'une centaine de commentaires. L'annonce du maire sur Facebook sur l'ouverture d'un EatSalad dans la nouvelle zone commerciale de Coutras a été plébiscitée. Dans son post, le maire détaille : « *Après Basic-Fit, Districenter, Addict Coiffure Paris, Burger King ou encore Ange, c'est au tour d'Eat Salad de s'installer*

dans la nouvelle zone commerciale du Leclerc. Fondé en 2013 et désormais leader français dans la préparation de salades et plats chauds sur mesure, Eat Salad répond aux attentes d'une clientèle en quête d'alimentation alliant plaisir et équilibre à base de produits frais. Vous pourrez ainsi choisir parmi d'innombrables combinaisons à composer en fonction de vos envies à partir de 9 bases, plus de 40 ingrédients et 8 sauces faites maison. » L'occasion pour Jérôme Cosnard de rappeler également que 30 nouvelles entreprises ont fait le choix de s'implanter dans la commune avec 300 emplois supplémentaires à la clef. Dans les commentaires du post Facebook, certains saluaient l'arrivée de l'enseigne quand d'autres demandaient s'il était par exemple possible d'accueillir un magasin de bricolage style Brico Dépôt ou même un Action, magasin de hard-discount déjà implanté à Libourne et Saint-Seurin-sur-l'Isle. L'année dernière, 30 nouvelles entreprises ont fait le choix de Coutras avec plus de 300 emplois supplémentaires à clé. L'année 2023 semble être tout aussi prometteuse

voire plus, signe de l'attractivité grandissante du territoire. Non loin de là, les travaux de la zone d'Eygreteau touchent également à leur fin avec le Fournil d'Eygreteau gérée par Maximo de la boulangerie de la zone de l'Atelier, un primeur « *Le temps des saisons* » de M. et Mme. Étourneaux avec un accent sur les produits locaux et un restaurant. Les deux premiers ouvriront au début du mois de mars. Pour le restaurant, il faudra attendre le mois de mai prochain. Les travaux vont prochainement commencer. En tout, une vingtaine d'emplois vont être créés dans la zone. L'investisseur Laurent Frappier se satisfait de ce projet imaginé il y a 5 ans. « *Beaucoup de personnes consomment entre leur domicile et leur lieu de travail, cette zone va être un plus.* » Sur place, 84 places de parking ont été créées. ■



Eat Salad participe au salon Franchise Expo Paris 2023

7 ans après son déploiement en franchise et alors qu'elle vient d'ouvrir une trentaine de restaurants en deux ans, l'enseigne **Eat Salad** participera à l'édition 2023 du salon Franchise Expo Paris, qui se tiendra du 19 au 22 mars prochains, afin d'accélérer son développement.

Eat Salad participe au salon Franchise Expo Paris 2023"

src="https://www.toute-la-franchise.com/images/zoom/news/xl/552173.jpg"

alt="552173.jpg" id="436f8e61"> EAT SALAD

Votre salade sur mesure !

Restauration rapide de salades sur mesure

Eat Salad présente son concept à Franchise Expo Paris 2023

Événement incontournable du secteur, **Franchise Expo Paris** est l'un des plus importants salons au monde dédié à la franchise et réunit chaque année en moyenne **plus de 30.000 visiteurs**.

Cette année, afin de soutenir son développement en rencontrant et en échangeant avec des **candidats à la franchise** attirés par le secteur de la **restauration healthy**, la franchise **Eat Salad** y tiendra un stand, **du 19 au 22 mars** prochains.

Eat Salad : de nombreuses opportunités à saisir

Créée en 2013 et lancée en franchise en 2015, l'enseigne **Eat Salad** compte aujourd'hui **une soixantaine de restaurants en franchise** et déjà plusieurs ouvertures prévues, en France et à l'étranger, dans les mois à venir.

Cependant, la tête de réseau a identifié près de **392 zones de chalandise** pouvant accueillir un restaurant **Eat Salad** : l'enseigne présente donc encore un **fort potentiel de développement** sur un marché sans réelle concurrence.

Alors si vous souhaitez **ouvrir un restaurant healthy** avec une enseigne innovante en pleine croissance, rendez-vous sur la fiche franchise **Eat Salad** pour en savoir plus ou organiser votre rencontre lors du prochain salon Franchise Expo Paris.

Vous appréciez cet article? Notez-le.

Soyez le premier à noter

Dernières news du secteur Franchises par thématique

Intéressé par un secteur d'activité en particulier ? Consultez la liste des franchises par thématique.

Franchises par apport

Vous avez déjà une idée de budget ? Trouvez une franchise qui corresponde à l'apport que vous souhaitez investir.

Découvrez quelle franchise est faite pour vous ! À propos de EAT SALAD



Votre salade sur mesure !

Ouvrir un restaurant **Eat Salad** en franchise

Pourquoi choisir **Eat Salad** ?

Ce réseau de restauration rapide spécialisé dans les salades (11 bases, 36 ingrédients et 8 sauces maison) se développe en franchise depuis 2015 sur des emplacements N°1. Chaque restaurant propose sur une surface moyenne de 200m² en moyenne, des aliments sains, équilibrés, variés, de qualité, à des prix raisonnables, dans un décor design contemporain.

Positionné sur le sain personnalisé, **Eat Salad** répond ...

Recherchez une franchise par thématique



Trouvez le secteur de vos rêves !

Vous souhaitez ouvrir une entreprise en franchise dans un secteur d'activité particulier ?

Découvrez toutes les thématiques des franchises.

[Voir toutes les thématiques](#)



Le mercato des commerces à Langon : le point sur les arrivées et les fermetures

La boutique de prêt-à-porter Mantra pourrait déménager dans quelques mois à la place de l'ancienne épicerie-restaurant Iparla en haut de la rue Maubec à Langon.

© Crédit photo : A. D.

De belles nouveautés vont débarquer dans les prochains mois dans la sous-préfecture : karting électrique, escape game, village automobile, restaurants, bars. Le centre-ville, la zone de Dumès et la périphérie sont concernés

Qui ouvre ? Qui ferme ? "Sud Ouest" fait le point sur les mutations de commerces pour les prochains mois.

En attendant le Bouchon Langonnais au centre

Bruno Celhay, alias « Titi », patron de L'Écluse 52 à Castets, est de retour au centre-ville de Langon. Le restaurateur investit l'ancien Cercle des amis réunis, un lieu emblématique, mitoyen de la mairie, où va ouvrir fin février-début mars le bar-brasserie baptisé le Bouchon langonnais.

En attendant le Bouchon Langonnais au centre

Bruno Celhay, alias « Titi », patron de L'Écluse 52 à Castets, est de retour au centre-ville de Langon. Le restaurateur investit l'ancien Cercle des amis réunis, un lieu emblématique, mitoyen de la mairie, où va ouvrir fin février-début mars le bar-brasserie baptisé le Bouchon langonnais.

Dans la rue Maubec, le grand local SFR, laissé vide depuis le départ dans la galerie marchande de Leclerc, n'a toujours pas trouvé preneur. « Un nouveau commerçant a failli arriver fin 2022 mais le projet n'a pas abouti », regrette l'adjoint au commerce à la mairie de Langon, Jean-Jacques Lamarque.

Plus bas dans la rue piétonne, le réparateur informatique a baissé le rideau. La boutique de prêt-à-porter féminin Mantra espère déménager dans l'ancienne épicerie-restaurant Iparla avant la fin de l'année pour s'agrandir. Rahma'Patiss va s'installer au 18, rue Maubec, courant avril. La responsable proposera des gâteaux de fête et des ateliers de pâtisserie.

Une histoire commerciale de 120 ans prend fin cours du Maréchal-de-Latre-de-Tassigny. La Maison Malet-Cachou ferme à la fin du mois de février. La responsable de cette boutique de chaussures n'a pas trouvé de repreneurs.

Place Kennedy, la nouvelle poissonnerie-traiteur agrandit ses locaux pour se diversifier. Capitaine Primeur proposera des fruits et légumes à ses clients dans quelques semaines.

Escape game, fitness et croquettes à Dumès

Gros chamboulement à l'horizon dans la zone d'activité de Dumès après les fermetures de la Halle aux chaussures, les Halles du Midi et Chez Micka. Le leader de l'animalerie en France, Maxi Zoo, s'installe entre les deux supermarchés bio et ouvre ses portes le 22 février. Ce nouveau magasin de 270 m² proposera notamment un « toutou bar » avec des croquettes. Il sera en concurrence direct avec les rayons animaux des jardinerias ainsi que le magasin spécialisé Animal Factory de la place Kennedy.

« Les marques ne seront pas les mêmes », relativise la direction de Maxizoo qui dément la rumeur d'une



autre installation à la Promenade Moléon Leclerc.

Le leader de l'animalerie en France, Maxi Zoo, s'installe entre les deux supermarchés bio et ouvre ses portes le 22 février.

A. D.

L'information devrait intéresser les amoureux de jeux : le footballeur pro originaire de Saint-Pierre-de-Mons Pierre Lees-Melou va s'associer avec son cousin pour porter un projet ambitieux dans les anciens locaux des Halles du midi. « Si tout se passe bien, il y aura un escape game mais aussi d'autres activités », dévoile l'actuel joueur du Stade brestois. Ouverture programmée avant l'été. Le footballeur pro originaire de Saint-Pierre-de-Mons Pierre Lees-Melou va s'associer avec son cousin pour porter un projet ambitieux dans les anciens locaux des Halles du midi.

A. D.

Le maire de Langon Jérôme Guillem confirme l'arrivée du nouveau bar Chevy's à la place de Chez Micka. Eddy Fizellier, le gérant de So Cook, est à la manœuvre. Au menu : bières, whiskys, cigares, happy hours et fermetures tardives. Quelques rues plus loin, à côté du magasin Distri-Center, le chantier du futur Basic Fit avance tambour battant.

La mairie confirme que le magasin Centrakor reviendra bien zone de Dumès. L'ancien bâtiment, détruit par les flammes il y a un an, a été rasé.

Karting, paddle et village auto en périphérie

Les travaux de la galerie marchande Leclerc sont terminés. De nouvelles enseignes sont arrivées : The Barber Company, Eat Salad, Deep Move, Fabrique de styles, Grain de malice, Blue Box, Mary's Coffee Shop, Calzedonia, Eram, Kiabi, Okaïdi, Calzedonia, Rouge Gorge, Claire's et bientôt Alice et Jules. Il reste encore plusieurs cellules vides. Darty a déménagé à la Promenade Moléon pour laisser sa place à un magasin de la chaîne Action, sorte de bazar à bas coût.

Il reste encore plusieurs cellules commerciales vides à la nouvelle Promenade Moléon.

A. D.

L'hebdomadaire « Le Républicain » a dévoilé il y a quelques jours l'arrivée prochaine de Burger King à la place de l'ancien hôtel La Plantation. Le fast-food devrait concurrencer fortement McDonald's, dont le restaurant est beaucoup moins accessible en voiture.

Un véritable village de l'automobile est en cours de construction sur la route de Bazas, à Mazères.

Plusieurs marques du groupe Eden Auto vont s'installer autour de Renault : Kia, Opel, MG, Nissan, Mitsubishi. Un parc d'exposition de voitures d'occasions de 18 000 m² va voir le jour.

Le centre auto Leclerc pourrait déménager juste à côté du nouveau brico, à Mazères. L'ancien bâtiment près de la station-service serait agrandi en direction du giratoire de la route de Roaillan. Objectif : la construction d'un nouveau complexe de loisirs qui accueillerait un circuit de kartings électriques, un terrain de futsal, des terrains de paddle et un bar. Les locaux seraient construits par la société Langon Distribution (le PDG de Leclerc Alain Lafforgue) et les activités seraient pilotées par un entrepreneur languonnais déjà présent dans la zone Family place.



<https://media.sudouest.fr/14000704/1200x-1/20230209-143323.jpg>



<https://media.sudouest.fr/14000704/1000x500/20230209-143323.jpg?v=1675966235>



<https://media.sudouest.fr/14000704/1200x-1/20230208-114214.jpg?v=1675966235>



<https://media.sudouest.fr/14000704/1200x-1/20230208-113300.jpg?v=1675966235>



<https://media.sudouest.fr/14000704/1200x-1/20230126-135042.jpg?v=1675966235>

■



Commerces : le point sur les arrivées et les fermetures

Langon De belles nouveautés vont débarquer dans les prochains mois dans la sous-préfecture : karting électrique, escape game, village automobile, restaurants, bars... Le point sur les changements

Arnaud Dejeans

Langon

Commerces : le point sur les arrivées et les fermetures

De belles nouveautés vont débarquer dans les prochains mois dans la sous-préfecture : karting électrique, escape game, village automobile, restaurants, bars... Le point sur les changements

Qui ouvre? Qui ferme? « Sud Ouest » fait le point sur les mutations de commerces pour les prochains mois.

Bruno Celhay, alias « Titi », patron de L'Écluse52 à Castets, est de retour au centre-ville de Langon. Le restaurateur investit l'ancien Cercle des amis réunis, un lieu emblématique, mitoyen de la mairie, où va ouvrir fin février-début mars le bar-brasserie baptisé le Bouchon langonnais.

Dans la rue Maubec, le grand local SFR, laissé vide depuis le départ dans la galerie marchande de Leclerc, n'a toujours pas trouvé preneur. « Un nouveau commerçant a failli arriver fin 2022 mais le projet n'a pas abouti », regrette l'adjoint au commerce à la mairie de Langon, Jean-Jacques Lamarque. Plus bas dans la rue piétonne, le réparateur informatique a baissé le rideau. La boutique de prêt-à-porter féminin Mantra espère déménager

dans l'ancienne épicerie-restaurant Iparla avant la fin de l'année pour s'agrandir. Rahma'Patiss va s'installer au 18, rue Maubec, courant avril. La responsable proposera des gâteaux de fête et des ateliers de pâtisserie.

Une histoire commerciale de 120ans prend fin cours du Maréchal-de-Lattre-de-Tassigny. La Maison Malet-Cachou ferme à la fin du mois de février. La responsable de cette boutique de chaussures n'a pas trouvé de repreneurs.

Place Kennedy, la nouvelle poissonnerie-traiteur agrandit ses locaux pour se diversifier. Capitaine Primeurproposera des fruits et légumes à ses clients dans quelques semaines.

Gros chamboulement à l'horizon dans la zone d'activité de Dumès après les fermetures de la Halle aux chaussures, les Halles du Midi et Chez Micka. Le leader de l'animalerie en France, Maxi Zoo, s'installe entre les deux supermarchés bio et ouvre ses portes le 22février. Ce nouveau magasin de 270m² proposera notamment un « tout bar » avec des croquettes. Il sera en concurrence direct avec les rayons animaux des jardinerie ainsi que le magasin spécialisé Animal Factory de la place Kennedy. « Les marques ne seront pas les mêmes »,

relativise la direction de Maxizoo qui dément la rumeur d'une autre installation à la Promenade Moléon Leclerc.

L'information devrait intéresser les amoureux de jeux : le footballeur pro originaire de Saint-Pierre-de-Mons Pierre Lees-Melou va s'associer avec son cousin pour porter un projet ambitieux dans les anciens locaux des Halles du midi. « Si tout se passe bien, il y aura un escape game mais aussi d'autres activités », dévoile l'actuel joueur du Stade brestois. Ouverture programmée avant l'été.

Le maire de Langon Jérôme Guillem confirme l'arrivée du nouveau bar Chevy's à la place de Chez Micka. Eddy Fizellier, le gérant de So Cook, est à la manœuvre. Au menu : bières, whiskys, cigares, happy hours et fermetures tardives.

Quelques rues plus loin, à côté du magasin Distri-Center, le chantier du futur Basic Fit avance tambour battant.

La mairie confirme que le magasin Centrakor reviendra bien zone de Dumès. L'ancien bâtiment, détruit par les flammes il y a un an, a été rasé.

Les travaux de la galerie marchande Leclerc sont terminés. De nouvelles enseignes sont arrivées : The Barber

Company, Eat Salad, Deep Move, Fabrique de styles, Grain de malice, Blue Box, Mary's Coffee Shop, Calzedonia, Eram, Kiabi, Okaïdi, Calzedonia, Rouge Gorge, Claire's et bientôt Alice et Jules. Il reste encore plusieurs cellules vides.

Darty a déménagé à la Promenade Moléon pour laisser sa place à un magasin de la chaîne Action, sorte de bazar à bas coût.

L'hebdomadaire « Le Républicain » a dévoilé il y a quelques jours l'arrivée prochaine de Burger King à la place de l'ancien hôtel La Plantation. Le fast-food devrait concurrencer fortement McDonald's, dont le restaurant est beaucoup moins accessible en voiture.

Un véritable village de l'automobile est en cours de construction sur la route de Bazas, à Mazères. Plusieurs marques du groupe Eden Auto vont s'installer autour de Renault : Kia, Opel, MG, Nissan, Mitsubishi. Un parc d'exposition de voitures d'occasions de 18000m² va voir le jour.

Le centre auto Leclerc pourrait déménager juste à côté du nouveau brico, à Mazères. L'ancien bâtiment près de la station-service serait agrandi en direction du giratoire de la route de Roaillan. Objectif : la construction d'un nouveau complexe de loisirs qui accueillerait un circuit de kartings électriques, un terrain de futsal, des terrains de paddle et un bar. Les locaux seraient construits par la société Langon Distribution (le PDG de Leclerc Alain Lafforgue) et les activités seraient pilotées par un entrepreneur langonnais déjà présent dans la zone Family place. « Rue Maubec, un nouveau commerçant a failli arriver fin 2022 mais le projet n'a pas abouti »



Le centre-ville, la zone de Dumès et la périphérie sont concernés par ces changements. A. D.



Le centre-ville, la zone de Dumès et la périphérie sont concernés par ces changements. A. D.



Le centre-ville, la zone de Dumès et la périphérie sont concernés par ces changements. A. D.

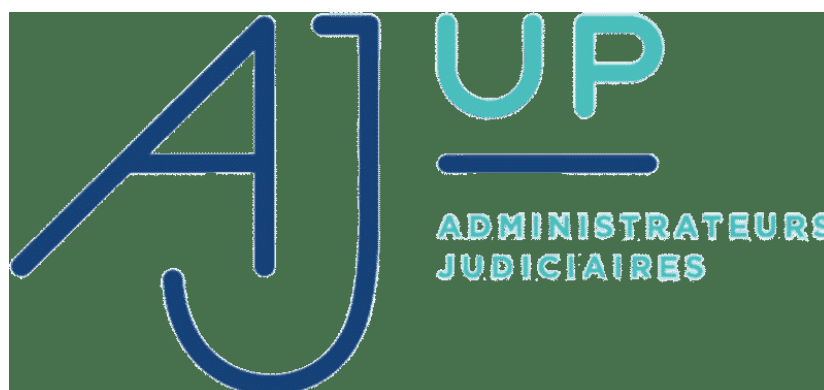
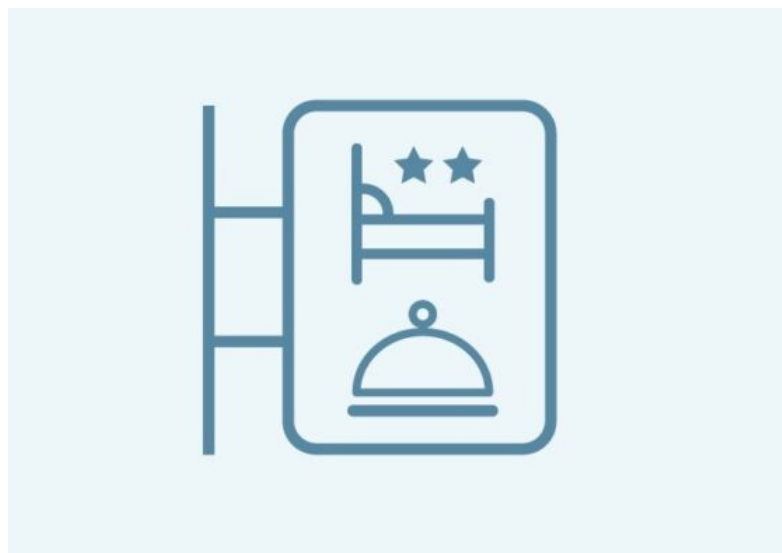


Le centre-ville, la zone de Dumès et la périphérie sont concernés par ces changements. A. D.



