

Rutabaga décomplexe le terroir français

jeudi 13 janvier 2011 17:05 – L'hôtellerie restauration

Paris (75) Axé sur les produits régionaux, l'endroit se veut convivial et plein de drôlerie, grâce à une décoration imaginative et un appareil à clafoutis décliné à toutes les sauces.



Nos clients n'ont pas l'habitude de manger des clafoutis salés, et sont parfois surpris par les différents saveurs que nous déclinons", raconte Antoine Bresson, créateur du concept Rutabaga.



La façade Rutabaga reprend les codes couleur traditionnels du néobistrot – rouge et bleu.



Typiquement français : un cadre convivial et chaleureux.

"Le rutabaga est un légume oublié qui n'a pas toujours eu bonne presse : on le voyait comme quelque chose de ringard. J'ai donc souhaité apporter un élan de jeunesse à ce produit", raconte **Antoine Bresson**, créateur du concept. Diplômé de l'école supérieure de commerce de Rouen, il pilote depuis 2008 les activités 'grande distribution' du groupe Bresson à travers sa holding Vertex Investment. Après un an et demi de réflexion, son projet a nécessité quatre mois de travaux et 350 000 € d'investissements.

"Par mon travail, je suis déjà en contact avec des producteurs-fournisseurs et je connais bien la qualité de leurs produits. À travers cette enseigne de restauration rapide, j'ai voulu regrouper les meilleurs produits de nos régions." D'une superficie de 128 m², l'établissement dispose de 50 places assises. L'ambiance ? Une atmosphère chaleureuse et conviviale, dans un décor typique terroir français (tables avec pochoirs, banquettes, chaises bistrot colorées, lumière tamisée). Rutabaga reprend les codes couleurs traditionnels du néobistrot – rouge et bleu avec des dessins humoristiques sur la façade. Cinq employés polyvalents travaillent à temps plein - chacun prépare la mise en place et les plats le matin, et tous sont au service le midi.

S'inspirer de la richesse du terroir français

La clientèle découvre en entrant les produits bruts, tels que les différentes charcuteries suspendues dans une vitrine, les fromages AOC... La spécialité : le Clafoubaga et diverses recettes réalisées à partir d'un appareil à clafoutis. *"Nos clients n'ont pas l'habitude de manger des clafoutis salés, et sont parfois surpris par les différentes saveurs que nous déclinons"* ajoute l'entrepreneur de 34 ans. En accord avec le concept, Antoine Bresson et **Vincent Vibrac**, consultant en management de l'intelligence de l'offre, ont choisi des noms drôles et intrigants. Au menu : des salades (Adèle Top Model, Fernande la Gourmande, Martine à la mer...), des sandwiches (Le Grand Jules, Marius à la mer...), des plats chauds (Clafoubaga Montbéliard, Grenaillettes chaudes ou froides, Croc Marius...), des soupes, des desserts (P'tit Claf poire réglisse,...). *"Les fournisseurs sont choisis avec soin : nous travaillons avec la Laiterie du Forez, la Maison Pujol, la confiserie du Roi René, et d'autres producteurs très intéressants"*, précise Antoine Bresson.

Côté boissons, on retrouve des vins de propriété et des vins bio (3,50 € le verre), bières artisanales, nectars de fruits élaborés à partir de produits régionaux, eaux Châteldon. Un renouvellement régulier est proposé en fonction des saisons. Avec un ticket moyen autour de 9 €, la clientèle peut consommer sur place ou à emporter tout au long de la journée (8 h à 17 h en hiver ; 8 h à 21 h en été).

Dupliquer le concept

Actuellement, le concept Rutabaga plaît à une clientèle plutôt féminine. *"Nous pensions le contraire. Nous avons également été surpris de voir que 70 % de nos clients mangent sur place contre 30 % à emporter. Là aussi nous pensions faire l'inverse"* déclare Antoine Bresson. Une prochaine ouverture ? *"Nous avons l'emplacement, le deuxième concept Rutabaga se situera rue du commandant Rivière dans le VII^e arrondissement."* Prévu pour le premier semestre 2011, ce deuxième lieu s'adressera à une clientèle au pouvoir d'achat plus élevé. Avant de se déployer à plus grande échelle, Antoine Bresson préfère confirmer la réussite du concept. *"Au-delà, je souhaiterais que l'on se développe en propre, en étant ouvert à la master franchise, puis implanter l'enseigne à l'international"*, avance le jeune entrepreneur.

Hélène Binet

Rutabaga
16, rue des Petits champs
75002 Paris
www.chez-rutabaga.fr
Tél. : 01 47 03 38 32