

UNE ENSEIGNE DE "FAST GOOD" MADE IN RÉUNION

"LA PHRASE MAGIQUE, C'EST 100% FAIT MAISON"

Parmi les nouvelles enseignes dionysiennes identifiées snacking, Just Good a ouvert ses portes le 4 février dernier dans le quartier cathédrale. Derrière la devanture moderne et "fresh", trois associés s'activent pour que l'affaire tourne. Thomas Ouvrard et Patrice Godino, forts d'une expérience de plus de 10 ans dans la restauration, ont suivi Robby Sainson dans ce challenge. Création locale, la société Just Good mise sur des burgers, wraps et salades "home-made" et l'utilisation de produits locaux et frais à un tarif attractif. Après 9 mois d'activité, Just Good se porte bien et réfléchit à de nouvelles implantations et à un déploiement en franchise.

Pour cet ancien directeur régional d'un laboratoire pharmaceutique, Just Good était un sacré défi, à plusieurs titres. D'abord, parce qu'il avait toujours été salarié et deuxièmement parce qu'il touchait à un secteur totalement inconnu pour lui : la restauration. "Lors de mes voyages en Afrique du Sud, en Australie ou encore en Angleterre, j'ai eu l'occasion de voir l'évolution du marché du snacking. Et parallèlement, j'ai toujours eu une appétence pour la gastronomie, je suis un gourmand", confie Robby Sainson, le gérant de Just Good. En 2011, son employeur ferme son antenne locale, ce qui lui donne l'occasion de reprendre des études de management et de gestion opérationnelle. Il consacre son mémoire à ce projet de création, réalisant des enquêtes auprès du public, des études de marché...

"De ces 450 questionnaires ressortaient une vraie demande de nouveauté et de qualité dans le secteur de la restauration rapide. Mais ce projet ne serait rester qu'un projet si je n'avais pas rencontré mes futurs associés à ce moment-là", explique-t-il. Néophyte dans le domaine de la cuisine, il cherche à bien s'entourer. Via des amis communs, il rencontre Patrice, chef cuisinier à l'Eskobar et Thomas, responsable restauration et bar au Coco Beach.

"Quand j'ai parlé de mon projet, ils m'ont soutenu et se sont engagés avec moi. Nos compétences complémentaires nous ont donné plus de crédibilité devant les financeurs", raconte-t-il. Le principe de Just Good : privilégier les denrées locales comme le poulet et le poisson dans des mets cuisinés et axés restauration rapide "saine". Pour 300 000 euros d'investissement, Just Good s'installe en plein coeur de Saint-Denis dans un local entièrement rénové. "Nous cherchions un emplacement en centre-ville, car notre cible, c'est une clientèle urbaine, active et qui a besoin de manger rapidement sans lésiner sur la qualité", explique-t-il. Le restaurant a su rapidement fidéliser sa clientèle régulière, comptant aujourd'hui



Avec un burger maison à 6 euros et une formule à 10 euros, l'enseigne propose des tarifs correspondant au ticket moyen des consommateurs français de snacking s'élevant à 6,34 euros. Robby Sainson et Thomas Ouvrard sont tous les deux associés dans cette aventure. © Photo Pierre Marchal

près de 400 personnes. "Au fil des mois, la clientèle a tendance à se rajeunir, comme si les adultes avaient converti leurs enfants", analyse Robby Sainson.

La clientèle indo-musulmane séduite

Désireuse de mettre à la carte un maximum de produits locaux, l'enseigne a fait le pari - de ne pas proposer de boeuf et de porc. Les burgers, plats stars de l'enseigne, sont composés de poulet, de poisson ou uniquement de légumes. "Finalement, très peu de personnes réclament du boeuf et notre gamme plaît particulièrement à la clientèle indo-musulmane. Dès le début, nous avons constaté une forte demande sur le végétarien, nous avons donc créé le Veg Burger et d'autres plats sans viande ni poisson", précise-t-il.

Le menu de Just Good reflète également l'expérience à l'internationale des cuisiniers avec des saveurs hispano-américaines, de Méditerranée ou encore d'Inde, saupoudrées de parfums péi comme le massalé, le curcuma ou le gingembre. Selon la pêche du jour, le poisson au menu peut être du

thon, de l'espadon, du lancier ou de la carangue. L'inspiration britannique a donné naissance à un fish and chips de poissons péi. Au départ, l'équipe a été confrontée à des difficultés d'approvisionnement sur les matières premières issues de la production locale, notamment sur le poulet, mais aujourd'hui, le circuit des fournisseurs est bien rodé. La force de l'enseigne est de proposer des burgers et autres plats fait maison avec un ticket moyen à 10 euros. Les sauces sont confectionnées

" Nous réfléchissons à travailler davantage sur les plats à "emporter", le développement de la livraison à domicile pourrait être un très bon moyen de booster notre chiffre d'affaires sur le soir... "

dans les cuisines, le pain est fabriqué sur place et les frites sont de vraies pommes de terre - binch ou péi- préparées pour croustiller. "La phrase magique pour les clients, c'est 100% fait maison", précise le gérant.

En pariant sur un snacking sain et home-made, Just Good est pile dans la tendance de consommation actuelle exigeant de la qualité à un prix abordable. "Notre nom revendique notre ascendance à la famille des fast-food, mais nous sommes

davantage dans la mouvance plus récente du fast-good, consistant à appliquer les techniques du fast-food pour l'accueil, la présentation, mais les techniques de la restauration traditionnelle pour la production et le goût avec un vrai travail de transformation des produits", ajoute-t-il. Encore jeune, l'entreprise planche déjà sur son avenir. Si la formule fonctionne très bien le midi, l'ouverture en soirée est moins rentable. "Nous réfléchissons à travailler davantage sur les plats à "emporter", le

développement de la livraison à domicile pourrait être un très bon moyen de booster notre chiffre d'affaires sur le soir", précise Robby Sainson. Autre perspective : l'implantation sur les autres micro-régions, "aux quatre points

cardinaux de l'île" et pourquoi pas un développement en micro-franchise par la suite. "Notre stratégie de développement est double, à la fois avec des magasins en propre, puis dans un second temps en s'appuyant sur le réseau déjà existant de toutes les petites structures existantes via une franchise. Pour cela, il nous faudrait un labo de production pour garder la main sur la qualité. Par la suite, je pense aussi aux autres îles comme Maurice ou Mayotte", détaille le gérant.