Bar à salade (Villeurbanne)

- 8 février 2023



APPEL D'OFFRE POUR CESSION D'ENTREPRISE DANS LE CADRE D'UNE PROCEDURE DE REDRESSEMENT JUDICIAIRE (Articles L.642-22 et R.642-40 du Code de Commerce)

DESCRIPTION DE L'ACTIVITÉ

Raison sociale / situation : Villeurbanne Salad – Villeurbanne 69100

Bar à salade, restauration rapide sur place et à emporter.

Franchise : **EAT SALAD**

DONNÉES CHIFFRÉES

Chiffre d'affaires :

- 31.12.2021 : 688 K€
- 30.06.2022 (6 mois) : 367 k€

EFFECTIF

7 salariés

MODALITÉS DE RÉPONSE A L'APPEL D'OFFRES ET CONTACT

Date limite de dépôt des offres : 27 mars 2023 à 17h00

Les candidats intéressés sont invités à déposer une offre avant la date indiquée dernier délai en l'étude de :

Maître Eric Etienne-Martin, Administrateur Judiciaire, Selarl AJ UP
107 rue Servient – 69003 Lyon

Me Guillaume Jouet – e-mail : g.jouet@ajup.fr
M. Matthieu Vandame – e-mail : m.vandame@ajup.fr

L'accès aux informations (data-room électronique et/ou dossier de présentation) sera possible après demande écrite précisant l'identité du Candidat-repreneur et justifiant de sa capacité commerciale et financière à intervenir sur cette affaire et après régularisation d'un engagement de confidentialité.

Article précédent Conception et distribution de produits audio connectés et accessoires de téléphonie en France et à l'étranger

- 8 février 2023

Article suivant Conception, fabrication et commercialisation de machines agricoles innovantes (Loire Atlantique)

- 8 février 2023

Ce site utilise Akismet pour réduire les indésirables. En savoir plus sur comment les données de vos commentaires sont utilisées.



PAYS :France
EMISSION :CAPITAL
DUREE :00:04:19
PRESENTATEUR :Julien Courbet



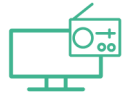
► 5 février 2023 - 21:58:16

[Ecouter / regarder cette alerte](#)

21:58:16 Restaurations rapides : enfin la fin des emballages jetables ?
21:58:33 Interview Antoine, gérant des fast-foods Eat Salad : des clients jettent la vaisselle réutilisable.
21:58:56 Il vérifie systématiquement toutes les poubelles.
21:59:54 Il ne peut plus vendre de poke bowl, faute de bols adaptés.
22:00:24 Antoine rencontre un vendeur de bols en verre et en plastique.
22:00:43 Interview du vendeur.
22:01:38 A Agen, un restaurant Burger King inaugure, comme Mcdonald's, une vaisselle réutilisable.
22:02:35 Interview Clémence Brandolin-Rober, franchisee Burger King.
22:02:35



PAYS :France
EMISSION :CAPITAL
DUREE :00:04:19
PRESENTATEUR :Julien Courbet



► 5 février 2023 - 21:58:16

[Ecouter / regarder cette alerte](#)

BURGER KING sur M6

21:58:16 Restaurations rapides : enfin la fin des emballages jetables ? 21:58:33 Interview Antoine, gérant des fast-foods Eat Salad : des clients jettent la vaisselle réutilisable. 21:58:56 Il vérifie systématiquement toutes les poubelles. 21:59:54 Il ne peut plus vendre de poke bowl, faute de bols adaptés. 22:00:24 Antoine rencontre un vendeur de bols en verre et en plastique. 22:00:43 Interview du vendeur. 22:01:38 A Agen, un restaurant Burger King inaugure, comme Mcdonald's, une vaisselle réutilisable. 22:02:35 Interview Clémence Brandolin-Rober, franchisee Burger King. 22:02:35



Vaisselle réutilisable dans les fast food : comment les restaurants s'adaptent-ils à la loi Agec ?



Depuis le 1er janvier 2023, la loi Agec impose aux fast food d'utiliser de la vaisselle réutilisable

La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, loi Agec, promulguée en février 2020, se décline autour de cinq grands axes et de plusieurs dates butoir. L'une d'entre elles a été fixée au 1er janvier 2023 et marque l'entrée en vigueur de la mesure interdisant le plastique jetable dans les restaurants. Une mesure pas toujours facile à respecter pour les restaurateurs qui doivent supporter tous les coûts de la mise en place de cette vaisselle réutilisable.

Loi Agec : quels champs d'action ?

La **loi Agec** a pour objectif de **limiter la production de déchets** et de préserver les ressources naturelles, la biodiversité et le climat. Elle entend pour cela changer à la fois les modes de consommation et de production en s'appuyant sur cinq grands axes principaux :

1. la **sortie du plastique jetable**
2. l'information accrue des consommateurs
3. la **lutte contre le gaspillage** et la mise en avant du réemploi solidaire
4. la lutte contre l'obsolescence programmée
5. une meilleure gestion de la production

Ces cinq piliers majeurs de la **loi anti-gaspi de 2020** sont constitués de multiples actions à mettre en œuvre au fil du temps. Les échéances ne sont en effet pas les mêmes pour la **fin de tous les emballages plastique à usage unique** (fin 2040) que pour la **réduction du gaspillage alimentaire**, qui devra atteindre 50% par rapport à

2015 d'ici 2025 pour les secteurs de la distribution alimentaire et de la restauration collective et d'ici 2030 pour ceux qui produisent ou transforment des denrées alimentaires ainsi que la restauration commerciale.

Fin du plastique jetable dans les fast food : les restaurateurs s'adaptent

Depuis le 1er janvier 2023, ce sont donc les établissements de restauration rapide qui sont directement concernés par l'application de cette loi. Depuis deux ans, ils avaient déjà dû faire disparaître les pailles en plastiques, les touillettes et couvercles de gobelets, ainsi que toutes les boîtes en polystyrène expansé (comme celles utilisées pour servir les kebabs). Aujourd'hui, c'est toute la **vaisselle jetable** qui est interdite dans les fast food servant plus de 20 repas simultanément, pour les consommations sur place.

En résumé, de McDonald's aux coffee-shops, en passant par les restaurants de poké bowls, les kebabs et autres chaînes de restauration rapide, finis les emballages qui se jettent. Place aux **verres et contenants réutilisables et lavables**, dans lesquels il a fallu que les établissements investissent et qu'ils doivent désormais être en mesure d'entretenir. Une situation pas toujours évidente à gérer pour les restaurateurs.

*« L'intention [de nous pousser à **faire disparaître le plastique à usage unique**] est louable car c'est une réalité : nous consommons beaucoup de packaging. Et en soi, le fait de faire disparaître la vaisselle jetable n'est pas si complexe à traiter, estime Timothée Tronet, PDG de Fresh Burritos. En revanche, ce qui est embêtant est que cela nous a demandé de l'investissement et l'achat de lave vaisselles qui vont tourner à plein régime. C'est compliqué de savoir à quel point l'achat de nouveaux matériels et la hausse de la consommation d'eau et d'énergie vont neutraliser les efforts de supprimer la vaisselle jetable. »*

Car il convient de ne pas oublier l'objectif de départ de cette mesure : **lutter contre le gaspillage** et la multiplication des déchets.

« La France est le 1er pays européen à bannir l'utilisation de la vaisselle jetable dans les enseignes de restauration rapide, se félicitait ainsi Christophe Béchu, ministre de la Transition écologique, dans un Tweet début janvier. Un chiffre : cette mesure permet d'éviter 180.000 tonnes de déchets par an. Nous changeons la donne ! »

Encore faut-il parvenir à suivre le mouvement ! Christophe Béchu et Bérangère Couillard, secrétaire d'État chargée de l'Écologie, ont reçu, vendredi 6 janvier, 25 grands acteurs du secteur de la restauration pour échanger avec eux autour de l'application de cette nouvelle loi et des sanctions à venir. Rendez-vous a été pris pour le mois de mars prochain afin de suivre l'avancée de la mise en œuvre du dispositif. Rappelons qu'en cas de non-conformité, l'amende s'élève à 1.500 € par jour de manquement. Les chaînes de fast food mieux préparées que les restaurateurs indépendants

Pour éviter toute sanction, la plupart des restaurateurs, lorsqu'ils le pouvaient, ont taché d'anticiper au mieux la mise en place de cette mesure, en effectuant consultations, tests et benchmarking au cours des mois qui ont précédé ce 1er janvier. Et il est certain que les chaînes de restauration ont été plus à même de se préparer au mieux à cette nouvelle mesure que les restaurateurs indépendants, qui n'ont pu compter que sur eux-mêmes pour s'adapter.

« Nous avons accompagné nos franchisés à travers plusieurs épisodes d'information sur l'évolution de la réglementation, explique Timothée Tronet, de Fresh Burritos. Nous avons notamment proposé une rationalisation des références et des matières packagings, sur le calendrier prévu par la loi AGECE puis consulté et impliqué un panel de franchisés dans les tests et les pilotes. Pour terminer, nous leur proposons une gamme de vaisselle émaillée, durable dans le temps. Les franchisés pourront commander des kits en fonction du nombre de places assises dans leur(s) restaurant(s).

» Un véritable gain de temps pour ces chefs d'entreprise franchisés qui peuvent ainsi aborder plus sereinement cette nouvelle période.

Certaines enseignes de restauration rapide avaient même fait le choix de ne pas attendre cette obligation et de faire disparaître la vaisselle jetable bien avant l'entrée en vigueur de cette mesure. Chez **Eat Salad**, on explique ainsi que le réseau avait « *anticipé l'interdiction des couverts à usage unique en proposant des assiettes en céramique depuis 2013 [et des] couverts [lavables depuis] 2020* » dans ses restaurants. « *En tant que restaurateur, nous avons pris la décision de **diminuer les déchets** avant l'entrée en vigueur de la loi anti-gaspillage alimentaire*, précisent Antoine et Joseph Barat, fondateurs du concept **Eat Salad**. *Nous croyons fermement que la **réduction des déchets dans la restauration** est la directive à suivre et ce depuis de nombreuses années.* »

Il est capital de plancher sur "*une meilleure **gestion du recyclage** avec les fournisseurs d'emballages, qu'il s'agisse des sacs ou des boîtes*"

Vaisselle jetable et vente à emporter

Les deux franchiseurs regrettent simplement que la démarche soit aussi compliquée à appliquer pour la vente à emporter. Mais ils ne baissent pas les bras pour autant. « *Nous sensibilisons en permanence nos clients venant prendre leur commande à emporter au sein de nos établissements en leur demandant en amont s'ils ont une nécessité à avoir nos couverts, bien qu'ils soient en bambou avec un sachet en papier recyclé et biodégradable. De même, sur notre site internet, lors du passage de commande, les couverts doivent être demandés pour être livrés dans cette optique également de diminutions des déchets.* »

Le réseau Su and Shi City, de son côté, explique qu'il réfléchit à « *la mise en place d'éco-cup en consigne* », pour pousser ses clients à ramener leurs verres lors de leur prochaine commande. Pour la jeune enseigne spécialisée dans la cuisine japonaise, il est capital de plancher sur « *une meilleure **gestion du recyclage** avec les fournisseurs d'emballages, qu'il s'agisse des sacs ou des boîtes de sushis* ».

Mais cela prend du temps et demande de l'investissement, deux éléments dont les enseignes de restauration rapide manquent souvent pour mener à bien l'ensemble de leurs projets !

Autres mesures anti-gaspi dans les restaurants

La loi Agec prévoit également d'autres mesures qui toucheront directement les restaurants. D'ici 2030, les établissements devront avoir réduit de 50% par rapport à 2015 leur niveau de **gaspillage alimentaire**. Mais beaucoup d'entre eux n'ont pas attendu cette échéance pour changer leurs comportements. Nombre de restaurateurs ont par exemple fait le choix de s'inscrire sur des plateformes, type Phenix ou Too Good Too Go, pour proposer des paniers d'invidus à des tarifs imbattables pour les consommateurs. « *Elles permettent d'éviter au maximum le gaspillage évidemment, mais aussi de vendre un peu moins cher en cette période où le pouvoir d'achat diminue. C'est top pour les jeunes par exemple !* », se félicite Perrine Muller, du service communication et marketing du groupe Su and Shi.

L'an dernier « *Too Good To Go a dépassé la barre des 100 millions de paniers anti gaspi sauvés (depuis 2016), dont 52 millions en 2021* », explique la structure qui précise que cela représente « *plus de 12 millions de paniers sauvés en France, soit 38% de plus que l'année précédente et l'équivalent de plus de 33.700 vols Paris New York économisés en termes de CO2* » (voir le détail dans le rapport d'impact 2021 de Too Good Too Go).

Enfin, les **mesures anti-gaspillage** dans les restaurants passent aussi, et surtout, par une réflexion plus profonde au niveau des quantités préparées. Chez **Eat Salad**, par

exemple, « nous tenons à proposer à nos clients des portions plus adaptées et nous utilisons autant que faire se peut des ingrédients frais et locaux. De cette manière, nous offrons une expérience culinaire de qualité supérieure à nos clients. Nous sommes fiers de notre engagement en faveur de la durabilité et nous continuerons à travailler au quotidien pour minimiser les déchets dans notre entreprise et à sensibiliser les consommateurs à cela. »

Et c'est finalement peut-être bien là que se situe la clé : la sensibilisation des clients pour les amener eux-mêmes à consommer différemment pour moins gaspiller !



Eat Salad veut grandir vite et franchir en deux ans la barre des 175 unités



AGNÈS DELCOURT

Publié le 26/01/2023 à 11h55

Soyez le premier à réagir

Pour contrer une concurrence de plus en plus présente, le réseau leader de bars à salades prévoit d'ouvrir 24 restaurants cette année, 40 en 2024 et le double en 2025.

« Nous avons recensé pas moins de 392 zones de chalandise présentant le bon mix pour l'installation d'un restaurant **Eat Salad**, lance d'emblée Antoine Barat, co-fondateur de l'enseigne avec son frère Joseph. Nous venons d'ouvrir le 63ème établissement à la Roche-sur-Yon et notre potentiel reste encore très important. »

L'enseigne se déploie tout à la fois en zone d'activités et en hypercentre.

Eat Salad s'appuie sur un réseau de 1500 producteurs locaux et 170 coopératives, des produits frais et des recettes multiples qui respectent les saisons. En un mot, des caractéristiques en parfaite adéquation avec l'air du temps et les envies des jeunes et moins jeunes actifs sur la pause déjeuner. « Nous avons sourcé 11 bases possibles de recettes dont 5 variétés de salades, 23 protéines et 12 légumes tous différents, poursuit le jeune dirigeant. La clientèle française est exigeante. Nous lui proposons de se restaurer tous les jours avec des produits frais sans jamais ou presque déguster la même salade. »

Créée en 2013, après un voyage d'un des frères à New York où le concept de « salad bar » commençait à faire parler de lui, l'enseigne se développe essentiellement en franchise tout en souhaitant garder un contact direct avec la clientèle (elle exploite 13 succursales). Elle a enregistré un chiffre d'affaires de 45 millions d'€ en 2022.

Si ses dirigeants prônent un développement raisonné, ils souhaitent accélérer la cadence face aux nouvelles offres de bars à salades qui commencent à gagner du terrain (Salad & Co, Picadeli, **Jour**). Ils ne cachent pas leur volonté de se rapprocher d'un partenaire œuvrant également dans la restauration et d'ouvrir leur capital.

Janvier 2023.



Uber à Brest : une soirée dans la peau d'un livreur Réserve aux abonnés

Rémy Quémener

Sur un scooter cabossé ou à bord d'une voiture qui consomme, à quoi ressemble la vraie vie d'un livreur Uber à Brest ? Pour l'expérience, nous avons enfilé la parka de coursier le temps d'une soirée. Récit d'une virée nocturne à 33, 56 €.

« Tu n'as qu'à te garer là, c'est ici qu'on se met quand on fait Uber au McDo ». Il est tout juste 19 h, ce lundi 23 janvier 2023 à Brest. Clope au bec, une glacière Picard dans la main gauche, l'index tendu vers une place de stationnement, Fab'montre la marche à suivre. Ce soir, exceptionnellement, le jeune homme, livreur Uber depuis quatre ans, sera notre guide. Histoire d'évoquer le phénomène Uber et ses coursiers qui sillonnent la ville depuis 2018, nous avons choisi d'enfiler le costume de livreur le temps d'une soirée.

Simple comme « bonjour »

Notre expérience débute donc sur le parking quasi désert du McDonald's de la zone de Kergaradec. À l'heure du dîner, c'est loin d'être l'embouteillage. Dans la voiture stationnée à côté de la nôtre, deux mômes qui semblent à peine majeurs ont abaissé les sièges de la Twingo grise dans laquelle ils tuent le temps. Les yeux évidemment rivés sur leurs portables. « Moi, je lance systématiquement les deux applis, Uber Eats et Deliveroo », raconte Fab'en pianotant sur son smartphone. « Tu multiplies par deux les chances d'avoir des commandes. Regarde, l'appli indique que ce soir la demande est modérée. S'il n'y a pas trop de livreurs de sortie, on devrait bouger rapidement ».

Bingo. Le temps d'échanger trois-quatre banalités, le portable vibre. « Oh, c'est bon ça ! Deux commandes groupées, c'est parfait pour commencer ! », jubile-t-il. « Tu vas au comptoir du McDo et tu présentes le numéro du client. Tiens, pour la première commande, le client demande que tu vérifies s'il ne manque rien dans le sac. Pense à jeter un œil, je te laisse te débrouiller ». L'opération à réaliser est simple comme bonjour. D'ailleurs, « bonjour », c'est aussi le seul mot qu'on échange avec l'équipière du fast-food, postée derrière son comptoir.

