

## Tout en poursuivant sa mutation, l'enseigne de bars **Au Fût** reprend la voie du développement national



Repris par Charles Dorémus en juillet 2025, le réseau **Au Fût** (ex-Au Fût et à Mesure) se métamorphose en conservant des marqueurs qui séduisent depuis 18 ans, dont la liberté et l'autonomie de service. Nouvelle identité avec un nom raccourci et un nouveau logo, concept et agencement repensés, offres élargies et dynamiques, animations quotidiennes et innovations fréquentes font partie de la nouvelle stratégie. Et 2026 démarre bien avec de la croissance pour ce réseau d'une trentaine de bars et un vif succès pour le premier conçu avec le nouveau concept.

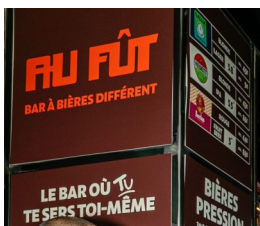
Lancé à Lille en 2008, **Au Fût** (ex-Au Fût et à Mesure) s'est déployé dans l'Hexagone avant d'être cédé par ses fondateurs en 2025. C'est **Charles Dorémus**, entrepreneur de 44 ans et expert de la restauration\*, qui a repris ce réseau national d'une trentaine de bars singuliers.

Depuis 18 ans, l'enseigne repose sur un concept générateur de convivialité : chacun peut se servir librement à une douzaine de pompes à bières réparties l'établissement. Basée sur la solution **Tabology**, avec prépaiement et carte à puce, cette autonomie de service séduit et garantit une expérience différenciante : **« Au Fût, c'est un bar où tu te sers toi-même. C'est sa première promesse ! »** lance le président. Des bornes permettent de commander des softs, des bières en bouteille, une quinzaine de cocktails ou encore du vin, qui sera - lui aussi - bientôt proposé en tireuses autonomes.

### Une identité moderne qui ancre les forces et valeurs de l'enseigne

Tout en conservant cette spécificité, Charles Dorémus a entamé des évolutions nécessaires pour l'enseigne, à qui il insuffle une nouvelle dynamique avec un objectif clair : développer et ouvrir des bars partout en France.

La premier changement, et non des moindres, a concerné le nom : oublié **Au Fût et à Mesure**, c'est dorénavant **Au Fût**, pour plus de simplicité... mais pas seulement !



### Effet réussi sur Franchise Expo Paris

Présenté à travers un espace animé au cœur du salon, le nouveau concept Au Fût a reçu un accueil très positif sur Franchise Expo Paris 2026.

Son large stand, directement inspiré du concept, n'est pas passé inaperçu et n'a pas désempilé pendant 3 jours. L'équipe du siège était accompagnée par une dizaine de franchisés qui ont partagé leurs expériences avec les visiteurs. Au global, près de 100 candidats sérieux ont été identifiés pour le développement. **« Nous sommes ravis par cette édition qui permettait de faire découvrir notre nouvelle identité et nos évolutions »**, commente Charles Dorémus.



**« En se séparant du mot mesure, nous affirmons notre démesure et le fait que chacun puisse faire ce qu'il veut chez nous ! Nous ancrons aussi l'idée que, tel un fût, nos bars sont des contenants... de bons moments ! »** commente le dirigeant.

Ce changement est renforcé par une nouvelle identité, plus moderne et affirmée. **« Elle reflète notre concept qui bouscule les codes du bar. »** Dessiné à la main et inspiré des précédents, le logotype se démarque par son côté robuste. On peut y deviner une carte de prépaiement, un

## Depuis avril, le nouveau concept Au Fût rencontre un vif succès à Claye-Souilly

Toutes les évolutions de l'enseigne Au Fût sont concrétisées par l'établissement qui a ouvert ses portes en avril au centre commercial Shopping Promenade à Claye-Souilly (77). « C'est une grande étape pour notre franchise, puisqu'il s'agit du premier bar à dévoiler nos nouvelles couleurs et notre nouveau concept », relève Charles Dorémus.

