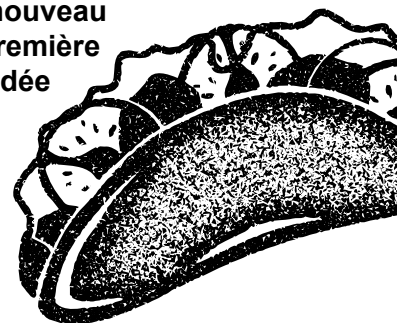




BISCROCAMP FÊTE SES DEUX ANS ET UNE PREMIÈRE LEVÉE DE FONDS DE PRÈS DE 400 000 EUROS : DERRIÈRE UN CONCEPT CULINAIRE INÉDIT DE HALLE GOURMANDE ITINÉRANTE, UNE AVENTURE ENTREPRENEURIALE QUI NE MANQUE PAS DE SAVEUR !

Fédérer autour de la gastronomie et de la convivialité
et faire vibrer les événements, les festivals, les communes
et les entreprises en Bourgogne-Franche-Comté - là où tout a commencé
- mais aussi sur l'ensemble du territoire français : c'est le pari de
BISCROCAMP, une halle gourmande nomade, installée sous chapiteau,
réunissant plusieurs comptoirs de street food tenus par
des professionnels de la gastronomie sélectionnés localement !
Aux commandes, Matthieu Honnorat, qui a choisi de s'entourer d'un
cercle familial - famille et amis - pour transformer une idée audacieuse
en projet concret. À l'occasion du deuxième anniversaire de ce nouveau
modèle de street food qualitative, itinérante et festive et d'une première
levée de fonds, le fondateur revient sur son parcours, entre idée
novatrice, défis relevés et nouvelles ambitions.



3 QUESTIONS À MATTHIEU HONNORAT, LE FONDATEUR

COMMENT EST NÉ LE CONCEPT ORIGINAL DE BISCROCAMP ?

« J'ai passé mon enfance en Auvergne, dans une maison avec des dépendances et un grand terrain. Tout jeune déjà, je rêvais d'y faire naître un projet qui mêlerait culture, gastronomie et engagement. Mais mon parcours professionnel a démarré de manière plus classique, sans trop s'éloigner pour autant de mes domaines de prédilection. J'ai fait de la stratégie, de la communication et de l'événementiel - toujours autour de l'agroalimentaire, de la réduction des déchets et de l'économie locale.

Puis la flamme de l'entrepreneuriat s'est allumée... Avec une réflexion en toile de fond : nous avons du mal à aller les uns vers les autres. La table est pourtant un formidable terrain de rencontre et de partage. Mais chacun a ses goûts ! Il faudrait alors pouvoir offrir du choix... Et apporter régulièrement de la nouveauté pour éviter la monotonie, en variant les cuisines, les chefs, les ambiances sonores... Autant de clés pour créer un rendez-vous réellement fédérateur, à l'image de la diversité culinaire et culturelle qui fait la richesse de la France.

J'ai couché mes idées sur le papier, j'ai crayonné un premier croquis et je suis allé taper aux portes. Rapidement, des proches m'ont suivi ; tout comme le réseau Initiative Côte-d'Or, France Active, le Crédit Agricole, BPI et le réseau Entreprendre en Bourgogne. Et le 1^{er} juin 2023, BISCROCAMP voyait officiellement le jour ! Tout s'est ensuite enchaîné : une inauguration en juillet, une première manifestation privée en août et le lancement des événements grand public en septembre. »

APRÈS 2 ANS D'ACTIVITÉ, QU'AVEZ-VOUS RETENU DE CETTE AVENTURE ENTREPRENEURIALE ?

« Que c'est avant tout une aventure humaine ! Aujourd'hui, nous sommes cinq à faire battre le cœur de BISCROCAMP. Chacun apporte sa compétence, son bon sens, sa valeur ajoutée, sans cadre figé. Ma sœur, Béatrice Honnorat, gérante de la société de webmarketing Com'Hon, en Bretagne, pilote la communication. Mon beau-frère, Philippe Oms, dirigeant à l'ASM Clermont Auvergne, et deux amis, Pierre Simon, gérant d'activités touristiques en Auvergne et en Occitanie, et Sylvain Camos, président de Camos Participations et d'un groupe spécialiste de l'événementiel en France et en Europe, développent le commercial. Et de mon côté, je garde la main sur



Matthieu Honnorat

la gouvernance et l'opérationnel. Dispersés aux quatre coins de la France, nous échangeons chaque jour et tenons un comité de direction trimestriel et une assemblée générale annuelle. Nous interagissons aussi avec les restaurateurs, les artisans, les organisateurs d'événements, les maires, les entreprises, les particuliers...