Le bon et le mauvais stratège

Il est 19 h 27 et, même si je ne peux pas fermer le sac isotherme débordant de burgers et de nuggets, nous prenons la route sans attendre. Chez Uber, le temps c'est de l'argent. D'autant que les clients peuvent suivre notre position presque en direct, grâce à la trace GPS. Direction le quartier de Lambé, d'abord, distant de 2, 1 km. Déjà à l'affût sur le pas de sa porte, la première cliente a pris les devants pour ne pas perdre une minute. « Bon courage », souffle-t-elle en tournant les talons. « On n'a pas le temps de rester parler », prévient Fab', en validant la livraison sur l'application. « De toute manière, c'est super rare que quelqu'un engage la conversation. C'est plutôt un échange du style : « Tiens, voilà ta commande. Merci et au revoir ! » ».

Alors que nous nous enfonçons dans le quartier de Lambé, direction la deuxième adresse dans une zone pavillonnaire. Le portable vibre. « Ah, c'est une livraison pour Deliveroo, cette fois. Il faut qu'on



passé chez Eat Salad, c'est aussi un resto de Kergaradec. Quand on aura livré le deuxième sac McDo, on retourne sur nos pas la récupérer. Normalement, on a assez de temps devant nous. Ensuite, on va devoir aller déposer ce plat à Bellevue. A priori, c'est juste à côté de l'UBO (Université de Bretagne occidentale) ».

Chose importante, un bon livreur Uber se doit d'être un fin stratège. Prioriser, anticiper les itinéraires... Et ne pas traîner en route. « Si tu tardes trop à livrer, tu risques d'être sanctionné. À force, Uber Eats peut fermer ton compte. Donc, il faut faire attention de ne pas abuser. Il vaut mieux refuser des commandes que de tout prendre et ne pas tenir les délais ».

« Euh, il n'y a pas de sauce piquante ? »

20 h 15. Après un passage par Bellevue, un rendez-vous manqué - un client a annulé au dernier moment sa commande auprès du Carrefour Express de la rue de l'Harteloire -, nous nous installons dans la ruelle André-Berger, à deux pas de l'espace Jaurès. « C'est plutôt un bon spot. Dans un périmètre proche, on a Pitaya, McDo, Burger King et des restaurants de Poké ». Autour d'un scooter, trois livreurs originaires de République Dominicaine taillent le bout de gras. « Parfois, il faut attendre longtemps avant d'avoir une commande. C'est plus sympa quand on est plusieurs pour patienter ». Une nouvelle livraison nous emmène près de la base navale, porte de Tourville. « Parfois, on livre aussi des gens sur des bateaux, au port de commerce », renseigne Fab'.

Il est 21 h passées. Sur le boulevard Montaigne, devant l'enseigne O'120, l'expérience touche à sa fin.

« On a deux tacos à prendre ici. Ensuite, on va aller récupérer une pizza près des facs. On va faire les deux livraisons d'affilée ». Marché conclu. Le long du tramway, à un jet de pierre du lycée Dupuy de Lôme, sur la rive droite, un étudiant réceptionne la pizza. « Euh, il n'y a pas de sauce piquante ? Pfff ». Sans demander son reste, le jeune homme disparaît dans l'obscurité. « Ça arrive que des gens râlent, mais ce n'est pas notre problème ».

L'heure est au bilan. En 2 h 30 d'activité, et après 43 km avalés en voiture, le compteur Uber affiche 33,52 €, pour six livraisons. « C'est pas mal », juge Fab'. Une somme à laquelle il faudra déduire le prix du gasoil et l'Urssaf (environ 23 % des gains). « Ce boulot a un côté addictif, un peu comme les paris sportifs. J'ai souvent envie de prendre une dernière commande, histoire de faire grimper la note ! »

J'ai livré pour vous? : le making of

Quitte à raconter en long, en large et en travers le phénomène des livreurs Uber à Brest, l'idée a vite été lancée à la rédaction de Brest du Télégramme de se glisser dans la peau d'un coursier, le temps d'une virée. Bien sûr, les regards se sont vite tournés vers « le jeune » journaliste de la bande, « pour faire comme dans la vraie vie ».

Mais alors, comment faire pour « jouer » les livreurs Uber ? Deux solutions se présentaient à nous. La première consistait à s'inscrire au registre du commerce et des sociétés (RCS), sous un statut d'auto-entrepreneur. Puis de s'enregistrer sur les différentes plateformes présentes sur Brest (Deliveroo, Uber Eats) en tant que coursier. Une solution, il faut le reconnaître, un peu casse-croûte pour une expérience en « one-shot ».

Alors, nous avons opté pour une autre option, consistant à embarquer avec un livreur toujours en activité et au compte bien actif. À bord de notre voiture, nous lui avons demandé de se placer dans le seul rôle d'observateur, pour faciliter la prise en main des applications installées sur le téléphone. Et de nous donner quelques bons plans.

Lundi 23 janvier, 18 h 50, garé en double file sur le parking du McDonald's situé route de Gouesnou, dans la zone de Kergaradec, l'expérience peut débuter.

Rémy Quémener a effectué six livraisons durant sa soirée. (Photo Le Télégramme/Arnaud Morvan) ■



Uber à Brest : une soirée dans la peau d'un livreur

Rémy Quémener Sur un scooter cabossé ou à bord d'une voiture, à quoi ressemble la vraie vie d'un livreur Uber ? Pour l'expérience, nous avons enfilé la parka de coursier le temps d'une soirée. Récit d'une virée à 33, 56 €.

« Tu n'as qu'à te garer là, c'est ici qu'on se met quand on fait Uber au McDo ». Il est tout juste 19 h, ce lundi 23 janvier. Clope au bec, une glacière Picard dans la main gauche, l'index tendu vers une place de stationnement, Fab' montre la marche à suivre. Ce soir, exceptionnellement, le jeune homme, livreur Uber depuis quatre ans, sera notre guide. Histoire d'évoquer le phénomène Uber et ses coursiers qui sillonnent la ville depuis 2018, nous avons choisi d'enfiler le costume de livreur le temps d'une soirée.

Simple comme « bonjour » Notre expérience débute donc sur le parking quasi désert du McDonald's de la zone de Kergaradec. À l'heure du dîner, c'est loin d'être l'embouteillage. Dans la voiture stationnée à côté de la nôtre, deux mômes qui semblent à peine majeurs ont abaissé les sièges de la Twingo grise dans laquelle ils tuent le temps. Les yeux évidemment rivés sur leurs portables. « Moi, je lance systématiquement les deux applis, Uber Eats et Deliveroo », raconte Fab' en pianotant sur son smartphone. « Tu multiplies par deux les chances d'avoir des commandes. Regarde, l'appli indique que ce soir la demande est

modérée. S'il n'y a pas trop de livreurs de sortie, on devrait bouger rapidement ».

Bingo. Le temps d'échanger trois-quatre banalités, le portable vibre. « Oh, c'est bon ça ! Deux commandes groupées, c'est parfait pour commencer ! », jubile-t-il. « Tu vas au comptoir du McDo et tu présentes le numéro du client. Tiens, pour la première commande, le client demande que tu vérifies s'il ne manque rien dans le sac. Pense à jeter un œil, je te laisse te débrouiller ». L'opération à réaliser est simple comme bonjour.

D'ailleurs, « bonjour », c'est aussi le seul mot qu'on échange avec l'équipière du fast-food, postée derrière son comptoir.

Le bon et le mauvais stratège Il est 19 h 27 et, même si je ne peux pas fermer le sac isotherme débordant de burgers et de nuggets, nous prenons la route sans attendre. Chez Uber, le temps c'est de l'argent. D'autant que les clients peuvent suivre notre position presque en direct, grâce à la trace GPS. Direction le quartier de Lambé, d'abord, distant de 2, 1 km. Déjà à l'affût sur le pas de sa porte, la première cliente a pris les devants pour ne pas perdre une minute.

« Bon courage », souffle-t-elle en tournant les talons. « On n'a pas le temps de rester parler », prévient Fab', en validant la livraison sur l'application. « De toute manière, c'est super rare que quelqu'un engage la conversation. C'est plutôt un échange du style : « Tiens, voilà

ta commande. Merci et au revoir ! » ».

Alors que nous nous enfonçons dans le quartier de Lambé, direction la deuxième adresse dans une zone pavillonnaire. Le portable vibre. « Ah, c'est une livraison pour Deliveroo, cette fois. Il faut qu'on passe chez Eat Salad, c'est aussi un resto de Kergaradec. Quand on aura livré le deuxième sac McDo, on retourne sur nos pas la récupérer. Normalement, on a assez de temps devant nous. Ensuite, on va devoir aller déposer ce plat à Bellevue. A priori, c'est juste à côté de l'UBO (Université de Bretagne occidentale) ».

Chose importante, un bon livreur Uber se doit d'être un fin stratège. Prioriser, anticiper les itinéraires... Et ne pas traîner en route. « Si tu tardes trop à livrer, tu risques d'être sanctionné. À force, Uber Eats peut fermer ton compte. Donc, il faut faire attention de ne pas abuser. Il vaut mieux refuser des commandes que de tout prendre et ne pas tenir les délais ».

« Euh, il n'y a pas de sauce piquante ? »

20 h 15. Après un passage par Bellevue, un rendez-vous manqué - un client a annulé au dernier moment sa commande auprès du Carrefour Express de la rue de l'Harteloire -, nous nous installons dans la ruelle André-Berger, à deux pas de l'espace Jaurès. « C'est plutôt un bon spot. Dans un périmètre proche, on a Pitaya, McDo, Burger King et des restaurants de Poké ».



Autour d'un scooter, trois livreurs originaires de République Dominicaine taillent le bout de gras. « Parfois, il faut attendre longtemps avant d'avoir une commande. C'est plus sympa quand on est plusieurs pour patienter ». Une nouvelle livraison nous emmène près de la base navale, porte de Tourville. « Parfois, on livre aussi des gens sur des bateaux, au port de commerce », renseigne Fab'. Il est 21 h passées. Sur le boulevard Montaigne, devant l'enseigne O'120, l'expérience touche à sa fin. « On a deux tacos à prendre ici. Ensuite, on va aller récupérer une pizza près des facs. On va faire les deux livraisons d'affilée » Marché

conclu. Le long du tramway, à un jet de pierre du lycée Dupuy de Lôme, sur la rive droite, un étudiant réceptionne la pizza. « Euh, il n'y a pas de sauce piquante ? Pfff ». Sans demander son reste, le jeune homme disparaît dans l'obscurité. « Ça arrive que des gens râlent, mais ce n'est pas notre problème ». L'heure est au bilan. En 2 h 30 d'activité, et après 43 km avalés en voiture, le compteur Uber affiche 33,52 € pour six livraisons. « C'est pas mal », juge Fab'. Une somme à laquelle il faudra déduire le prix du gasoil et l'Urssaf (environ 23 % des gains). « Ce boulot a un côté addictif, un peu comme les paris sportifs. J'ai souvent envie de

prendre une dernière commande, histoire de faire grimper la note ! »



Notre journaliste Rémy Quéméner a passé une soirée dans la peau d'un livreur uber à domicile, lundi à Brest.



ESPACES D'ENTREPRISES

[33] Adenes va déménager son site de Bordeaux-Lac sur Mérignac (45e Parallèle)

Le groupe [Adenes](#) (siège à Paris, 1 900 collaborateurs répartis dans 120 agences en France, 180 M€ de CA), spécialiste des expertises dommages et sinistres pour le compte des assureurs, vient de louer 1 600 m² à Mérignac dans le bâtiment Turin pour y transférer son site de Bordeaux-Lac. Ce nouveau site Adenes accueillera, dès le 2^e trimestre 2023, 120 collaborateurs, ainsi que son propre CFA "Adenes Academy", qui propose deux BTS en alternance sur 2 ans (assurance ; négociation et digitalisation de la relation client), soit une cinquantaine d'étudiants.

Le Turin, qui développe quelque 4 900 m² de plancher, est le premier immeuble de bureaux créé au sein du programme 45^e Parallèle développé par Nexity en façade de l'aéroport (lire notamment [l'hebdo/APS n° 2123](#)). A quelques semaines de sa livraison, ce bâtiment fait le plein, avec par ailleurs des locataires tels que Flex-O, [Eat Salad](#) ou encore la R&D de la société belge AerospaceLab ([l'hebdo/APS n° 2296](#)). La construction du 2^e immeuble de bureaux, le Wanaka (4 900 m² et 96 places de parking) devrait commencer dans les prochaines semaines. Suivront Portland et Fundy, à chaque fois d'ampleur similaire.



Quel type de restaurant ouvrir en franchise ?



AccueilCréation d'entreprise

Publié par
Sandrina Gomes Teixeira

le
16 janv. 2023

- mis à jour à
12:15

La restauration offre une multitude de possibilités en franchise. Que l'entrepreneur souhaite ouvrir un bar, un restaurant ou une brasserie, il est possible de choisir parmi une grande quantité de concepts de franchise.

Si la restauration en franchise est un sujet qui intéresse, c'est parce qu'elle offre **une grande quantité de choix** quant au concept du projet de franchisé. Qui dit franchise dit création d'entreprise, donc il y a besoin d'entamer certaines démarches administratives avant de commencer son activité. Le dynamisme et l'innovation sont maîtres mots dans le secteur de la restauration.

Comment fonctionne une franchise de restaurant ?

Pour un commerçant indépendant, créer son entreprise en tant que franchisé consiste à **emprunter une idée commerciale déjà existante**. L'objectif est de l'adapter à ses besoins tout en suivant les différentes lignes directives données par le franchiseur. Que ce soit sur le choix de fournisseurs ou sur les différents menus proposés en restauration, le franchisé doit **adapter son offre à celle proposée par l'enseigne choisie**. Via un contrat de franchise, le franchiseur donne le droit au franchisé d'emprunter le nom de son enseigne pour exercer son activité de restaurateur de manière indépendante.

Emprunter le nom d'une enseigne déjà existante limite le risque d'échec. Avec la notoriété établie d'une enseigne, il y a **peu d'actions de marketing et de publicité à réaliser** et il est rare de manquer de clients lorsque l'on choisit une enseigne populaire dans l'esprit du consommateur. Seules des actions ciblées sur la localisation de l'enseigne du franchisé seront nécessaires pour faire connaître le point de vente. La restauration en franchise : avant de se lancer

Avant d'ouvrir votre restaurant en tant que franchisé, il faut **choisir un concept de**

franchise. Il en existe beaucoup car la cuisine offre une multitude d'options. Il faut également que l'entrepreneur choisisse bien son emplacement afin que les clients remarquent l'enseigne. Il ne faut pas hésiter à **étudier le marché local** afin de faire le meilleur choix.

La recherche du personnel dépendra du nombre de salariés dont à besoin le franchisé. Les dispositions du droit du travail devront être respectées. Avant de faire son choix de réseau, il faut avoir plusieurs options. **La franchise est-elle solide ?** Est-elle assez reconnue par les clients ? Quelles sont ses performances, combien de franchisés il y a-t-il...

Parmi les documents importants à récupérer, il y a **le DIP** (Document d'information précontractuel), le manuel opératoire ainsi que le contrat de franchise. Il existe une multitude de concepts de restauration en franchise. De nombreuses enseignes existent déjà et sont à la recherche d'entrepreneurs pour ouvrir un nouveau point de vente. Les différents types de franchise en restauration rapide

Le secteur de la restauration rapide est un incontournable en franchise. Les fast-foods sont très populaires parmi les Français, et ils fonctionnent aussi bien en centre-ville qu'en périphérie. De nombreux concepts existent pour plaire aux goûts de tous. Avec **plus de 330 franchises** proposant leur enseigne, les franchisés ont l'embarras du choix. Entreprendre dans les franchises de sandwicherie et boulangerie

Les sandwicheries sont **très populaires**. Les boulangeries sont nombreuses à être choisies par les franchisés, notamment présentes dans les centres commerciaux pour faire une petite pause déjeuner. Parmi les enseignes, nommons Brioche Dorée ou encore Paul.

Débuter une entreprise en franchise dans les sandwichs kebab

Berliner Das Original ou encore Nabab Kebab, les franchisés ont l'occasion d'ouvrir leur propre sandwicherie kebab. Le marché du halal ayant **explosé depuis les années 2010**, ces franchises se sont multipliées et se sont implantées dans le secteur de la restauration rapide.

Se lancer dans la restauration rapide en franchise

Il est possible d'exercer sous l'enseigne d'un Fast Food qui propose **un concept ancré dans la tête des consommateurs depuis longtemps**. La chaîne O'Tacos est particulièrement populaire auprès des franchisés, car la préparation des plats est rapide et simple. On peut également citer McDonalds ou encore KFC, ces enseignes à ne plus présenter.

Les différents types de franchise de restauration à thème

Certaines enseignes apprécient les thèmes spécifiques pour leur restaurant. Avec **plus de 170 franchises** présentes dans la restauration à thème, nous pouvons citer des concepts tels que la restauration italienne, la restauration à l'américaine, comme Big Fernand ou encore une glacerie comme Häagen Dazs, ces chaînes de restauration **attirent beaucoup de clients**.

Devenir franchisé dans la restauration italienne

La France reste **le plus gros consommateur de pizzas au monde** juste derrière les USA. Deux géants de la pizzeria se battent pour avoir le plus de points de vente : il s'agit de Pizza Hut et Domino's Pizza. Spécialisés dans la livraison à domicile, ces enseignes sont souvent reprises par des franchisés. Il faut recruter des livreurs et des pizzaiolos pour ce genre de business.

Les franchises de sushis

La restauration asiatique séduit de plus en plus, surtout lorsqu'elle est rapide. C'est pourquoi les enseignes vendant des sushis attirent le grand public. Planet Sushi est

l'une des plus grandes enseignes dans ce domaine, réunissant une multitude de franchisés.

Les burgers en tant que franchisé

Les burgers, venant des États-Unis, **rencontrent un succès fou en France**. Parmi les enseignes les plus connues, on peut citer Burger King ou encore Black And White Burger, qui comptent parmi eux beaucoup de franchisés.

Les franchisés dans les salad bars

Pour les options plus équilibrées, les Salad Bars invitent à consommer plus responsablement **des produits frais et bons pour la santé**. Parmi les enseignes recherchant des franchisés, nous pouvons nommer **Eat Salad**.

Les autres concepts de franchise liés à la restauration

Les cafés et coffee shops, les ateliers cuisine, les brasseries ou encore les salons de thé : ces réseaux de franchise représentent **environ 70 enseignes** mises à disposition pour les franchisés.

Les bars et brasseries en franchise

Les bars et les brasseries sont **des incontournables français**. Il y a environ 35 franchiseurs proposant aux indépendants de reprendre leur enseigne. Nous pouvons notamment citer le célèbre restaurant/brasserie Au Bureau.

Ouvrir un coffee shop en franchise

Les coffee shops sont très populaires parmi les Français. Le café est bu par des milliers de personnes et le coffee shop représente **un endroit branché et calme où se reposer**. Nous pouvons citer Starbucks ou encore Mary's Coffee Shop, qui sont des chaînes de coffee shops populaires.

Les salons de thé, concept novateur pour les franchisés

Certains optent pour une option plus raffinée : le salon de thé. Adeptes du thé, ce concept est fait pour vous. Il existe des salons de thé proposant une multitude de saveurs différentes, ce qui plaît particulièrement à la population friande de thé.