Pensé comme un lieu de vie, ce bar de 200 m<sup>2</sup> intègre une salle karaoké pour 2 à 12 personnes. L'accueil fut excellent dès les premiers jours d'ouverture et les avis Google sont très bons, la population évoquant « un nouveau point de rencontre incontournable ».

Le franchisé est David Russo, 43 ans, entrepreneur dans l'âme. Après une vingtaine d'années dans le bâtiment, marquées par l'excellence et la sécurité, il a voulu revenir dans sa région d'origine, le nord de la Seine-et-Marne, et offrir un nouveau souffle à sa carrière. À travers le réseau Au Fût, il a vu l'opportunité d'entreprendre avec une franchise qui a fait ses preuves, assure un accompagnement complet et propose un concept unique de bières en libre-service qu'il apprécie. « Nous avons à cœur d'ouvrir un lieu de convivialité différent et audacieux, où les clients pouvaient être libres de boire ou manger, s'amuser, regarder un match ou chanter entre potes... C'est chose faite avec ce nouveau bar à bières Au Fût ! » lance le franchisé.



tuyau de pompe à bière et un nœud papillon, avec un effet dynamique. « Ce logo illustre des notions-clés pour nous comme le service, la fête et le partage mais aussi l'énergie, la liberté, l'audace et la convivialité », ajoute Charles Dorémus.

L'identité repose aussi sur une typographie moderne et des couleurs franches. Rappelant le bois du fût, le marron s'impose aux côtés notamment d'un orangé/rouge évoquant les céréales et le houblon, d'un jaune soleil qui apporte de la joie, d'un bleu capsule et d'un gris métal pour l'aspect industriel. « Ces couleurs rendent nos bars à la fois contemporains et cosy, adaptés aux envies d'aujourd'hui. » Des pictogrammes modernes font aussi partie de la nouvelle charte graphique.

## Des lieux de vie conviviaux et une offre pour tous les moments

L'identité repensée renforce la reconnaissance de la marque et incarne son leitmotiv : proposer des lieux de vie différents, vivants et conviviaux.

L'intérieur des bars a été repensé pour la déployer mais aussi pour améliorer l'expérience client et valoriser les forces de l'enseigne, avec une triple ambition : plus de liberté, plus d'audace et plus de convivialité.

Le bar s'impose plus qu'avant avec un fond orange lumineux. Les tireuses pression en libre-service et les marques sont mieux valorisées. Les pictogrammes de la nouvelle identité s'invitent sur les murs, participant au cadre moderne et convivial.



Élément de la nouvelle identité visuelle.

Le premier établissement totalement conçu avec le nouveau concept a été inauguré en avril à Claye-Souilly, à l'Est de Paris (voir l'encadré ci-dessus). Toutes les prochaines ouvertures suivront ce modèle et le parc existant évoluera progressivement, avec au moins 5 transformations dès cette année.

Outre l'identité et le décor, le positionnement d'Au Fût a aussi été retravaillé pour mieux répondre à tous les moments de la journée et satisfaire toutes les clientèles. « Nous voulons notamment devenir un acteur incontournable de l'afterwork expérientiel et accessible, dès 17h », précise Charles Dorémus.

L'offre a été améliorée et enrichie en ce sens, en s'appuyant sur des produits de qualité : les planches ont été revues et d'autres solutions de partage façon *finger food*

sont proposées, comme des *tenders* de poulet. En 2026, Au Fût a aussi lancé une offre de pizzas et de croque-monsieur, « **pour se régaler à toute heure** ».

## Des innovations, jeux et animations pour fidéliser toutes les clientèles

L'offre de boissons a aussi été repensée et étoffée, et sera fréquemment animée par des produits à découvrir, comme une bière pression à 0 % et la *craft* anglaise Neick Oil. « **Au Fût s'affirme comme un lieu de découvertes, avec des innovations attractives. Ce parti pris nous permet de nous différencier et de fidéliser les clients** », explique son président.

Pour rendre les bars encore plus vivants et incontournables, l'aspect événementiel est également renforcé : « **Au Fût, c'est bien plus qu'un bar, c'est un lieu de convivialité, un terrain de rencontres et d'émotions !** » Re-transmissions sportives, quiz, blind tests, DJ sets, concerts... Les animations sont nombreuses et variées, et il se passe chaque soir quelque chose chez Au Fût.

