

90 INGRÉDIENTS AU CHOIX

LA NATURE PÉI AU COMPTOIR



En assistant au succès des bars à salades parisiens, Olivier Ho-Pun-Cheung (2^{ème} à gauche) a eu l'idée d'en lancer un à La Réunion, en mettant à l'honneur l'identité créole via des produits du terroir réunionnais. © Photo Pierre Marchal

Après avoir travaillé sept ans en Chine et en Europe dans le commerce international et le marketing mobile, Olivier Ho-Pun-Cheung est revenu à La Réunion dans l'optique de monter un bar à salades urbain, proposant une nourriture plus saine et équilibrée, sans en devenir insipide. Pâtes, quiches maison, jus de fruits frais et smoothies sont aussi au menu. À la carte de son enseigne Comptoir nature en plein coeur de Saint-Denis, le Réunionnais s'est amusé à varier les recettes et les plaisirs en revisitant les saveurs "classiques" de la cuisine créole. Confiant pour l'avenir, le gérant cherche des emplacements dans les autres micro-régions et vient de lancer la livraison au bureau.

En Europe et en Asie, Olivier Ho-Pun-Cheung a travaillé pour des multinationales comme pour des petites et moyennes entreprises. Au service commercial, du marketing, des achats, le Réunionnais a eu l'occasion de toucher à toutes les branches commerciales pour des enseignes de taille internationale comme Carrefour, Toshiba ou encore Bosh. Animé par l'esprit entrepreneurial, il a même monté une entreprise de marketing mobile en Chine, avant de revenir en Métropole en 2009. À 34 ans, il se définit comme "un bébé du mode de travail anglo-saxon". "J'ai sans cesse besoin de défis et en France, on reste trop cantonné à un poste. En Angleterre, on peut évoluer mais pas aussi rapidement que ma propre envie d'évoluer", confie-t-il. Ses allers-retours Métropole-Réunion vont lui donner l'idée d'un nouveau business. "À ce moment-là à Paris, j'assistais à l'explosion des bars à salades, les gens faisaient la queue sur les trottoirs dans le froid pour avoir leur salade, j'ai halluciné de ce succès! À La Réunion, je voyais bien qu'il y avait un décalage, un certain retard dans ce domaine", se souvient-il.

Bien manger, mais vite : la problématique des actifs urbains peut se résumer ainsi. Ciblant cette clientèle pressée, l'entrepreneur estime alors qu'un vrai potentiel existe pour un bar à salades moderne et axé sur une nourriture plus saine. Spectateur de l'engouement parisien pour ce type de boutiques, il considère qu'il y a un créneau à prendre sur son île natale. "Avec les problèmes de surpoids, d'obésité et de diabète répandus ici, je me suis dit que ce type de restauration pouvait intéresser les Réunionnais. Car

même s'ils sont très attachés à leur camion-bar, parce que c'est leur culture, ils sont attirés par la nouveauté et le bouche-à-oreille fonctionne très bien", analyse-t-il.

Réinventer les saveurs péi

Grâce à un investissement de plus de 150 000 euros, il ouvre en janvier dernier à Saint-Denis le premier Comptoir Nature. Une décoration sobre et moderne habille ce nouveau venu de la restauration rapide. "L'objectif est que l'on puisse manger un repas zéro calories sans viande, sans fromage, mais sans oublier la notion de plaisir, le but est de trouver un juste équilibre entre apport calorique et gourmandise en privilégiant des produits frais" : voici pour la ligne directrice. Pour séduire la clientèle réunionnaise, Olivier Ho-Pun-Cheung n'imagine pas un bar à salades tout à fait classique.

"Le concept est d'utiliser des produits locaux, mais de les détourner de leur préparation originale. Je me suis dit qu'il fallait casser des habitudes qui nous limitent", résume-t-il. En plus de certaines bases classiques comme le maïs, les tomates, l'oeuf dur ou le blanc de poulet rôti, Comptoir Nature propose d'intégrer aux salades du choucroute cru, du margoze ou des sarcives et sert du jus de gingembre cru. En totalité, ce sont 90 ingrédients différents qui tournent à la carte de Comptoir Nature, soit environ une vingtaine par jour. "50% de ces 90 composants sont issus de la production locale", précise le gérant, qui a aujourd'hui un carnet d'adresses de producteurs bien rôdé. Et il

n'est pas rare de voir certains clients ramener leur panier de goyaviers. Des salades de pâtes sont aussi à accommoder soi-même, accompagnées de jus frais ou de smoothies, pressés à partir de fruits de saison comme le zévis ou la mangue. "Nous collons à la saisonnalité. En été, nous allons davantage mettre en avant du végétal et de la fraîcheur comme du concombre, des crevettes, de la mangue...", ajoute-t-il.

La palette de plats s'est plus récemment élargie aux quiches maison, wraps ou flancs salés. L'éventail de desserts a également été enrichi avec de la panacotta gingembre ou combava, du gâteau choucroute. Selon le chef d'entreprise, la variété et qualité constante des plats proposés sont appréciés des clients et le ticket moyen avec une formule plat, boisson, dessert à 11,90 euros, correspond à la capacité financière de la cible. Sur la plage horaire de 7 heures à 18 heures, la fréquentation est à la hauteur de ses attentes.

Adeptes du community marketing, ils communiquent et fidélisent beaucoup via la page Facebook. Quant aux perspectives de développement, il s'est mis en quête de nouveaux emplacements partout dans l'île. Sans préférence géographique, il vise des endroits proches des activités tertiaires comme les bureaux et les entreprises et les zones de passage. Autre piste potentielle de croissance de l'activité: la livraison au bureau ou à domicile qu'il vient de mettre en place. "À termes, je pense que cela pourra représenter quasiment 50% de mon chiffre d'affaires", parie-t-il. Olivier Ho-Pun-Cheung réfléchit également à un développement en franchise.