Se lancer dans la franchise avec les ateliers cuisine

Concept plutôt rare, il est possible pour les franchisés d'opter pour le concept de l'atelier cuisine. Le but est d'apprendre aux clients comment cuisiner et leur permettre de goûter leurs plats.

Ce ne sont pas les seuls concepts populaires pour une franchise dans la restauration. Il est également possible d'ouvrir un bar, une cave à vins, un restaurant spécialisé dans la vente à domicile ou encore un foodtruck. Tout dépend de **l'appétence du franchisé pour ces domaines** et de la popularité de l'enseigne. Se lancer dans la franchise représente une véritable création de société. Il est conseillé de consulter un annuaire des franchises pour trouver celle adaptée à ses besoins.

PAYS :France

JOURNALISTE :Cafte Latte



Univers de la Maiso

PAGE(S) :90-92;94-97;99

SURFACE :788 %

PERIODICITE :Bimestriel

► 1 janvier 2023 - N°49



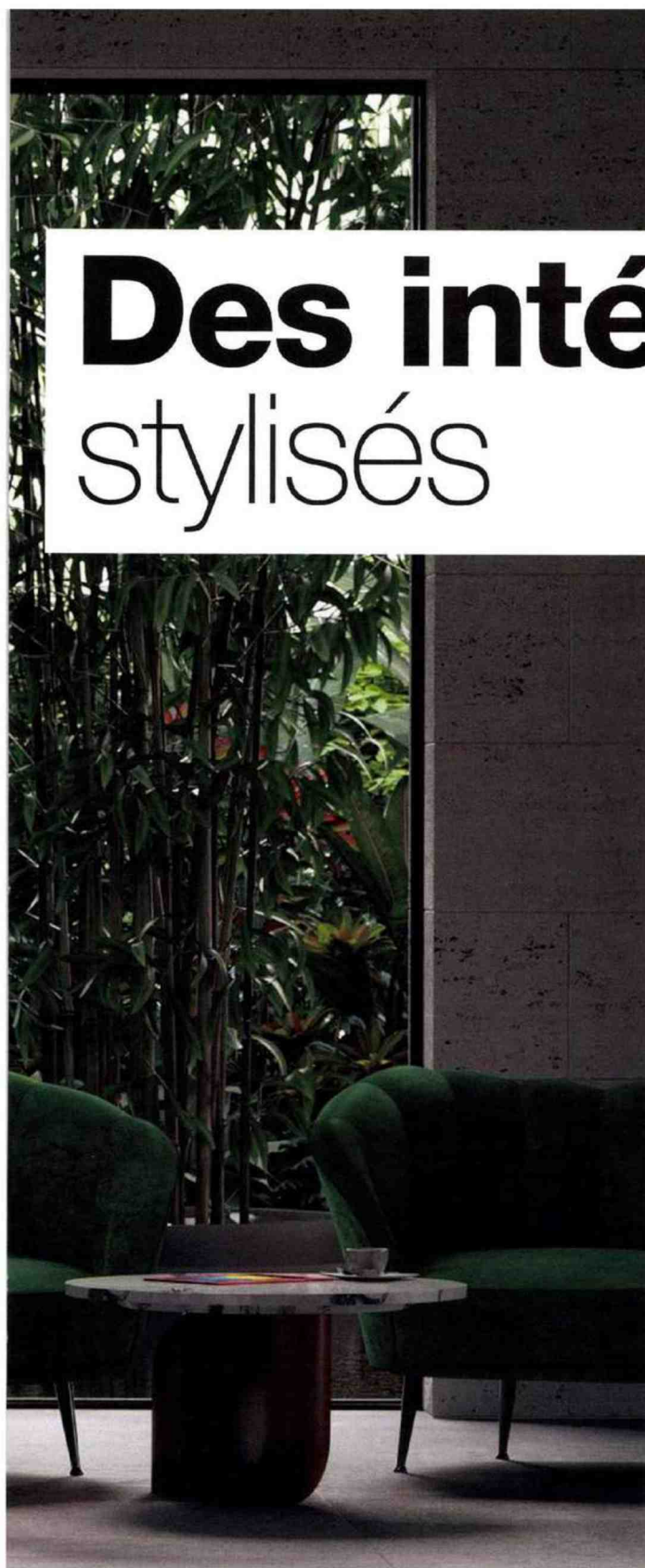


/// HOME

Des intérieurs stylisés

Il suffit parfois d'un brin d'inspiration et d'une pincée d'audace pour métamorphoser vos espaces de vie en véritables miroirs de votre personnalité. Suivez le guide...

Composition by Caffe Latte





Images : © Posterlounge

Déco murale cocooning pour doux moments de détente

On n'est nulle part aussi bien que chez soi : plus qu'une évidence, il s'agit maintenant d'une tendance. Le cocooning, c'est vouloir rester à la maison, dans un environnement qui nous plaît, nous conforte et nous rassure. Pour augmenter bien-être et paix intérieure, Posterlounge propose dans sa boutique en ligne une sélection de posters et tableaux harmonieux, pour une déco murale tout en douceur.

La météo nous y invite, notre porte-monnaie nous en remercie et notre équilibre intérieur aussi : loin du vent glacé et de la frénésie des fêtes, rester à la maison semble la solution idéale en ce début d'année. Passées dans une couverture au coin du feu, les soirées ou même journées cocooning n'ont jamais eu autant de charme. Mais assis dans un fauteuil, allongé dans un canapé ou en mouvement d'une pièce à l'autre, nous avons constamment nos murs sous les yeux : c'est pourquoi il ne faut pas oublier de les décorer avec goût. Chez Posterlounge, vous découvrirez une offre complète, de motifs d'une grande diversité à différents matériaux haut de gamme en passant par des formats personnalisables,

pour recevoir chez vous une œuvre produite individuellement et donc idéale pour votre nid douillet. Dessins abstraits et toujours élégants, line art minimaliste ou encore composition végétale aux couleurs rustiques : la déco murale cocooning oscille entre couleurs pastel mesurées, usage de matériaux d'impression agréables et chaleur des motifs qui font du bien aux yeux et à l'âme. Les différents formats, de mini à très grand, vous permettent de choisir : créez l'harmonie par une multitude de petits motifs aux tonalités chaudes sur posters encadrés ou évadez-vous dans un champ d'herbes de pampa sur tableau sur toile géant. L'important, c'est que ça vous ressemble et vous rende heureux.

Plus d'informations sur www.posterlounge.fr. ■



/// HOME

Murs et plafonds :
on ose le végétal !



Que ce soit pour vous démarquer jusque dans les moindres détails auprès de votre clientèle ou bien pour offrir une atmosphère délicieusement végétalisée à vos collaborateurs, Green Spirit révolutionne vos espaces avec un concept particulièrement irrésistible.

Green Spirit, c'est l'histoire de deux bretons originaires de Saint-Malo, Kévin Reyes et Thaï Nguyen qui, il y a près d'une dizaine d'années, décident d'implanter les murs végétaux haut de gamme au cœur même de nos quotidiens. Une belle idée qui fait mouche puisqu'ils s'imposent rapidement comme une référence auprès d'une clientèle professionnelle et se voient très vite confier des projets des projets d'envergure, partout en France, mais aussi à l'étranger. Une success story en mode green ? Sans aucun doute boostée par ce spécialiste de l'aménagement végétal sur mesure, qui redouble de créativité pour sans cesse repousser les limites du genre. Plus que jamais, dans cette quête de bien-être perpétuelle, les locaux commerciaux, collectivités et autres espaces aquatiques relève le défi de l'originalité.

Un effet spectaculaire ?

Les murs et plafonds végétaux Green Spirit, c'est la formidable occasion de faire basculer les locaux de votre société ou l'enceinte de votre boutique ou de votre hôtel par exemple, dans une dimension tout simplement divine. Entièrement sur mesure, les compositions de l'entreprise bretonne sont toutes plus spectaculaires les unes que les autres et répondent parfaitement à chacun de vos besoins et envies.

La spécialité de Green Spirit ? Les murs végétaux haut de gamme en stabilisé, 100% naturels. Vous pourrez toutefois opter également pour un mur végétal artificiel de haute qualité, selon vos préférences en termes de rendu esthétique. Dans les deux cas, aucun entretien n'est nécessaire ! Vous en voulez encore plus ? Sachez que Green Spirit peut également concevoir un plafond végétal artificiel pour votre projet. De quoi laisser s'exprimer librement toute votre créativité.

Restauration (Eat Salad), Grande distribution (Intermarché, Leclerc...), Prêt-à-porter (Aigle, Bonobo...), grands groupes nationaux (Total Energies, Crédit Agricole...) ou encore de nombreux cabinets médicaux et autres collectivités font appelent au savoir-faire de Green Spirit. Pourquoi pas vous ?

Une solution clés en main

Quel que soit l'envergure de votre projet, Green Spirit vous propose un accompagnement de A à Z. De l'étude à la fabrication, en passant par la livraison et la pose, l'entreprise maîtrise chacune des étapes de la réalisation de votre mur ou plafond. Vivant, stabilisé ou artificiel : vos projets sur mesure sont aussi parfaitement maîtrisés. Vous prendrez bien un peu de végétal ?

www.greenspirit.fr ■





Papier peint : le charme de l'ancien

Parce vos surfaces murales sont de véritables terrains de jeu et d'expression, le papier peint se réinvente désormais au gré de vos envies... Zoom sur la capacité folle d'Incréation à donner un second souffle à vos tapisseries d'autrefois.

Et si vos murs devenaient le reflet de votre personnalité ? Avec des collections de papiers peints sur mesure toutes plus séduisantes les unes que les autres, Incréation réinvente vos espaces pour une touche de caractère et d'audace tout à fait unique. Si l'entreprise fondée en 2006 par René Kormann, scientifique et photographe, et son épouse Béatrice, elle-même diplômée des Beaux-Arts, connaît un tel succès, c'est parce qu'elle propose des compositions irrésistibles pour habiller vos murs. Un puits d'inspiration multiples ? Ce créateur, éditeur et imprimeur devient sans aucun doute le partenaire privilégié de l'aménagement de vos demeures...

Un concept aussi fascinant qu'exaltant

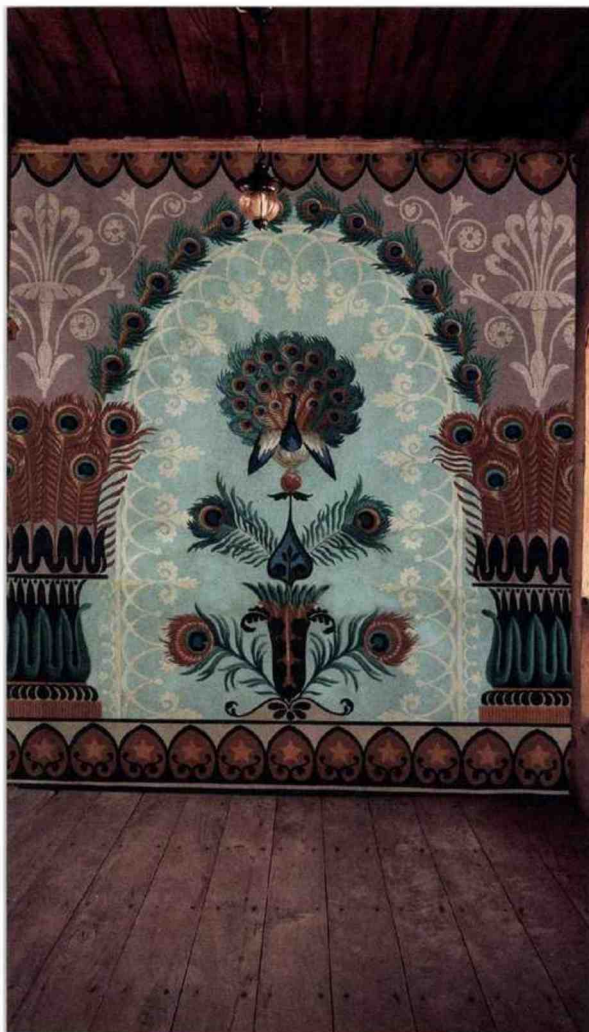
Incréation, c'est un peu comme le magicien de vos intérieurs. D'un seul coup de baguette magique, l'enseigne déploie alors ses mille et un talents pour vous proposer un large catalogue de papiers peints, tous plus séduisants les uns que les autres. Mais ce n'est pas tout ! Si l'on reconnaît volontiers la patte de ce génie créatif qui su-

blime les espaces des plus traditionnels aux plus contemporains avec des créations spectaculaires, l'entreprise s'est également spécialisée dans la reproduction de papiers peints anciens, auxquels il offre tout simplement une seconde jeunesse. Mais alors comment Incréation parvient-elle à réaliser ce tour de magie ô combien fascinant ? Grâce à une technique audacieuse qui évolue en fonction du papier peint à reproduire. « A chaque fois, c'est une nouvelle histoire... » nous précise René Kormann...

Un véritable travail de fourmi

Un ancien papier peint auquel vous êtes attaché mais qui fait irrémédiablement grise mine ? Incréation s'occupe de tout ! De la numérisation de l'original qui peut se faire, en fonction des projets, dans l'atelier de l'entreprise ou bien sur place, à l'impression d'échantillons pour vérifier la justesse des couleurs et du rendu, en passant par tout un travail de retouche d'image pour oser toucher la perfection, ce créateur de papiers peints met tout son savoir-faire et son excellence au service de vos envies, pour un « effet wahou » et sur-mesure immédiat... On aime !

www.increation.fr ■



Impressions sur mesure...

En plus de vous proposer la réédition de vos papiers peints anciens ainsi qu'un large catalogue de créations qui s'enrichit à chaque saison qui passe, Incréation met tout son savoir-faire et son expertise au service de vos projets. Glissez leur les dimensions de la surface à habiller, éventuellement quelques plans et photographies, vos profondes aspirations... et laissez-vous guider par toute l'ingéniosité de cette enseigne avant-gardiste.

Vous avez déjà une image précise en tête ? Incréation se charge de les imprimer sur mesure sur le support de votre choix (papier peint intissé, Jetex, Vinyle...). De quoi pousser la personnalisation de vos intérieurs à son paroxysme en vous concoctant une ambiance précieuse et unique à la fois. Plus encore si vous avez possédez un papier peint endommagé mais auquel vous tenez tout particulièrement, Incréation est à même, si le dessin est libre de droit, de le reproduire parfaitement en haute qualité. Prêts à donner vie à vos aspirations les plus profondes ?

Pour faire le plein d'inspirations et demander votre devis personnalisé, rendez vous sur www.increation.fr



PAYS :France

JOURNALISTE :Cafte Latte



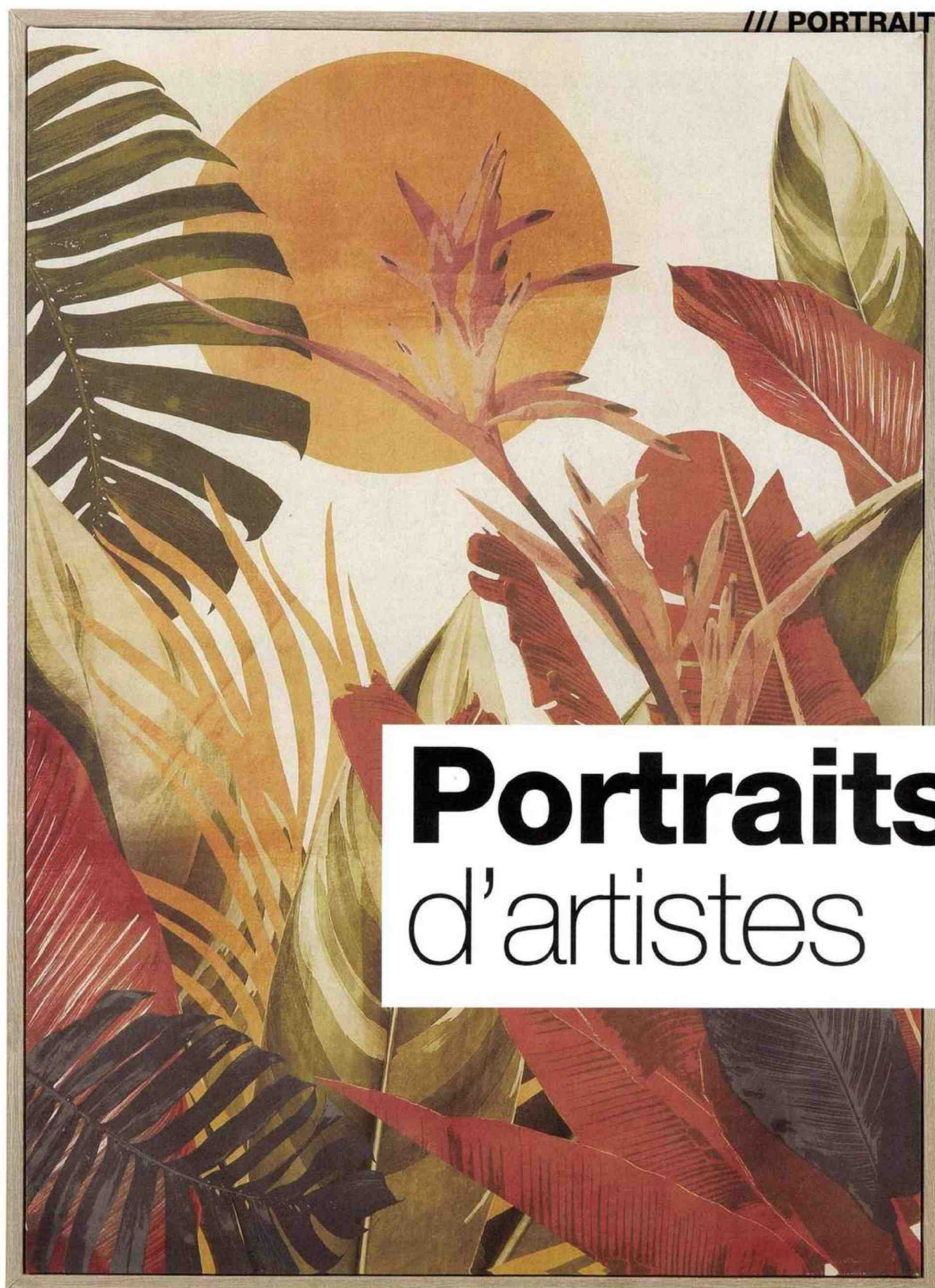
Univers de la Maiso

PAGE(S) :90-92;94-97;99

SURFACE :788 %

PERIODICITE :Bimestriel

► 1 janvier 2023 - N°49



Portraits d'artistes



Salad & Co, sous les feux la rampe avec une première vitrine en centre-ville lillois pour la franchise



Communauté 2

4 Janvier 2023 - 371 vue(s)

Il souffle comme un vent de renouveau sur la marque de bar à salade du groupe Agapes Restauration. Témoin de ce virage stratégique, le tout nouveau flagship de centre-ville en modèle réduit de 200 m² qui a ouvert le 2 janvier, dans le cœur historique de Lille. Un porte-voix dans l'aire du temps et en faveur de l'environnement pour une enseigne engagée qui vise un développement en franchise.

