



# Vivre & Savourer l'envie de bien-être

Manger bon, manger mieux, manger bien est une demande croissante des consommateurs français qui se traduit par une attention particulière autour des repas. Cette évolution concerne aussi la restauration rapide ; c'est sur cette constatation et autour d'une approche bien pensée que s'est positionné Vivre & Savourer comme nous l'explique son fondateur Christophe Solleret.

## S&F : Comment faire cohabiter une image de fast-food avec une alimentation saine ?

C.S. : C'est toute la dimension de notre enseigne. Vivre & Savourer reste avant tout une offre de restauration rapide à la française mais qui possède une dimension bien-être. Nous l'avons construite de manière claire dès 1997 lors de réflexions menées autour d'une constatation simple qui nous avait conduit à mettre en évidence qu'il manquait en restauration moderne une réponse aux aspirations des consommateurs en termes de restauration équilibrée.

Les habitudes des Français ont évolué. Manger bien est un des facteurs essentiels au bien-être et à l'entretien d'un capital santé et humain nécessaires dans la société actuelle. La restauration rapide peut tout à fait adapter ses offres.

La clé d'entrée de l'enseigne, dont la première unité date de 1999 dans le quartier de Saint Lazare à Paris, reste la naturalité et la fraîcheur, d'où la notion de Restaurant Nature & Café bien-être. Notre cible de clientèle est donc particulièrement importante et large, ne se réduisant pas à une cible socio-professionnelle précise et centrée sur Paris. Si nous sommes peut-être apparus comme des extra-terrestres en 1999, je dois dire dix ans après que nous

avons su anticiper les demandes et décliner des offres adaptées sur un ticket moyen avoisinant 7 € à 7,5 €.



## S&F : Vivre & Savourer capitalise réellement autour de l'image de fraîcheur ? N'y a-t-il pas une déclinaison marketing qui fait tendance ?

C.S. : Au contraire cela fait partie de l'ADN de la marque et de l'enseigne. Je dirais même que c'est inscrit dans les gènes de notre famille car depuis le 19<sup>ème</sup> siècle celle-ci est étroitement liée par son histoire à la production maraîchère et arboricole. Sans faire de jeux de mots sur les légumes et leurs bienfaits, nous les cultivons et les connaissons depuis des décennies. C'est aussi une force car aujourd'hui nous sommes à même de proposer fraîcheur & naturalité allant du producteur au consommateur et nous ne trichons pas avec l'ensemble des produits travaillés. Nos sandwiches déclinent des propositions gourmandes autour de 300 Kcal, les viennoiseries par exemple ne détiennent que 23% de matière grasse, nos desserts comme les produits lactés sont de 0% à 20% de M.G. et allient

légèreté et gourmandise.

Au delà d'une logique d'argumentation et de proposition commerciale, notre clientèle sait que l'enseigne entend apporter des solutions de restauration équilibrée. Nous avons collaboré avec une diététicienne partenaire de Vivre & Savourer afin que nos équipiers et notre personnel soient à même de conseiller et orienter nos clients autour d'une dégustation d'un repas équilibré et sain sans toutefois délaisser la notion de plaisir et de gourmandise : une salade, un sandwich ou un plat cuisiné associés à nos boissons ou desserts rentrent dans cette optique avec une présence de fruits et légumes quotidienne.

### **Vivre & Savourer**

Restauration rapide à la française  
Positionnement sur la naturalité et la fraîcheur autour des fruits et légumes

**Ticket moyen : 7/7,5 €**

**Clientèle H/F : 50%H/50%F**

L'autre point fort de Vivre & Savourer reste l'offre boissons et jus de fruits/nectars frais que nous avons su proposer dès l'ouverture du concept. Nous avons de fait

anticipé l'ensemble des recommandations des pouvoirs publics quant à la nécessité de consommer quotidiennement des fruits et des légumes. Nous déclinons ces offres qui rencontrent un réel intérêt de la part de la clientèle regroupant une population tant féminine que masculine. Avec le recul dont nous disposons, nous constatons que Vivre & Savourer dispose d'une attractivité forte tant sur les gammes de restauration proposées mais aussi par l'accueil, la convivialité des unités et leur agencement. Cette logique de naturalité par les fruits et légumes va encore connaître des évolutions et venir prochainement enrichir nos offres produits... la nature est riche et nous savons exploiter ses bienfaits.

### **S&F : Vous avez de plus développé la franchise. Quelles sont vos ambitions en termes de déploiement ?**

C.S. : Nous avons souhaité dans un premier temps tester et normer le concept au sein d'unités en propre, afin de l'adapter et le préparer pour lui donner les meilleures chances d'un développement via la franchise. Le concept a fait aujourd'hui ses preuves en province comme à Paris sur des zones à fort trafic et au contact d'autres grandes enseignes, ce qui nous positionne comme un réel challenger. Nous visons des emplacements entre 80 et 150 m<sup>2</sup> avec un apport concret en termes d'expérience et d'aide au franchisé. Notre développement par la franchise nous permet aujourd'hui d'être présents à Nantes, Lille, Amiens et dernièrement à Nice en plus d'une présence en propre sur Paris Saint-Lazare, Rosny, Saint Quentin. De nouvelles ouvertures sont en préparation nous situant sur le marché de la restauration rapide sur Tours, Villeneuve d'Ascq ou encore Strasbourg. L'enseigne, comme vous le constatez dispose d'une vraie logique de développement à moyen terme avec un positionnement que je crois unique et profitable sur le marché français.