Jeux de fléchettes, salles de karaoké, babyfoots et flippers participent à la redynamisation des établissements. En outre, des animations sont organisées autour des temps forts de l'année comme la **Coupe du Monde de Foot** (voir le CP dédié), **Halloween** et la **Saint-Patrick**.

Le repositionnement permet d'accueillir toutes les générations, avec 3 temps forts pour les soirées :

- ✓ **L'apéro et l'afterwork** entre amis ou collègues ;
- ✓ **Le grignotage et le dîner**, à partager ou non ;
- ✓ **La fin de soirée plus festive**, ouverte à tous !



### Parmi les animations à venir

- ✓ **Coupe du Monde de Football** (voir le CP dédié) : Les bars Au Fût proposeront une bière craft anglaise de la brasserie Neck Oil, des cocktails à base d'Absolut Tabasco et de Jack Daniel BlackBerry et une pizza texane. Des jeux de pronostics permettront de remporter des cadeaux dont un «week-end foot»
- ✓ **Fête de la Musique** : Des concerts live seront organisés dans tout le réseau les samedi 20 juin et dimanche 21 juin.
- ✓ **Festival Au Fût** : Une tournée de concerts sera organisée cette année.
- ✓ **Bars à Spritz** : Cet été, des comptoirs seront dédiés à ces cocktails très apprécié, déclinés avec moult recettes.

**« On ne vient pas Au Fût juste pour boire un verre, on vient y vivre des expériences, des moments inoubliables : on se sert, on partage, on profite du moment pleinement entre collègues, amis, proches... »**

Charles Dorémus, président d'Au Fût



## Un déploiement progressif avec une quinzaine d'ouvertures d'ici 2028

Cette stratégie globale, amorcée il y a 10 mois, porte déjà ses fruits. « **Nous enregistrons + 8 à 10 % de chiffre d'affaires début 2026 sur le réseau vs 2025. Nous empruntons le bon chemin, même si la situation est parfois compliquée, comme en mars avec la hausse du coût de l'essence et l'impact sur le pouvoir d'achat** », commente Charles Dorémus.

Fort de ce renouveau et de ces résultats prometteurs, Au Fût retrouve aussi une dynamique de communication et de développement, d'où sa présence remarquée à Franchise Expo Paris en mars dernier. L'enseigne compte développer son maillage national avec **5 ouvertures cette année, une dizaine l'an prochain, puis un rythme de croisière d'une quinzaine par an**. Tous les types d'emplacements sont concernés, des zones commerciales aux centres villes en passant par les périphéries.

**« En reprenant le chemin du développement, nous voulons permettre à des entrepreneurs de proposer des moments de vie inoubliables partout en France »**, poursuit Charles Dorémus. L'enseigne créera aussi l'événement en organisant des apéros ou dîners réunissant des candidats à la franchise en régions. Les Hauts-de-France, Rhône-Alpes, l'Est, le Sud-Ouest, la Bretagne, la Normandie, Bordeaux et l'Île-de-France font partie des zones prioritaires pour le déploiement. ●

*À propos* | Charles Dorémus a passé plus de 30 ans dans la restauration en s'essayant à tous les métiers sur le terrain et en responsabilités, sur des segments variés allant du snacking à la gastronomie en passant par la restauration concédée. Il fut notamment directeur régional de Paul, directeur général adjoint de Boco et directeur général d'Au Bureau, de Bert's et de Volfonti. Il est aujourd'hui président d'Au Fût. Il continue d'accompagner d'autres dirigeants via NOBIS, sa structure de conseil en management des organisations. Il dirige aussi Alt Tab / Tabology qui propose une solution de caisse et de gestion tout-en-un, « *la moins chère et la plus complète du secteur CHR* ». En outre, Charles Dorémus a fondé et anime le podcast En Réseau, qui donne la parole aux dirigeants et acteurs de la vie des réseaux, à retrouver sur toutes les plateformes.