Postée au 7 rue Nationale dans le vieux Lille, en voisin d'un Pokawa et à quelques pas d'un **Eat Salad**, l'enseigne de bar à salade n'a pas froid aux yeux pour son arrivée en centre-ville. Mais elle a toutes les raisons d'y croire, rappelle son directeur général Vincent Mondoloni, « *parce qu'elle est foncièrement différente de ses concurrentes non seulement dans le positionnement de son offre que dans ses engagements du champ à l'assiette et bien plus demain* ». 13^e exemplaire d'une marque née en 2009, ce nouveau concept hyper urbain de 200 m² et 48 places assises profite non seulement de l'expériences du groupe sur ce segment avec ses autres restaurants « paquebots » Salad & Co de 500 à 700 m² situés en zone d'activités (deux sont en shop in shop chez Decathlon) mais surtout d'une stratégie nouvelle. Celle d'installer dorénavant le concept, en centre-ville et en franchise sur des formats beaucoup moins grands et avec une expérience client nouvelle.



Un concept remasterisé

Pour Anne Schacht, la directrice marketing, ce lancement n'est qu'une première étape de ce qui se prépare avec l'arrivée dans quelques semaines d'une nouvelle plateforme de marque digitale et omnicanale. Le projet est d'irriguer l'enseigne d'actions fortes en direction des clients pour expliquer non seulement la renaissance de la marque, ses engagements mais aussi d'optimiser chaque canal de distribution dont la commande en ligne ou le click & collect. Tout ce travail de remastéurisation vise à donner une autre modernité mais aussi un supplément d'âme à l'enseigne qui vise un renouveau. « *On fait déjà beaucoup de choses sans forcément le dire en faveur de l'environnement. On va encore forcer le trait sur le bien-manger, le sourcing, la lutte contre le réchauffement climatique à tous les niveaux* », ajoute le directeur général dont l'ambition est de faire de Salad & Co, entre-autres, le porte-voix de ses agriculteurs et fournisseurs locaux et de valoriser les filières (il y en a 9 aujourd'hui). Au même titre, il souhaite en faire un lieu de destination convivial et dans l'air du temps pour tous les moments de la journée, du petit-déjeuner au dîner pour un restaurant ouvert jusqu'à 22h00 et dont le business model repose sur un CA de l'ordre du million d'euros.

Outre le buffet accessible aux heures de repas, la nouvelle offre s'est enrichie, pour évoluer sur tous les instants de consommation, avec des propositions qui s'ouvrent aujourd'hui aux viennoiseries, au pain cuit sur place, aux bols de fruits et fromage blanc/muesli, aux croques-tartines fabriqués maison, aux quiches mais aussi à une large gamme de boissons gourmandes associées à des cakes et des pâtisseries américaines de type muffins, cookies, brookies. Ça, c'est pour la philosophie générale ! Pour ce qui relève du parcours client, ce dernier, après avoir été accueilli par une ou un hôte, conserve un accès au buffet et aux 50 ingrédients, (l'un des marqueurs de l'enseigne) qui vont lui permettre de composer sa propre salade sur mesure et sans restriction. Mais, contrairement au modèle des restaurants péri-urbains, cette fois-ci, le buffet n'est plus à volonté. Il lui en coûtera 10,40 € s'il l'emporte dans un bol en carton kraft ou 12,40 € s'il la consomme sur place dans une assiette en céramique (+ 50 cts pour l'eau, + 2 € avec le dessert). Eau plate, gazeuse ou aromatisée est disponible en fontaine alors que les desserts sont proposés dans une vitrine en libre-service au même titre que quelques références de salades déjà composées pour les clients pressés.



35 restaurants en prévision à 2025

Tandis que ce pilote, ouvert depuis 3 jours devrait encore voir sa déco et ses propositions évoluer avec l'enrichissement de l'offre d'ingrédients « premiums » chauds et froids (saumon, palet de chèvre, camembert chaud, avocat, fallafel...), qui permettent de pimper ses salades, d'autres projets d'implantations sont déjà dans les tuyaux. Outre Douai qui devrait accueillir en 2024, l'un des derniers format XXL, cette année Vincent Mondoloni compte installer son modèle centre-ville à Paris mais aussi Rennes, Orléans ou Tours. Il vise une trentaine de restaurants dans les 3 ans et compte bien faire de sa marque l'emblème d'une restauration engagée alors que des partenariats forts ont été signés ou vont être renforcés avec Greengo-La Consigne pour la mise en place de vaisselle réutilisable en VAE, avec Le Fourgon pour des sodas et vins en bouteilles consignées, avec les Alchimistes pour la récupération des déchets alimentaires ou encore To Good To Go pour l'anti-gaspi.



Ce qui a changé au premier janvier, en France, en Europe et dans le monde



Chantal Julia 3 janvier 2023 à 11h450



Comme chaque année, le passage du 01 janvier entraine une série de nouveautés, souvent désagréables mais pas toujours. Pour les Français de l'étranger, on fait le point sur ce qui a changé au premier janvier, en France, en Europe et dans le monde. En France Quelle évolution pour le Smic au 1er janvier 2023 ?

Le salaire minimum interprofessionnel de croissance (Smic) a augmenté mécaniquement le **1er janvier 2023**. En effet, en raison d'une inflation toujours élevée (5,3% sur l'ensemble de l'année 2022), le Smic a été rehaussé de **1,8%**, pour atteindre **1 353 euros nets**. Soit un gain mensuel de 24 euros pour l'ensemble des salariés rémunérés au Smic. Son montant brut a passé, pour la première fois, la barre symbolique des 1 700 euros, à **1 709 euros**. Le montant horaire brut, lui, a atteint **11,27 euros**. Cela concerne les Français frontaliers ou ceux expatriés/détachés avec une petite rémunération.

Quel taux pour le livret A en 2023 ?

Le taux du produit d'épargne préféré des Français, le livret A, devrait dépasser les **3%** à compter du **1er février 2023**. Une bonne nouvelle pour les épargnants après la précédente hausse de 1% à 2% en août 2022. Ce taux restera bien en deçà de l'inflation, estimée à 5,3% sur l'ensemble de l'année 2022. L'écart se réduira toutefois en 2023. En effet, l'indice des prix à la consommation devrait tourner autour de **4,2%** selon le ministère de l'Economie. Si vous avez conservé votre Livret A ou que vos enfants en détiennent cela vous concerne.

Quelle augmentation pour les retraites au 1er janvier 2023 ?

Après les hausses successives de 1% en janvier 2022, puis 4% en juillet dernier (+60 euros par mois pour une retraite de 1 200 euros), les pensions de retraite du régime de base ont connu une nouvelle augmentation au 1er janvier 2023. Les **pensions minimums des retraites de base** ont ainsi **augmenté de 0,8%**. Une hausse

qui sera visible sur le montant de la pension versée au mois de février 2023. Les complémentaires, elles, ont augmenté de **5,12%** au 1er novembre dernier. Une bonne nouvelle pour les Français de l'étranger retraités attachés aux caisses françaises. Qui doit encore payer la taxe d'habitation au 1er janvier 2023 ?

Cette taxe d'habitation baisse progressivement depuis 2018 pour s'éteindre en 2023. De facto, à compter du 1er janvier 2023, **plus aucun contribuable ne doit payer cet impôt**. Attention, **la réforme de la taxe d'habitation ne s'applique pas aux résidences secondaires**. En tant que Français de l'étranger suite au refus du gouvernement de créer la résidence de replis proposée par le député Frédéric Petit (Modem/Ensemble) ou le sénateur Ronan Le Gleut (LR), si vous êtes propriétaire d'un autre bien, vous êtes donc redevable de la taxe d'habitation portant sur celui-ci. Le calcul est strictement identique à l'impôt portant sur les résidences principales. Quelle évolution pour la taxe foncière en 2023 ?

Propriétaires immobiliers, attendez-vous à ce que la facture soit beaucoup plus salée en 2023, car le plafonnement de la révision des **valeurs locatives cadastrales** n'aura pas lieu. Ces valeurs servent de base dans le calcul de la taxe foncière. De facto, les valeurs locatives cadastrales devraient augmenter de 7% en 2023, en suivant le niveau de l'inflation. Conséquence directe, des augmentations impressionnantes pourraient intervenir. Selon certains calculs, la taxe foncière pourrait flamber de **52% à Paris**, ou encore de **20% à Grenoble**.

Quelle évolution pour le barème de l'impôt sur le revenu au 1er janvier 2023 ?

Vous faites parti des nombreux Français de l'étranger toujours contribuables en France, on fait le point sur la fiscalité. Le barème de l'impôt sur le revenu a été revalorisé à hauteur de **5,4% depuis le 1er janvier 2023**, en raison de la hausse des prix à la consommation. Une hausse inscrite dans le **projet de loi de finances pour 2023**. Ce nouveau barème concerne les **revenus perçus en 2022** et que vous mentionnerez dans votre déclaration de revenus, au printemps 2023. Voici le barème complet de l'impôt sur le revenu qui s'applique en 2023 :

- En dessous de 10 777 euros de revenu imposable : **0%**
- Entre 10 777 euros et 27 478 euros de revenu imposable : **11%**
- Entre 27 478 euros et 78 570 euros de revenu imposable : **30%**
- Entre 78 570 euros et 168 994 euros de revenu imposable : **41%**
- Au-delà de 168 994 euros de revenu imposable : **45%**

Ces taux s'appliquent uniquement si vous déclarez vos revenus mondiaux de votre foyer. Dans ce cas vous bénéficiez aussi des remises liées à la composition de votre foyer. Sinon vous avez toujours la possibilité de choisir l'imposition forfaitaire.

Quels tarifs pour les autoroutes en 2023 ?

Si l'augmentation des tarifs des autoroutes suivait l'inflation, ils pourraient flamber de **7% à 8%**. Les contrats des sociétés autoroutières prévoient en effet qu'elles répercutent l'inflation sur le prix final client à hauteur de 70%. Le gouvernement, par l'intermédiaire du ministère des Transports, a néanmoins parlé d'une « **augmentation raisonnable** » grâce à des négociations. Il a ainsi annoncé, le 2 décembre 2022, une augmentation moyenne de 4,75% en février 2023. « Des arrêtés seront publiés d'ici le 1er février 2023 », précise le gouvernement. Pour rappel, cette augmentation était de 2%, en moyenne, en 2022.

En Europe La Croatie rejoint l'espace Schengen et la zone Euro

En disant adieu à sa monnaie, la kuna, le pays des Balkans est devenu le vingtième membre de la zone euro. C'est également le 27e État à rejoindre l'espace Schengen.

Les dirigeants croates mentionnent régulièrement les bénéfices que retireront d'après eux les 3,9 millions d'habitants du pays avec cette entrée dans la zone euro et dans

l'espace Schengen. Une adhésion qui a vocation, selon de nombreux experts, à protéger l'économie du pays, l'une des plus faibles de l'UE, dans un contexte de forte hausse de l'inflation.

Mais au sein de la population croate, les sentiments sont plus mitigés, précise *Le Parisien*. De nombreux Croates s'enthousiasment de la fin des contrôles aux frontières, mais le changement de monnaie provoque davantage de méfiance. la Suède à la présidence du Conseil de l'UE

Chaque État membre assure à tour de rôle durant six mois la présidence du Conseil de l'UE (aussi appelé Conseil des ministres de l'UE ou simplement Conseil). La présidence représente les 27 États membres lors des négociations avec les autres institutions de l'UE et dirige les travaux du Conseil.

La Suède assure la présidence du Conseil du 1^{er} janvier au 30 juin 2023(nouvelle fenêtre).

Les présidences fonctionnent en trio de coopération. La Suède a travaillé avec la France (présidence de janvier à juin 2022) et la République tchèque (présidence de juillet à décembre 2022).

Fin des emballages jetables dans les fast-foods

La disparition des emballages jetables dans les lieux de restauration ayant 20 places assises ou plus est une décision européenne. Elle s'applique dès le 01 janvier en France et le sera avant le 31 décembre 2024 dans tous les pays de l'Union européenne. Alors, pour y arriver, les fast-foods devront utiliser de la vaisselle réutilisable pour les repas en salle, à l'instar de la chaîne **Eat Salad**, qui se prépare à rentrer dans les clous depuis maintenant un an et demi.

Dans le monde World Rugby

À l'approche de la Coupe du Monde de Rugby 2023, les nouvelles directives visent à favoriser un jeu plus rapide et plus divertissant tout en conciliant sécurité et spectacle. À partir du 1^{er} janvier 2023, les dispositions suivantes s'appliqueront :

- Règle 8.8d Transformation : [Le botteur] doit exécuter son coup de pied dans les 90 secondes (temps de jeu) à compter du moment où l'essai a été accordé, même si le ballon tombe et doit être remplacé. *Sanction : le coup de pied est refusé*
- Règle 8.21 Coup de pied de pénalité : Le coup de pied doit être réalisé dans les 60 secondes (temps de jeu) à compter du moment où l'équipe a indiqué son intention de le faire, même si le ballon tombe et doit être remplacé. *Sanction : le coup de pied est refusé et une mêlée est accordée*
- Règle 9.7d : Un joueur ne doit pas perdre de temps. *Sanction : coup de pied franc*
- Règle 18.12 Touche : Les équipes se mettent en place sans délai pour former l'alignement. *Sanction : coup de pied franc*
- Règle 19.4 Mêlée : Les équipes doivent être en mesure de former la mêlée dans les 30 secondes qui suivent la décision de l'arbitre. *Sanction : coup de pied franc*

Ouverture des frontières chinoises

C'était le dernier verrou de la politique « zéro Covid » de Pékin. Dès le 8 janvier, les voyageurs venant de l'étranger n'auront plus besoin de faire une quarantaine à leur arrivée en Chine. Une bonne nouvelle pour le milieu des affaires qui attendait cette réouverture des frontières, mais aussi pour les touristes chinois qui vont enfin pouvoir voyager plus facilement à l'étranger tout en étant confronté à des restrictions et des contrôles dans certains pays.

- Chantal Julia est maitre de conférence en Suisse. Après plusieurs années à l'Université de Lettre Paris 1, Chantal a suivi son compagnon à Lausanne où elle enseigne toujours la littérature française. Elle écrit pour différents magazines universitaires et Lesfrancais.press

Voir toutes les publications



Comment les fast-foods vont remplacer la vaisselle jetable

La loi antigaspillage impose à la restauration rapide de proposer, à partir de dimanche, des récipients réutilisables pour les repas pris sur place. Reportage à Bordeaux

Gaëlle Richard

Comment les fast-foods vont remplacer la vaisselle jetable
 La loi antigaspillage impose à la restauration rapide de proposer, à partir de dimanche, des récipients réutilisables pour les repas pris sur place. Reportage à Bordeaux
 Désormais, chez McDo, on prend le café dans une « vraie » tasse. Finie la vaisselle jetable. La loi antigaspillage, adoptée en 2020, ordonne qu'au 1er janvier 2023, les repas pris sur place soient servis dans des contenants réutilisables. À Bordeaux, Christian Luttmann, franchisé à Mériadeck, a mis en place le matériel dès l'ouverture de ce nouveau restaurant en juin 2022. En revanche, pour celui de la rue Sainte-Catherine, il a fallu créer une plonge au sous-sol. « Nous avons une quinzaine de pièces nouvelles (gobelets, tasses, cornets, couverts, etc.), il faut donc adapter les cuisines et l'organisation du travail », dit-il. Soit un poste à la plonge aux heures de pointe de midi et du soir.
 « Nous avons aussi mis une personne en salle pour expliquer le contexte aux clients et leur demander de ne pas jeter vaisselle et couverts à la poubelle... ni repartir avec. » Mais les habitudes ont la vie dure.
 Dans les petites enseignes de restauration rapide rue

Sainte-Catherine, les responsables de ces établissements familiaux n'ont pas, et de loin, la puissance d'adaptation d'une chaîne mondiale, mais tous ceux que nous avons rencontrés se sentent responsables de l'empreinte écologique de leur activité.
 Hedy Khorthani, le patron des Sables d'or, s'est débarrassé des contenants en plastique et n'utilise que du papier pour les plateaux et pour emballer les sandwiches. « Je sais que la loi ira de plus en plus dans ce sens, mais c'est aussi une volonté de faire ma part des choses. J'écoute ma fille de 10ans qui répète que pour la planète il faut moins de plastique, on lui dit à l'école. Alors moi, je veux faire ce que je peux pour laisser une nature plus propre à nos enfants. En plus, nos clients sont jeunes et cette génération est sensible à l'environnement, donc c'est important pour l'image du restaurant et les affaires. »
 Les frites et la sauce sont servies directement sur le papier du plateau. Seul bémol, le coût. Les emballages papier ou carton coûtent plus cher que le plastique.
 Dans le même quartier, Bechir Msaddak et Rached Adouni ne servent plus les frites dans les barquettes en plastique. Chez O'Naan Food aussi, tout est fourni directement sur le papier du plateau. La nourriture qui y est proposée ne

requiert pas de couvert.
 Les seuls contenants nécessaires sont (étaient) ceux pour les frites et pour la sauce. « Les clients ne sont pas encore habitués, certains s'offusquent du service mais nous leur expliquons que d'abord, le papier est neuf et propre, et que cette manière permet de réduire le volume de déchets, explique Bechir Msaddak. En plus, ça fait moins de déchets sur les tables, une baisse des coûts et les poubelles se remplissent moins vite. » Il rapporte que tous ses clients ne sont pas forcément engagés dans la protection de l'environnement. « Certains me rétorquent que ce n'est pas en enlevant une barquette de frites qu'on va sauver la planète, moi je dis que si! Car chacun, à la place qu'il a, peut faire quelque chose et tous ces gestes donneront un résultat positif. »
 Devant l'enseigne de Mohamed Jaaja, l'ambiance est encore plus « climato-sensible ». Son enseigne de nourriture d'origine libanaise, Le Falafel, attire une clientèle fidèle. « Nous proposons une cuisine végétarienne et végan donc nos clients sont sensibles au respect de la nature, au gaspillage, aux déchets, etc. », dit-il. Les falafels à emporter sont vendus dans des boîtes en carton ou en aluminium réutilisables chez soi, les poches sont en papier kraft. « Avant, on faisait tout avec



du plastique., c'était moins cher. C'est normal de s'adapter mais c'est coûteux et on ne répercute pas la hausse des coûts sur nos prix, donc on baisse notre marge. »

Yvan Mulhem, d'origine belge, est patron de la Barak'a frites. Chez lui, elles sont servies en cornet en carton et les autres plats dans des assiettes en porcelaine avec des couverts en inox, réutilisables donc. « On essaie de prendre de la vaisselle réutilisable mais, souvent, les clients la jettent lorsqu'ils vident leur plateau », regrette-t-il.

Chez Eat Salad, la vaisselle réutilisable est sur la table depuis le début, en 2013. « Le respect de la planète fait partie de nos

convictions », affirme le Bordelais Antoine Barat, cofondateur de l'enseigne. Donc la vaisselle est en céramique, les couverts en inox et le café est servi dans des tasses en verre. « Notre problème reste le vol de nos couverts avec le logo de la marque. »

McDonald's rencontre le même souci. Le chemin de l'éducation est manifestement encore un peu long. « Nos clients sont jeunes et cette génération est sensible à l'environnement ■



Fin des emballages jetables : les fast-foods investissent et des clients pas totalement convaincus



Lénaïg MONIEREurope Matin week-end - 6h-8h

Pendant 2h, Europe 1 fait un point complet sur l'actualité pour l'observer sous tous les angles et mieux la comprendre avec de nombreux entretiens,...

Et voilà ! L'année 2022 s'est achevée ce samedi, place désormais à 2023. Des milliers de personnes ont célébré la nouvelle année partout en France, et notamment sur les Champs-Élysées. Mais le passage d'une année à une autre ne s'accompagne pas uniquement de bonnes résolutions.

Car le 1er janvier est un jour particulier. Augmentation des prix des billets SNCF, nouvelles règles pour toucher le bonus écologique, hausse du Smic et des retraites... Le premier jour de l'année s'accompagne de nombreux changements.

"Ils pourraient le faire eux-mêmes"

Parmi ces derniers, la disparition des emballages jetables dans les lieux de restauration ayant 20 places assises ou plus. Alors, pour y arriver, les fast-foods devront utiliser de la vaisselle réutilisable pour les repas en salle, à l'instar de la chaîne **Eat Salad**, qui se prépare à rentrer dans les clous depuis maintenant un an et demi.

Et depuis cet été, dans cette chaîne de bar à salades, les clients qui mangent sur place débarrassent comme à la maison, ce qui n'est pas forcément du goût de certains clients. "C'est un peu culpabilisant car on nous donne beaucoup de choses à faire, alors que le service n'est pas très bon, que les prix sont chers et que la nourriture est de basse qualité dans les fast-foods", juge un client de la chaîne.

"C'est bien de faire le tri, mais ils pourraient le faire eux-mêmes", s'agace-t-il. Mais de l'autre côté de la glace, le personnel doit parfois faire preuve de pédagogie pour que les bols, les verres et même les couverts en inox ne partent pas à la poubelle... parfois sans succès.

De lourds investissements

"Très souvent, on se rend compte qu'on a un petit peu moins de cuillères, un petit peu moins de fourchettes, un petit peu moins de couteaux et donc on est obligé d'en recommander régulièrement, justement pour pallier ce problème", explique Miranda, qui tient un restaurant **Eat Salad** à Montmartre à Paris.

"Si c'est dans les idées et dans les têtes, ce n'est pas encore beaucoup dans les actions. Et les gens ne sont pas encore assez sensibles, à mon sens, à tous les efforts qu'une entreprise comme la nôtre peut faire", estime quant à lui le cofondateur de la chaîne, Joseph Barat.

Au total, l'enseigne aura investi près de 100.000 € sur l'ensemble de ses restaurants, pour s'adapter à la réglementation.



Fin des emballages jetables : les fast-foods investissent et des clients pas totalement convaincus

Et voilà ! L'année 2022 s'est achevée ce samedi, place désormais à 2023. Des milliers de personnes ont célébré la nouvelle année partout en France, et notamment sur les Champs-Élysées . Mais le passage d'une année à une autre ne s'accompagne pas uniquement de bonnes résolutions.

>> Retrouvez Europe matin week-end - 6-8 en podcast et en replay ici

Car le 1er janvier est un jour particulier. Augmentation des prix des billets SNCF, nouvelles règles pour toucher le bonus écologique, hausse du Smic et des retraites... Le premier jour de l'année s'accompagne de nombreux changements.

"Ils pourraient le faire eux-mêmes"

Parmi ces derniers, la disparition des emballages jetables dans les lieux de restauration ayant 20 places assises ou plus. Alors, pour y arriver, les fast-foods devront utiliser de la vaisselle réutilisable pour les repas en salle, à l'instar de la chaîne Eat Salad, qui se prépare à rentrer dans les clous depuis maintenant un an et demi.

Et depuis cet été, dans cette chaîne de bar à salades, les clients qui mangent sur place débarrassent comme à la maison, ce qui n'est pas forcément du goût de certains clients. "C'est un peu culpabilisant car on nous donne beaucoup de choses à faire, alors que le service n'est pas très bon, que les prix sont chers et que la nourriture est de basse qualité dans les fast-foods", juge un client de la chaîne.

"C'est bien de faire le tri, mais ils pourraient le faire eux-mêmes", s'agace-t-il. Mais de l'autre côté de la glace, le personnel doit parfois faire preuve de pédagogie pour que les bols, les verres et même les couverts en inox ne partent pas à la poubelle... parfois sans succès.

De lourds investissements

"Très souvent, on se rend compte qu'on a un petit peu moins de cuillères, un petit peu moins de fourchettes, un petit peu moins de couteaux et donc on est obligé d'en recommander régulièrement, justement pour pallier ce problème", explique Miranda, qui tient un restaurant Eat Salad à Montmartre à Paris.

"Si c'est dans les idées et dans les têtes, ce n'est pas encore beaucoup dans les actions. Et les gens ne sont pas encore assez sensibles, à mon sens, à tous les efforts qu'une entreprise comme la nôtre peut faire", estime quant à lui le cofondateur de la chaîne, Joseph Barat.

Au total, l'enseigne aura investi près de 100.000 € sur l'ensemble de ses restaurants, pour s'adapter à la réglementation.



Fin des emballages jetables : les fast-foods investissent et des clients pas totalement convaincus



Certaines parties de cette page ne sont pas prises en charge par la version actuelle de votre navigateur. Effectuez la mise à niveau vers une version récente du navigateur. A l'occasion du passage en 2023, le gouvernement vient d'interdire les emballages jetables dans les lieux de restauration français. Une décision saluée sur le plan écologique, mais qui agace certains clients et interroge les professionnels du secteur.

Et voilà ! L'année 2022 s'est achevée ce samedi, place désormais à 2023. Des milliers de personnes ont célébré la nouvelle année partout en France, et notamment sur les Champs-Élysées. Mais le passage d'une année à une autre ne s'accompagne pas uniquement de bonnes résolutions.

> Retrouvez Europe matin week-end - 6-8 en podcast et en replay ici">>> Retrouvez Europe matin week-end - 6-8 en podcast et en replay ici

Car le 1er janvier est un jour particulier. Augmentation des prix des billets SNCF, nouvelles règles pour toucher le bonus écologique, hausse du Smic et des retraites... Le premier jour de l'année s'accompagne de nombreux changements. "Ils pourraient le faire eux-mêmes"

Parmi ces derniers, la disparition des emballages jetables dans les lieux de restauration ayant 20 places assises ou plus. Alors, pour y arriver, les fast-foods devront utiliser de la vaisselle réutilisable pour les repas en salle, à l'instar de la chaîne **Eat Salad**, qui se prépare à rentrer dans les clous depuis maintenant un an et demi.

Et depuis cet été, dans cette chaîne de bar à salades, les clients qui mangent sur place débarrassent comme à la maison, ce qui n'est pas forcément du goût de certains clients. "C'est un peu culpabilisant car on nous donne beaucoup de choses à faire, alors que le service n'est pas très bon, que les prix sont chers et que la nourriture est de basse qualité dans les fast-foods", juge un client de la chaîne.

"C'est bien de faire le tri, mais ils pourraient le faire eux-mêmes", s'agace-t-il. Mais de l'autre côté de la glac...

Lire la suite sur Europe 1

VIDÉO - En janvier les emballages jetables seront interdits dans les fast-foods (qui ne sont pas tout à fait prêts)



Comment les fast-foods vont remplacer la vaisselle jetable

La loi antigaspillage impose à la restauration rapide de proposer, à partir de dimanche, des récipients réutilisables pour les repas pris sur place. Reportage à Bordeaux

Gaëlle Richard

Comment les fast-foods vont remplacer la vaisselle jetable
La loi antigaspillage impose à la restauration rapide de proposer, à partir de dimanche, des récipients réutilisables pour les repas pris sur place. Reportage à Bordeaux
Désormais, chez McDo, on prend le café dans une « vraie » tasse. Finie la vaisselle jetable. La loi antigaspillage, adoptée en 2020, ordonne qu'au 1er janvier 2023, les repas pris sur place soient servis dans des contenants réutilisables. À Bordeaux, Christian Luttmann, franchisé à Mériadeck, a mis en place le matériel dès l'ouverture de ce nouveau restaurant en juin 2022. En revanche, pour celui de la rue Sainte-Catherine, il a fallu créer une plonge au sous-sol. « Nous avons une quinzaine de pièces nouvelles (gobelets, tasses, cornets, couverts, etc.), il faut donc adapter les cuisines et l'organisation du travail », dit-il. Soit un poste à la plonge aux heures de pointe de midi et du soir.
« Nous avons aussi mis une personne en salle pour expliquer le contexte aux clients et leur demander de ne pas jeter vaisselle et couverts à la poubelle... ni repartir avec. » Mais les habitudes ont la vie dure.
Dans les petites enseignes de restauration rapide rue

Sainte-Catherine, les responsables de ces établissements familiaux n'ont pas, et de loin, la puissance d'adaptation d'une chaîne mondiale, mais tous ceux que nous avons rencontrés se sentent responsables de l'empreinte écologique de leur activité.
Hedy Khorthani, le patron des Sables d'or, s'est débarrassé des contenants en plastique et n'utilise que du papier pour les plateaux et pour emballer les sandwiches. « Je sais que la loi ira de plus en plus dans ce sens, mais c'est aussi une volonté de faire ma part des choses. J'écoute ma fille de 10ans qui répète que pour la planète il faut moins de plastique, on lui dit à l'école. Alors moi, je veux faire ce que je peux pour laisser une nature plus propre à nos enfants. En plus, nos clients sont jeunes et cette génération est sensible à l'environnement, donc c'est important pour l'image du restaurant et les affaires. »
Les frites et la sauce sont servies directement sur le papier du plateau. Seul bémol, le coût. Les emballages papier ou carton coûtent plus cher que le plastique.
Dans le même quartier, Bechir Msaddak et Rached Adouni ne servent plus les frites dans les barquettes en plastique. Chez O'Naan Food aussi, tout est fourni directement sur le papier du plateau. La nourriture qui y est proposée ne

requiert pas de couvert.
Les seuls contenants nécessaires sont (étaient) ceux pour les frites et pour la sauce. « Les clients ne sont pas encore habitués, certains s'offusquent du service mais nous leur expliquons que d'abord, le papier est neuf et propre, et que cette manière permet de réduire le volume de déchets, explique Bechir Msaddak. En plus, ça fait moins de déchets sur les tables, une baisse des coûts et les poubelles se remplissent moins vite. » Il rapporte que tous ses clients ne sont pas forcément engagés dans la protection de l'environnement. « Certains me rétorquent que ce n'est pas en enlevant une barquette de frites qu'on va sauver la planète, moi je dis que si! Car chacun, à la place qu'il a, peut faire quelque chose et tous ces gestes donneront un résultat positif. »
Devant l'enseigne de Mohamed Jaaja, l'ambiance est encore plus « climato-sensible ». Son enseigne de nourriture d'origine libanaise, Le Falafel, attire une clientèle fidèle. « Nous proposons une cuisine végétarienne et végan donc nos clients sont sensibles au respect de la nature, au gaspillage, aux déchets, etc. », dit-il. Les falafels à emporter sont vendus dans des boîtes en carton ou en aluminium réutilisables chez soi, les poches sont en papier kraft. « Avant, on faisait tout avec



du plastique., c'était moins cher. C'est normal de s'adapter mais c'est coûteux et on ne répercute pas la hausse des coûts sur nos prix, donc on baisse notre marge. »

Yvan Mulhem, d'origine belge, est patron de la Barak'a frites. Chez lui, elles sont servies en cornet en carton et les autres plats dans des assiettes en porcelaine avec des couverts en inox, réutilisables donc. « On essaie de prendre de la vaisselle réutilisable mais, souvent, les clients la jettent lorsqu'ils vident leur plateau », regrette-t-il.

Chez Eat Salad, la vaisselle réutilisable est sur la table depuis le début, en 2013. « Le respect de la planète fait partie de nos

convictions », affirme le Bordelais Antoine Barat, cofondateur de l'enseigne. Donc la vaisselle est en céramique, les couverts en inox et le café est servi dans des tasses en verre. « Notre problème reste le vol de nos couverts avec le logo de la marque. »

McDonald's rencontre le même souci. Le chemin de l'éducation est manifestement encore un peu long. « Nos clients sont jeunes et cette génération est sensible à l'environnement ■



Consommation : comment les fast-foods vont remplacer les emballages jetables à partir du 1er janvier

Hedy Khorthani n'utilise que du papier pour les plateaux et pour emballer les sandwiches. © Crédit photo : Photo Laurent Theillet/ « Sud Ouest »

La loi antigaspillage, votée en 2020, s'applique à partir de dimanche. Pour remplacer les emballages jetables, la restauration rapide doit proposer des récipients réutilisables pour les repas pris sur place. Reportage à Bordeaux

Désormais, chez McDo, on prend le café dans une « vraie » tasse. Finie la vaisselle jetable. La loi antigaspillage, adoptée en 2020, ordonne qu'au 1^{er} janvier 2023, les repas pris sur place soient servis dans des contenants réutilisables. À Bordeaux, Christian Luttmann, franchisé à Mériadeck, a mis en place le matériel dès l'ouverture de ce nouveau restaurant en juin 2022. En revanche, pour celui de la rue Sainte-Catherine, il a fallu créer une plonge au sous-sol. « Nous avons une quinzaine de pièces nouvelles (gobelets, tasses, cornets, couverts, etc.), il faut donc adapter les cuisines et l'organisation du travail »,...

Désormais, chez McDo, on prend le café dans une « vraie » tasse. Finie la vaisselle jetable. La loi antigaspillage, adoptée en 2020, ordonne qu'au 1^{er} janvier 2023, les repas pris sur place soient servis dans des contenants réutilisables. À Bordeaux, Christian Luttmann, franchisé à Mériadeck, a mis en place le matériel dès l'ouverture de ce nouveau restaurant en juin 2022. En revanche, pour celui de la rue Sainte-Catherine, il a fallu créer une plonge au sous-sol. « Nous avons une quinzaine de pièces nouvelles (gobelets, tasses, cornets, couverts, etc.), il faut donc adapter les cuisines et l'organisation du travail », dit-il. Soit un poste à la plonge aux heures de pointe de midi et du soir. « Nous avons aussi mis une personne en salle pour expliquer le contexte aux clients et leur demander de ne pas jeter vaisselle et couverts à la poubelle... ni repartir avec. » Mais les habitudes ont la vie dure.

Dans les petites enseignes de restauration rapide rue Sainte-Catherine, les responsables de ces établissements familiaux n'ont pas, et de loin, la puissance d'adaptation d'une chaîne mondiale mais tous ceux que nous avons rencontrés se sentent responsables de l'empreinte écologique de leur activité. « Pour nos enfants »

Hedy Khorthani, le patron des Sables d'or, s'est débarrassé des contenants en plastique et n'utilise que du papier pour les plateaux et pour emballer les sandwiches. « Je sais que la loi ira de plus en plus dans ce sens mais c'est aussi une volonté de faire ma part des choses. J'écoute ma fille de 10 ans qui répète que pour la planète il faut moins de plastique, on lui dit à l'école. Alors moi, je veux faire ce que je peux pour laisser une nature plus propre à nos enfants. En plus, nos clients sont jeunes et cette génération est sensible à l'environnement, donc c'est important pour l'image du restaurant et les affaires. »

« Nos clients sont jeunes et cette génération est sensible à l'environnement »

Les frites et la sauce sont servies directement sur le papier du plateau. Seul bémol, le coût. Les



emballages papier ou carton coûtent plus cher que le plastique.

Chaque geste compte

Dans le même quartier, Bechir Msaddak et Rached Adouni ne servent plus les frites dans les barquettes en plastique. Chez O' Naan Food aussi, tout est fourni directement sur le papier du plateau. La nourriture qui y est proposée ne requiert pas de couvert.

« Certains me rétorquent que ce n'est pas en enlevant une barquette de frites qu'on va sauver la planète, moi je dis que si ! »

Les seuls contenants nécessaires sont (étaient) ceux pour les frites et pour la sauce. « Les clients ne sont pas encore habitués, certains s'offusquent du service mais nous leur expliquons que d'abord, le papier est neuf et propre, et que cette manière permet de réduire le volume de déchets, explique Bechir Msaddak. En plus, ça fait moins de déchets sur les tables, une baisse des coûts et les poubelles se remplissent moins vite. »

Il rapporte que tous ses clients ne sont pas forcément engagés dans la protection de l'environnement.

« Certains me rétorquent que ce n'est pas en enlevant une barquette de frites qu'on va sauver la planète, moi je dis que si ! Car chacun, à la place qu'il a, peut faire quelque chose et tous ces gestes donneront un résultat positif. »

Clientèle éduquée

Devant l'enseigne de Mohamed Jaaja, l'ambiance est encore plus « climato-sensible ». Son enseigne de nourriture d'origine libanaise, Le Falafel, attire une clientèle fidèle. « Nous proposons une cuisine végétarienne et végan donc nos clients sont sensibles au respect de la nature, au gaspillage, aux déchets, etc. » dit-il. Les falafels à emporter sont dans des boîtes en carton ou en aluminium réutilisables chez soi, les poches sont en papier kraft. « Avant, on faisait tout avec du plastique., c'était moins cher. C'est normal de s'adapter mais c'est coûteux et on ne répercute pas la hausse des coûts sur nos prix, donc on baisse notre marge. »

Yvan Mulhem, d'origine belge, est patron de la Barak'a frites. Chez lui, elles sont servies en cornet en carton et les autres plats dans des assiettes en porcelaine avec des couverts en inox, réutilisables donc. « On essaie de prendre de la vaisselle réutilisable mais, souvent, les clients la jettent lorsqu'ils voient leur plateau », regrette-t-il.

Chez Eat Salad, la vaisselle réutilisable est sur la table depuis le début, en 2013. « Le respect de la planète fait partie de nos convictions », affirme le Bordelais Antoine Barat, fondateur de l'enseigne. Donc la vaisselle est en céramique, les couverts en inox et le café est servi dans des tasses en verre. « Notre problème reste le vol de nos couverts avec le logo de la marque ». McDonald's rencontre le même souci. Le chemin de l'éducation est manifestement encore un peu long.



<https://media.sudouest.fr/13490867/1200x-1/sables-d-or.jpg>



<https://media.sudouest.fr/13490867/1000x500/sables-d-or.jpg?v=1672334561>



EAT SALAD continue son développement en franchise avec un nouvel établissement à La roche-sur-yon

EAT SALAD Votre salade sur mesure !

Restauration rapide de salades sur mesure

Publiée le 25/12/2022 14:00:00 Comment a démarré l'aventure **EAT SALAD** de Moryne Armand et Julien Duranteau ?

Moryne Armand et Julien Duranteau âgés 24 et 34 ans ont ouvert le 14 décembre 2022 à **La roche-sur-yon (Vendée)**, son restaurant sous l'enseigne **EAT SALAD**.

Pour vous aussi, la marque **EAT SALAD** sera votre alliée afin de réussir votre projet. L'enseigne assiste tout nouveau partenaire en le faisant profiter de conseils, portant sur le démarrage de l'affaire comme sur les bons moyens de communiquer avec le public. Pour apporter à son franchisé tous les atouts indispensables à la pratique de son métier, chaque réseau délivre une formation qui lui est propre. Les nouveaux collaborateurs d'**EAT SALAD** pourront ouvrir leur salad bar avec confiance et tranquillité.

Renseignements au sujet de la franchise **EAT SALAD**

La marque, créée en 2013, commence son développement en franchise en 2015. Son réseau comporte aujourd'hui près de 60 implantations. Si vous êtes tenté, vous pourrez, de la même manière, découvrir les opportunités de franchise qu'offre cette enseigne. Vous pourrez être mis en relation avec les partenaires du réseau pour vous épauler dans le montage de votre dossier.

Ouvrir son établissement à La roche-sur-yon

Cible consommateur, tissu socio-économique, population... Il est conseillé à tout porteur de projet de prendre en considération ces nombreuses informations pour assurer le succès de son restaurant dès son démarrage. À retenir sur La roche-sur-yon :

- 12.21% des Yonnais sont des 18-24 ans
- Les Yonnais ont à leur disposition 20 établissements d'enseignement secondaire
- Il existe 2 établissements d'enseignement supérieur à La roche-sur-yon
- 2 cinémas et un musée ponctuent l'activité culturelle de la grande ville
- 7 espaces verts égalaient la grande ville
- 468 entreprises du secondaire et 3.375 entreprises du tertiaire y sont situées

Si vous songez à ouvrir une franchise **EAT SALAD**, voilà ce qu'il faut noter

EAT SALAD souhaite développer son concept dans les villes de plus de 10.000 habitants. C'est donc ce type d'agglomération qu'il vous faut prioriser si vous songez à rejoindre la marque. Les qualifications telles qu'une expérience significative en management et une expérience solide en gestion économique et financière sont recherchées par ce réseau. Afin d'en savoir davantage sur les conditions d'accès au réseau **EAT SALAD**, allez voir sa fiche de présentation sur Toute la Franchise.

Asma Loueti, Franchise Commerce ©



EAT SALAD s'installe à La roche-sur-yon

EAT SALAD Votre salade sur mesure !

Restauration rapide de salades sur mesure

Publiée le 23/12/2022 09:00:00 Comment a démarré l'expérience **EAT SALAD** de Moryne Armand et Julien Duranteau ?

La marque **EAT SALAD** est maintenant présentée à **La roche-sur-yon (Vendée)** avec l'ouverture d'un nouvel établissement, le 14 décembre 2022, par **Moryne Armand et Julien Duranteau**, 24 et 34 ans.

L'animateur et la tête de réseau d' **EAT SALAD** l'ont accompagné dans l'élaboration de leur projet. Pour tout nouveau contrat de franchise, qu'il s'agisse de vous installer ou de vous faire connaître, les enseignes apportent leur aide. Si vous ne le saviez pas déjà, ayez bien en tête que chaque réseau dispense une formation initiale à ses nouveaux arrivants. Elle doit être suivie impérativement par le futur franchisé en amont de l'ouverture de son établissement, ce qui lui garantit des débuts plus sereins.

En savoir plus sur la franchise **EAT SALAD**

En 2015, on voit se développer les franchises **EAT SALAD** dans le secteur salad bar. La marque, quant à elle, a vu le jour en 2013. Cette inauguration ajoute un nouvel établissement à ses autres implantations. La première avait eu lieu il y a 9 ans et le réseau en compte désormais près de 60. Cette franchise offre toujours de belles opportunités. Il est possible de faire appel aux partenaires financiers du réseau pour vous aider dans votre quête de financement de vos droits d'entrée et de votre apport personnel.

Le choix de La roche-sur-yon pour investir le secteur salad bar

Comment être certain du succès de l'implantation de son restaurant ? Les critères à noter sont multiples (cible consommateur, tissu économique, démographie...), et essentiels si l'on veut atteindre cet objectif de réussite. Voici quelques données pour mieux comprendre La roche-sur-yon :

- Les 18-24 ans constituent 12.21% des résidents
- Nombre d'établissements d'enseignement secondaire : 20
- Nombre d'établissements d'enseignement supérieur : 2
- Sur le plan culturel, 2 cinémas et un musée sont en activité à La roche-sur-yon
- 7 espaces naturels embellissent la grande ville
- On comptabilise 3.375 entreprises du secteur tertiaire et 468 sociétés du secteur secondaire

Si vous songez à ouvrir une franchise **EAT SALAD**, voici ce qu'il faut savoir

EAT SALAD continue de se déployer en France dans des villes de plus de 10.000 habitants. Les prétendants à une franchise habitant dans ce genre de villes ont donc toutes leurs chances ! Les compétences telles qu'une expérience significative en gestion économique et financière ainsi qu'une bonne expérience en management sont demandées par ce réseau. Pour démarrer sereinement votre projet dans le secteur des salad bars, l'enseigne propose de rejoindre son réseau. Les conditions sont disponibles sur notre site, sur la fiche dédiée d' **EAT SALAD**.

Asma Loueti, Master Franchise ©



COMMERCE. Moryne et Julien ouvrent une enseigne Eat Salad zone nord

• **Lucile AKRICH**

Un nouveau restaurant de la franchise Eat Salad vient d'ouvrir zone nord, rue Ytzhak Rabin, dans le nouveau centre commercial juste à côté du magasin Biocoop. Présentation.

Moryne Armand, 24 ans et Julien Duranteau, 34 ans, ont ouvert cette semaine leur restaurant, zone nord, face au magasin Décathlon, à La Roche-sur-Yon. Après « **de grosses difficultés pour trouver un local** » à leur convenance, le couple a jeté son dévolu sur cette boutique de 400 m², trop grande pour eux, et n'en utilise que la moitié. « **On était exigeant sur l'emplacement, la visibilité. On savait qu'on voulait aller zone nord** », explique la jeune femme.

Pour ce jeune couple issu de la restauration traditionnelle, qui a déjà travaillé ensemble plusieurs fois, ouvrir sa propre affaire est apparu comme une évidence dès 2020, après le second confinement. « **On voulait se lancer, en ayant le support d'une franchise. Alors on a pris la liste des restaurants franchisés et on a choisi celui qui correspondait le mieux à nos valeurs d'alimentation saine et fraîche** », poursuit Moryne

Armand, qui a exercé comme serveuse dans différents restaurants yonnais.

Le restaurant rapide Eat Salade propose des salades sur-mesure à composer sur place par le client, mais aussi des plats chauds et des desserts. 45 places assises sont disponibles dans les spacieux locaux, ouvert de 11h à 22h.



le couple vient d'ouvrir son restaurant EatSalad dans la zone commerciale nord. DR

! Eat Salad, 34 avenue Ytzhak Rabin à La Roche-sur-Yon. ■



La Roche-sur-Yon : Moryne et Julien ouvrent une enseigne Eat Salad zone nord

Un nouveau restaurant de la franchise Eat Salad vient d'ouvrir zone nord, rue Ytzhak Rabin, dans le nouveau centre commercial juste à côté du magasin Biocoop.

Présentation.

Le Journal du Pays Yonnais

Le couple vient d'ouvrir son restaurant EatSalad dans la zone commerciale nord.

©Journal du Pays yonnais

Moryne Armand, 24 ans et Julien Duranteau, 34 ans, ont ouvert la semaine dernière leur restaurant Eat Salad, zone nord, face au magasin **Décathlon**, à **La Roche-sur-Yon**.

Après « de grosses difficultés pour trouver un local » à leur convenance, le couple a jeté son dévolu sur cette boutique de 400 m² trop grande pour eux, et n'en utilise que la moitié, a-t-il confié au Journal du Pays Yonnais.

« On était exigeant sur l'emplacement, la visibilité. On savait qu'on voulait aller zone nord », explique la jeune femme.

Pour ce jeune couple issu de la **restauration traditionnelle**, qui a déjà travaillé ensemble plusieurs fois, ouvrir sa propre affaire est apparu comme une évidence dès 2020, après le second confinement.

On voulait se lancer, en ayant le support d'une franchise. Alors on a pris la liste des restaurants franchisés et on a choisi celui qui correspondait le mieux à nos valeurs d'alimentation saine et fraîche.

Elle a exercé comme serveuse dans différents restaurants yonnais, lui comme cuisinier.

Le restaurant rapide Eat Salad propose des **salades sur-mesure** à composer sur place par le client, mais aussi des plats chauds et des desserts.

45 places assises sont disponibles dans les spacieux locaux, ouvert de 11h à 22h.

Vidéos : en ce moment sur Actu

Eat Salad, 34 avenue Ytzhak Rabin à La Roche-sur-Yon.

Cet article vous a été utile ? Sachez que vous pouvez suivre Le Journal du Pays Yonnais dans l'espace Mon Actu . En un clic, après inscription, vous y retrouverez toute l'actualité de vos villes et marques favorites.



Eat Salad continue son ancrage territorial dans l'ouest de la France



Asma Loueti

Publié le 17/12/2022 12:00

Franchise alimentaire, bio

C'est au tour des Pays de la Loire d'accueillir en cette fin d'année 2022 une **nouvelle franchise Eat Salad**.

EAT SALAD

Votre salade sur mesure !

Restauration rapide de salades sur mesure

Spécialisé dans la **restauration rapide de salades sur mesure**, le **réseau Eat Salad** vient d'inaugurer un nouveau restaurant à La Roche sur Yon. Il y accueillera tous les amateurs de salade et d'alimentation saine.

Un duo en parfait accord avec les valeurs **Eat Salad**

Sous la houlette de Moryne Armand (24 ans) et Julien Duranteau (34ans), la nouvelle franchise **Eat Salad** s'implante à La Roche sur Yon. Issus du domaine de la restauration, ils souhaitent se lancer dans une aventure entrepreneuriale ensemble. Grands sportifs et adeptes de la cuisine saine, leur choix du **réseau de franchises Eat Salad** s'est fait tout naturellement.

C'est en 2020 que le projet commence à voir le jour. Après un an et demi de course, ils ont inauguré leur **restaurant franchisé Eat Salad**.

Moryne Armand et Julien Duranteau sont désormais les 62e franchisés du réseau qui vise en 2023 trente nouvelles ouvertures.

La Tendance Healthy

C'est sous l'impulsion des deux frères Antoine et Joseph Barat que le **concept Eat Salad** a vu le jour en 2013. Ces deux passionnés de restauration et de bonne cuisine adressent leur offre à des clients soucieux de leur équilibre alimentaire.

Grâce à une large **gamme de produits frais et de qualité**, chacun peut composer sa propre salade à sa guise. La carte de l'enseigne a évolué pour proposer des plats chauds, desserts sur-mesure et même des recettes signature.

Le concept **Eat Salad** repose sur 4 axes principaux :

- **Plats personnalisés** : l'expérience du réseau lui permet d'adapter son offre à plusieurs goûts.
- **La santé avant tout** : même si le concept **Eat Salad** reprend les bases du fastfood, la qualité des produits est toujours au rendez-vous. La franchise procède à la traçabilité de tous ses ingrédients.
- **L'expérience culinaire** proposée par les restaurants **Eat Salad** sur place se doit d'être mémorable.
- **Vers le zéro déchet** : grâce à une gestion optimale de l'approvisionnement des produits. Tous les contenants utilisés, lavables, réutilisables et bien évidemment recyclables, respectent l'environnement.

Vous souhaitez vous positionner sur le marché de l'alimentation saine personnalisée et rejoindre un réseau qui répond aux tendances actuelles de restauration ? Découvrez la franchise **Eat Salad**.

Vous appréciez cet article? Notez-le.

Soyez le premier à noter



PARIS : Eat Salad , la restauration rapide saine, c'est possible !

09 Déc2022

Written by Floriane. Posted in A LA UNE, INFOS NATIONALES



Qualité nutritionnelle de plus en plus basse ou encore vaisselle jetable toujours polluante, les enseignes de restauration rapide ont indéniablement une mauvaise

image collective.

En effet, un seul repas dans une enseigne dite « de malbouffe » permet presque de remplir la jauge des besoins nutritionnels d'une journée selon une récente étude menée par l'association de consommateurs CLCV ... Sur la question environnementale, le secteur s'est désintéressé de la question de la vaisselle jetable. Il aura fallu attendre une décision gouvernementale prise dans le cadre de la loi anti-gaspillage en 2020 pour qu'il prenne conscience de ce problème persistant. Enfin, la précarité de l'emploi et le turn-over constant semblent être un prérequis de ces firmes de fast-food.

Autant de problèmes qui jettent une ombre sur un secteur bien plus nuancé et diversifié que l'inconscient collectif ne le laisse croire.

Pourtant il existe d'autres modèles performants de restauration rapide en France

Eat Salad : Un concept détonnant dans l'univers du fast food

Fondé par deux frères passionnés de restauration et de nutrition, **Eat Salad** est aujourd'hui un modèle vertueux de restauration rapide saine et sur-mesure.

En 2012 qu'Antoine Barat, alors étudiant aux Etats-Unis, est témoin de l'engouement spectaculaire, en plein cœur de Manhattan, d'une foule de Newyorkais réunie devant un salad bar. L'idée même du restaurant sur un continent américain, connu pour sa passion de la restauration rapide, séduit immédiatement Antoine. Un tel concept a plus que sa place sur le marché français et doit être reproduit !

Il contacte immédiatement son frère Joseph, alors professionnel de la restauration, pour lui proposer de créer ensemble un modèle inédit proche de la culture et des besoins français qui remettrait le plaisir de la table au centre de son expérience.

Les deux frères s'appuient alors sur 3 piliers :

- Un modèle de restauration rapide vertueux et transparent : Face aux dérives du secteur, les deux fondateurs d'**Eat Salad** sont conscients de l'importance de redorer l'image du secteur et de redonner confiance aux consommateurs. Ils sont notamment partisans de l'affichage des données nutritionnelles de tous leurs ingrédients et choisissent, dans la mesure du possible, de faire appel à des fournisseurs français, locaux et en circuit-court.
- Une écoute et des réponses aux préoccupations modernes : Face aux inquiétudes des Français, **Eat Salad** propose des solutions concrètes qui peuvent être appliquées à la totalité du secteur comme l'embauche en CDI de tous les employés. L'enseigne a même anticipé l'interdiction des couverts à usage unique en proposant des assiettes en céramique depuis 2013 (couverts en 2020)
- L'expérience de restauration 7 jours sur 7: Devant être la plus complète possible, elle se doit d'allier un environnement agréable et chaleureux, des plats sur-mesure pour correspondre aux souhaits de chacun, et bien sûr des ingrédients de qualité favorisant l'équilibre alimentaire pour répondre à tous les besoins nutritionnels

« De nos jours, la pause déjeuner est réduite en moyenne à 50 minutes. Un court instant dédié au plaisir de la table qui n'impose pas nécessaire de négliger la qualité nutritionnelle du contenu de son assiette » Antoine Barat, cofondateur de **Eat Salad**.

Passionné de nutrition et très attentif aux calories, Antoine Barat propose des recettes signatures dans lesquelles les différentes vertus des aliments viennent s'allier pour une assiette équilibrée, avec un apport nutritionnel optimal et un impact sur le corps et l'esprit non négligeable. L'enseigne s'appuie également sur une dizaine de sauces propriétaires aux recettes confidentielles pour séduire des consommateurs soucieux de leur santé ou simplement gourmands !

Sans oublier qu'elle permet à chacun de concevoir sa propre salade, son plat chaud et même son dessert à partir d'un large panel de produits sains. En effet, **Eat Salad** est le premier concept de restauration rapide à proposer des plats et desserts en accord avec toutes les saisons de l'année.

« Pour satisfaire au mieux une clientèle française plus exigeante en termes de cuisine que n'importe quelle autre nationalité notre concept permet à chacun de venir se restaurer tous les jours sans jamais ou presque déguster la même salade.

Nous nous sommes aperçus que les consommateurs français étaient particulièrement sensibles à la variété et à la liberté de composer leurs menus salade comme plats chauds en fonction de leurs envies, c'est pourquoi nous avons sourcé 11 bases possibles dont 5 variétés de salade, 23 protéines, 12 légumes...

Et pour pousser le concept à son paroxysme, nous sommes les seuls désormais à proposer le même modèle jusqu'au bout du repas avec des desserts sur mesure ! »

La Franchise : Modèle gagnant pour Eat Salad

C'est en 2013, qu'Antoine et Joseph alors âgés respectivement de 22 et 23 inaugurent leur premier restaurant dans la ville de Bordeaux, suivi rapidement d'un deuxième. Ils s'appuient sur ces deux modèles pour développer leur savoir-faire en termes de gestion de restauration avant de se tourner vers le modèle de la franchise. D'erreur en erreur, de succès en succès, ils ont pu éprouver la rentabilité et solidifier le modèle jusqu'à proposer, à ce jour, une soixantaine de restaurants en franchise dans la France entière. 30 ouvertures sont prévues en France et à l'étranger dans les mois à venir.

Après avoir longuement avancé de manière autodidacte, **Eat Salad** a été remarqué par le fondateur de l'Ecole Supérieure Nationale de la Franchise, Thierry Borde, grâce à sa philosophie dynamique du Gagnant/Gagnant. En effet, Antoine et Joseph Barat sont convaincus qu'avancer ensemble est plus bénéfique pour **Eat Salad** comme pour les franchisés.

Pour échanger sur :

- Le positionnement des deux frères vis-à-vis du secteur,
- Les ressorts et enjeux de la restauration rapide,
- Les valeurs de **Eat Salad**,
- L'histoire de la fondation de l'enseigne
- L'impact de l'Ecole Supérieure Nationale de la Franchise sur le fonctionnement de **Eat Salad**



Des astronautes font pousser des tomates dans l'espace



Après la Chine, dont les spationautes sont parvenus à faire éclore des plants de riz à bord de leur vaisseau fin août, c'est au tour des États-Unis d'agrandir leur ferme spatiale avec des tomates cerises. Objectif : limiter la dépendance des astronautes aux frets de réapprovisionnement et faciliter leurs voyages vers la Lune.

Après les premières feuilles de salade en 2016, les plants de chou en 2017 et les piments doux en 2021, voici venu le temps des « space-tomatoes ». L'équipage d'Expedition 68 qui habite actuellement la Station spatiale internationale (ISS) a reçu, le 27 novembre dernier, près de 3,5 tonnes de marchandises venues de la Terre, à bord du cargo Dragon CRS-26, parmi lesquelles des équipements, des friandises pour Thanksgiving, un kit de microscope médical mais aussi... des pousses de tomates cerises□!

Cette 26^e mission commerciale de réapprovisionnement (CRS) de SpaceX, qui transporte les outils et plants nécessaires à la pousse des premières tomates dans l'espace, a donné le coup d'envoi à la cinquième phase du projet d'agriculture spatial « Veggies » (officiellement nommé « Pick and Eat Salad Crop Productivity, Nutritional Value, and Acceptability »). Le 1^{er} décembre dernier, les membres de l'équipage de l'ISS ont commencé à cultiver des tomates de la variété « Red Robin » à l'intérieur de petits sacs appelés « coussins de plantes », explique la NASA dans un communiqué. « Les tomates vont être une excellente culture pour la Lune, a déclaré la scientifique Gioia Massa, membre du projet Life Sciences de la NASA. Elles sont très nutritives, vraiment délicieuses et nous pensons que les astronautes seront très enthousiastes à l'idée de les cultiver là-bas ».

Une vue avant le vol des tomates cerises "Red Robin" qui poussent au sein du système "Veggies" au Centre spatial Kennedy, basé au sol. © NASA/Gioia Massa
Objectif Mars : limiter la dépendance en réapprovisionnement

Les nutriments sont un élément clé du maintien d'une bonne santé dans l'espace. Mais

les produits frais sont rares à bord de l'ISS, comparativement aux repas préemballés que les astronautes mangent pendant leurs séjours de six mois en orbite terrestre basse. À l'inverse, la culture d'aliments frais pourrait améliorer le moral de l'équipage, selon les équipes de la NASA. Pour s'en assurer, l'agence spatiale américaine a demandé à ses astronautes de répondre à des questionnaires pour évaluer leur humeur lorsqu'ils prendront soin des plantes et interagiront avec elles.

Par ailleurs, la culture d'aliments in situ permettrait de réduire la dépendance des astronautes aux missions de fret spatial, peu fréquentes et très coûteuses. « Il est assez important pour nos objectifs d'exploration à la NASA d'être en mesure d'assurer la subsistance de l'équipage, non seulement sur le plan nutritionnel, mais aussi en examinant divers types de plantes comme sources de nutriments que nous aurions du mal à maintenir pendant les longs voyages entre des destinations lointaines comme Mars et ainsi de suite », a déclaré à CNN Kirt Costello, scientifique en chef du programme de l'ISS de la NASA.

Il faudra sans doute attendre encore plusieurs décennies avant que des fermes entières ne fleurissent dans l'espace. Mais, en attendant, les expériences Veggie faciliteront les prochaines missions habitées sur la Lune, dont la mission Artemis III, prévue pour 2024.



Dans la zone des Avenauds, les restos sont à l'agonie

Trois restaurants de la zone des Avenauds, à Gond-Pontouvre, ont fermé en quelques mois. Les autres, à l'exception de Buffalo Grill, sont en péril. Une situation qui contraste avec ceux des Montagnes.

Vincent NAËL

Le recrutement est devenu si difficile qu'on n'a plus qu'un cuisinier.

L'Agglo « ne peut rien faire »

Les élus du GrandAngoulême Michaël Laville, vice-président chargé de la promotion du territoire et maire de Champniers, Gérard Roy, vice-président chargé du développement économique, et Philippe Vergnaud, conseiller délégué au commerce, estiment que l'Agglo «

ne peut rien faire

» pour aider les restaurants de la zone des Avenauds. «

On a déjà fait des travaux pour faciliter leur accès. Mais on ne transformera pas la zone! », préviennent-ils.

Si ça

ne marche pas, c'est surtout de la faute des porteurs de projet. Il y a aussi des commerces qui tournent bien là-bas.

»

C'est l'arbre qui cache la forêt. À gauche du parking bondé de Buffalo Grill, il suffit de rouler une centaine de mètres pour trouver une réalité bien moins reluisante, celle des restos de la zone des Avenauds, à Gond-Pontouvre. Les grands locaux de King Long, avec deux tas de graviers pour bloquer les accès à ses

places de stationnement, et de La Pataterie sonnent creux. Un peu plus haut, les inscriptions sur la devanture de M Comme Méditerranée, placée en liquidation judiciaire le 24 novembre, n'ont, elles, pas encore été effacées. Trois fermetures brutales, intervenues en quelques mois seulement. Sur le chemin qui les relie, un seul restaurateur tient encore debout, L'Anfiteatro. Mais pour combien de temps? «

On essaye de survivre

», lâche l'un de ses employés, la tête basse. La gérante, Linda Silori, ne veut même plus donner son nombre de couverts. «

Depuis le début de la pandémie, on n'est pas du tout revenu à nos chiffres. Et là, avec l'inflation...

(silence)

On travaille.

»

À droite de la zone, l'ambiance est moins morose chez Léon de Bruxelles, mais la situation n'est pas plus rose pour autant. «

Depuis que j'ai repris la gestion, en février, la fréquentation est totalement aléatoire

, confie la patronne, Isabelle Dubois.

On fait des midis à six clients et d'autres à 33, c'est toutes les semaines comme ça. Le recrutement est devenu si difficile qu'on n'a plus

qu'un cuisinier. Parfois, c'est moi qui dois m'occuper des fourneaux, seule.

»

De quoi imaginer une fermeture à moyen terme? «

Par mois, on est à environ 600 couverts en moyenne, soit 30% de moins qu'en 2019. Et encore, pour s'adapter à l'inflation, on a dû changer de stratégie, en passant du poisson à la viande. Je ne sais pas ce qui va se passer pour la suite. Je vis au jour le jour

. »

Attablées dans son commerce, Nesrine, Sylvia et Nathalie continuent de venir «

par fidélité

». Elles pointent du doigt la croissance de la zone des

Montagnes : «

Burger King, KFC, Au Bureau, La Boucherie, Meuh!... Trop de restaurants s'y sont installés - sans oublier Hippopotamus qui va aussi arriver - et ils proposent plus ou moins la même chose. Alors les premiers à trinquer, ce sont ceux implantés ici, car enclavés et moins connus.

»

Juste en bas, Buffalo Grill a bien plus de visibilité. «

En bord de route, je suis le mieux situé des Avenauds!



, reconnaît son propriétaire, Éric Magnette.
Tout le monde connaît la marque, je suis là depuis 2002... Mes équipes servent 360 personnes par jour, en moyenne.

» Le commerçant est en passe de battre son chiffre d'affaires (CA) record de 2007, soit 2,3 millions d'euros. Somme qu'il n'a pas voulu confirmer.

«
Chez les grandes chaînes de restauration de la zone des Montagnes, il y a autant de zéros sur la feuille

, sourit Olivier Guennou, à la tête de Meuh!, petite enseigne, pour les viandards, située à quelques centaines de mètres de ces « machines de guerre

».

« Autour de nous, on a plein de grands magasins qui nous amènent du passage. Aux Avenauds, pour attirer du monde, il en faudrait au moins un.

»

Tout près, Laura Vieira, gérante d'Eat Salad, abonde : «

Notre franchise n'étant pas assez connue

(une cinquantaine de points de vente en France)

, il était inconcevable de s'installer là-bas. C'est trop enclavé et tout le monde va aux Montagnes. Résultat, on atteint nos objectifs.

» Elle n'a pas voulu en dire plus, mais d'après nos informations, son CA dépassera les 800.000 euros en 2022.

Les clients ont les mêmes critiques envers les Avenauds. «

Comme il n'y a quasiment plus rien là-bas pour faire du shopping, je vais dans la zone des Montagnes, explique Corinne, 59 ans.

Forcément, j'y reste pour manger.

» Andréa Bouron, 26 printemps, et son père, 58, concluent : «

C'est pratique et pas cher, alors pourquoi aller s'enfoncer dans la zone des Avenauds? Elle est tellement mal placée que vous venez de nous apprendre qu'un Léon de Bruxelles se trouvait là-bas. » Ça fait huit ans qu'il y est...

Il n'y a quasiment rien là-bas pour faire du shopping, alors je vais aux Montagnes. ■

La fédération Shop in Dijon prépare des animations pour Noël

A l'occasion des fêtes de Noël, Shop in Dijon, la fédération des commerçants et artisans dijonnais, en collaboration avec ses adhérents et partenaires, proposera des animations en centre-ville.

28 novembre 2022 à 12h00 par la rédaction

Shop in Dijon prépare des animations pour Noël

Crédit: Photo d'illustration K6FM

Calendrier de l'avent des commerçants et artisans dijonnais :

Dès lors, du 1er au 24 décembre, un calendrier de l'avent 100% digital est proposé : plus de 1200€ de lots sont à gagner. Le principe ? Un lot par jour à découvrir le jour J offert généreusement par un commerçant/artisan dijonnais à remporter. Un gagnant par jour, soit 24 gagnants. Chacun est invité à participer via le site www.shop-in-dijon.fr, les pages Facebook et Instagram de Shop In Dijon ou via celles des boutiques participantes.

Commerces participants :

L'ALSACIEN (3 rue Mably), ALAIN AFFLELOU (29 rue de la Liberté), BIJOUTERIE LA GALERIE DU MARCHÉ (11 rue Musette), BOSSUET OPTIQUE (19 place Bossuet), BRASSERIE PETITDEMANGE (Halles de Dijon), BYMYCAR (2 Rue des Ruchottes, 21121 Ahuy), CAMARA (24 rue Bossuet), CARROUSEL DU BAREUZAI (Place François Rude), COMPTOIR DU JAPON (13 rue Musette), CYBERSPACE (46 rue Monge), DAMART (12 rue du Chapeau Rouge), FABRICE GILLOTTE (21 rue du Bourg), JAD BOUTIQUE (79 rue de la Liberté), JOTT (84 rue du Bourg), KRAFT (36 rue Piron), LA CHINEUSE (13 rue Daubenton), L'EPICERIE ET COMPAGNIE (5 place Emile Zola), LES BERTHOM (32 rue Monge), LIBRAIRIE GRANGIER (14 rue du château), MAG OPTIC (45 rue du Bourg), OPTIC THE STORE (46 rue des Godrans), PARFUMS VIREVOLTE (56 rue Berbisey), TERRE DE LUNE (36 rue Amiral Roussin), Shop In Dijon (6 bis place Grangier).

Infos pratiques : Participation gratuite et en ligne / Un gagnant par jour, tirage quotidien / Une participation par jour et par personne maximum / Règlement du jeu sur le site www.shop-in-dijon.fr

Hottes de Noël

A l'instar des paniers d'été offerts au moins de juin dernier, Shop In Dijon met en place un jeu concours pour remporter des hottes de Noël surprises constituées de produits et autres cadeaux offerts par les commerçants et artisans dijonnais adhérents d'une valeur totale de plus de 900€. Le principe : du 12 au 18 décembre, pour tout achat d'un montant minimum de 15€, le commerçant participant délivre un bon à compléter et à déposer au sein de l'agence Shop In Dijon. A gagner : 1 hotte spéciale femme / 1 hotte pour homme / 1 hotte enfant fille et 1 enfant garçon. De quoi faire plusieurs heureux.

Commerces participants :

ALAIN AFFLELOU (29 rue de la Liberté), ANN MODE (33 rue d'Auxonne), BOSSUET OPTIQUE (19 place Bossuet), BRASSERIE PETITDEMANGE – LES BIERES DU FOURNIL (Halles de Dijon), CARROUSEL DU BAREUZAI (Place François Rude), CHAUSSURES CLYDE (83 rue de la Liberté), COMPTOIR DU JAPON (13 rue Musette), CYBERSPACE21 (46 rue Monge), DAMART (12 rue du Chapeau Rouge), **EAT SALAD**



URL :<http://k6fm.com/>

PAYS :France

TYPE :Web Régional et Local

► 29 novembre 2022 - 07:38

> [Version en ligne](#)

(5 rue du Château) LA CHINEUSE (13 rue Daubenton), JAD (79 rue de la Liberté), JOTT (84 rue du Bourg), KRAFT (36 rue Piron), L' EPICERIE ET COMPAGNIE (5 place Emile Zola), LES BERTHOM (32 rue Monge), LIBRAIRIE GRANGIER (14 rue du château), MAD VINTAGE (14 rue de la Liberté), MAG'OPTIC (45 rue du Bourg), OPTICIEN THE STORE (46 rue des Godrans), TERRE DE LUNE (36 rue Amiral Roussin), SHOP IN DIJON (6 Bis place Grangier).

Infos pratiques : Participation sous condition d'achat (15€ minimum) dans le commerce participant / Un gagnant par hotte (soit 4 gagnants) : choix de la hotte à gagner sur le bon / Une participation par personne maximum avec preuve d'achat au moment du dépôt du ticket / Règlement du jeu sur le site www.shop-in-dijon.fr

Faciliter l'accès au centre-ville / Opération stationnement et transports en commun

Incontournable dans les commerces dijonnais, l'opération « J'ai le ticket avec mon commerçant » mis en place par Shop In Dijon, la Ville de Dijon et Divia Mobilités, sera reconduite pendant le mois de décembre, sur la période du jeudi 1er décembre au vendredi 23 décembre, uniquement du lundi au vendredi et sur les horaires d'ouverture de l'agence Shop In Dijon. Un ticket parking 2h offertes ou un ticket bus/tram offert pour tout achat d'un montant minimum de 15€ dans un commerce du centre-ville. Cette opération est financée par la Ville de Dijon, Divia Mobilités et Shop in Dijon.

Infos pratiques : Opération valable du jeudi 1er décembre au vendredi 23 décembre / Ticket offert uniquement du lundi au vendredi et sur les horaires d'ouverture de l'agence Shop In Dijon / un ticket parking 2h offertes ou 1 ticket bus/tram offert sur présentation d'une preuve d'achat dans un commerce de centre-ville d'un montant minimum de 15€ / un ticket par jour et par personne.

NOËL : Les animations de Shop in Dijon

26/11/2022 17:21

924 lectures

[IMPRIMER L'ARTICLE](#)

Alors que le marché de Noël a ouvert ce samedi 26 novembre, les commerçants et artisans dijonnais proposent notamment un jeu concours pour gagner des hottes de Noël surprises.

Animations de Noël - Quand les commerçants et artisans dijonnais revêtent leur tenue de fêtes

Qui dit mois de décembre dit fêtes de fin d'année.

A cette occasion, Shop In Dijon, la Fédération des Commerçants et Artisans Dijonnais, en collaboration avec ses commerçants, artisans adhérents et ses partenaires, propose de nombreuses animations afin de rendre le Noël de chacun un peu plus féérique.

Calendrier de l'avent des commerçants et artisans dijonnais

Dès lors, du 1er au 24 décembre, un calendrier de l'avent 100% digital est proposé : plus de 1200€ de lots sont à gagner. Le principe ? Un lot par jour à découvrir le jour J offert généreusement par un commerçant/artisan dijonnais à remporter.

Un gagnant par jour, soit 24 gagnants !

Chacun est invité à participer via le site www.shop-in-dijon.fr, les pages Facebook et Instagram de Shop In Dijon ou via celles des boutiques participantes.

Commerces participants :

L'ALSACIEN (3 rue Mably), ALAIN AFFLELOU (29 rue de la Liberté), BIJOUTERIE LA GALERIE DU MARCHÉ (11 rue Musette), BOSSUET OPTIQUE (19 place Bossuet), BRASSERIE PETITDEMANGE (Halles de Dijon), BYMYCAR (2 Rue des Ruchottes, 21121 Ahuy), CAMARA (24 rue Bossuet), CARROUSEL DU BAREUZAI (Place François Rude), COMPTOIR DU JAPON (13 rue Musette), CYBERSPACE (46 rue Monge), DAMART (12 rue du Chapeau Rouge), FABRICE GILLOTTE (21 rue du Bourg), JAD BOUTIQUE (79 rue de la Liberté), JOTT (84 rue du Bourg), KRAFT (36 rue Piron), LA CHINEUSE (13 rue Daubenton), L'EPICERIE ET COMPAGNIE (5 place Emile Zola), LES BERTHOM (32 rue Monge), LIBRAIRIE GRANGIER (14 rue du château), MAG OPTIC (45 rue du Bourg), OPTIC THE STORE (46 rue des Godrans), PARFUMS VIREVOLTE (56 rue Berbisey), TERRE DE LUNE (36 rue Amiral Roussin), Shop In Dijon (6 bis place Grangier).

Infos pratiques

- Participation gratuite et en ligne
- Un gagnant par jour / tirage quotidien
- Une participation par jour et par personne maximum
- Règlement du jeu sur le site www.shop-in-dijon.fr

Hottes de Noël

A l'instar des paniers d'été offerts au moins de juin dernier, Shop In Dijon met en place un jeu concours pour remporter des hottes de Noël surprises constituées de produits et autres cadeaux offerts par les commerçants et artisans dijonnais adhérents d'une valeur totale de plus de 900€. Le principe : du 12 au 18 décembre, pour tout achat d'un montant minimum de 15€, le commerçant participant délivre un bon à compléter et à déposer au sein de l'agence Shop In Dijon. A gagner : 1 hotte spéciale femme / 1 hotte pour homme / 1 hotte enfant fille et 1 enfant garçon. De quoi faire plusieurs heureux !

Commerces participants :

ALAIN AFFLELOU (29 rue de la Liberté), ANN MODE (33 rue d'Auxonne), BOSSUET OPTIQUE (19 place Bossuet), BRASSERIE PETITDEMANGE - LES BIERES DU FOURNIL (Halles de Dijon), CARROUSEL DU BAREUZAI (Place François Rude), CHAUSSURES CLYDE (83 rue de la Liberté), COMPTOIR DU JAPON (13 rue Musette), CYBERSPACE21 (46 rue Monge), DAMART (12 rue du Chapeau Rouge), **EAT SALAD** (5 rue du Château) LA CHINEUSE (13 rue Daubenton), JAD (79 rue de la Liberté), JOTT (84 rue du Bourg), KRAFT (36 rue Piron), L' EPICERIE ET COMPAGNIE (5 place Emile Zola), LES BERTHOM (32 rue Monge), LIBRAIRIE GRANGIER (14 rue du château), MAD VINTAGE (14 rue de la Liberté), MAG'OPTIC (45 rue du Bourg), OPTICIEN THE STORE (46 rue des Godrans), TERRE DE LUNE (36 rue Amiral Roussin), SHOP IN DIJON (6 Bis place Grangier).

Infos pratiques

- Participation sous condition d'achat (15€ minimum) dans le commerce participant
- Un gagnant par hotte (soit 4 gagnants) : choix de la hotte à gagner sur le bon
- Une participation par personne maximum avec preuve d'achat au moment du dépôt du ticket
- Règlement du jeu sur le site www.shop-in-dijon.fr

Faciliter l'accès au centre-ville / Opération stationnement et transports en commun

Incontournable dans les commerces dijonnais, l'opération « J'ai le ticket avec mon commerçant » mis en place par Shop In Dijon, la Ville de Dijon et Divia Mobilités, sera reconduite pendant le mois de décembre, sur la période du jeudi 1er décembre au vendredi 23 décembre, uniquement du lundi au vendredi et sur les horaires d'ouverture de l'agence Shop In Dijon.

Un ticket parking 2h offertes ou un ticket bus/tram offert pour tout achat d'un montant minimum de 15€ dans un commerce du centre-ville. Cette opération est financée par la Ville de Dijon, Divia Mobilités et Shop in Dijon.

Infos pratiques

- Opération valable du jeudi 1er décembre au vendredi 23 décembre
- Ticket offert uniquement du lundi au vendredi et sur les horaires d'ouverture de l'agence Shop In Dijon
- 1 ticket parking 2h offertes ou 1 ticket bus/tram offert sur présentation d'une preuve d'achat dans un commerce de centre-ville d'un montant minimum de 15€
- 1 ticket par jour et par personne

Communiqué