C'est une véritable fabrique de lien social, articulée autour d'un concept unique : une halle gourmande itinérante, clé en main et entièrement sur mesure. Qu'il s'agisse d'un rendez-vous intimiste de 30 convives ou d'un festival de 5 000 personnes et plus, nous apportons tout : chapiteau, stands, mobilier, système de paiement cashless, sonorisation... et nous prenons en charge chaque détail : branchements, sécurité, feuille de route, facturation. Les restaurateurs n'ont plus qu'à s'installer et vendre ; et pour les organisateurs, la charge mentale s'arrête au cahier des charges. Côté modèle économique, nous gérons la buvette – avec une licence III, louons les emplacements aux professionnels de la gastronomie et prélevons un pourcentage sur leurs ventes, puis facturons aux organisateurs les frais d'organisation et de technique.

En deux ans, les rebondissements ont été nombreux... et souvent heureux ! À peine six mois après le lancement, nous avons autoproduit notre premier rendez-vous BISCROCAMP, pour « lancer la machine ». Résultat : 400 participants au compteur - un chiffre incroyable – et un format « Street Food » qui s'est imposé comme un véritable laboratoire d'idées que nous déclinons sans cesse depuis : Street Food Circus, Street Food Concert, Street Food Family... Puis sont venus les tout premiers appels entrants, jusqu'à une première demande en dehors de notre Bourgogne-Franche-Comté ! Cette année, de nouveaux jalons ont marqué l'aventure : deux embauches - un CDI et une alternance, le versement de mon premier salaire, et le cap des 200 événements organisés, tous formats confondus !



Sylvain Camos, Philippe Oms,
Matthieu Honnorat, Pierre Simon et Béatrice Honnorat

Bien sûr, le chemin n'a pas été un long fleuve tranquille. Les doutes, les nuits écourtées et les « pensées limitantes » font partie du jeu quand on lance un concept inédit dans l'univers concurrentiel de l'événementiel gastronomique ! Qui plus est avec une famille, un prêt immobilier et toutes ses économies en jeu. Mais cette incertitude nous oblige à rester en mouvement, à ne jamais nous reposer sur nos acquis. Voire à faire preuve de souplesse ! C'est ainsi notamment, qu'en plus de notre format itinérant, nous avons saisi à bras ouverts l'opportunité de partenariats réguliers - mais toujours éphémères - avec le Zénith de Dijon et le DFCO (Dijon Football Côte-d'Or). Une manière d'accroître notre visibilité tout en renforçant la solidité de l'entreprise.

J'ai l'intime conviction que dans CETTE aventure entrepreneuriale, la clé pour que la recette prenne, c'est vraiment, quel que soit le sujet, de savoir mettre les bonnes personnes au bon endroit ! »

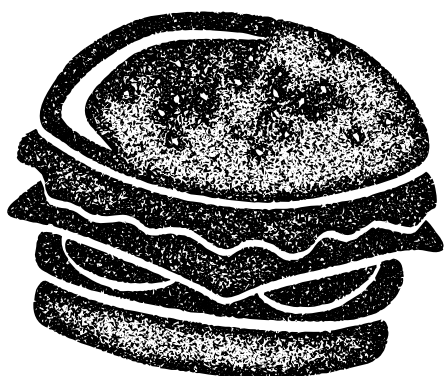
QUELLES SONT LES AMBITIONS DE BISCROCAMP POUR DEMAIN ?

« Nous venons de boucler, en septembre, une levée de fonds de près de 400 000 euros : 160 000 auprès d'organismes bancaires, 145 000 auprès de notre cercle d'associés, 40 000 via Initiative Côte-d'Or et 45 000 grâce à la région Bourgogne-Franche-Comté.

Cet apport va nous permettre d'accélérer sur plusieurs fronts : **constituer une flotte de véhicules pour soutenir l'itinérance de nos haltes gourmandes, étoffer l'équipe avec des profils clés** - développeur commercial, gestionnaire d'événement, mais aussi restaurateurs BISCROCAMP capables de porter notre esprit de partage et de découverte culinaire - **et enrichir notre offre de services**. À la manière d'une agence événementielle spécialisée dans la gastronomie, nous aimerions, en effet, aller encore plus loin : **proposer des prestations de traiteur, louer nos stands de street food, et lancer une version premium de BISCROCAMP !**

Notre objectif à court terme est clair : d'ici un an, être en mesure de piloter simultanément cinq événements BISCROCAMP d'envergure, dans cinq villes différentes de France, pour démontrer que le modèle tient la distance.

Le Graal ultime ? Que le nom BISCROCAMP devienne un mot du langage courant, synonyme de ces rendez-vous gourmands et festifs qui rassemblent, animent, valorisent et engagent autour de valeurs fortes comme l'inclusion, la solidarité locale et l'écoresponsabilité. »



BISCROCAMP EN CHIFFRES



340 000 €
de chiffre d'affaires
en 2024



80 000
"BISCROCAMPEURS"
servis depuis
le lancement



25 PROS
de la gastronomie
mis en lumière



Plus de
50 LIEUX
déjà expérimentés



30%
d'événements
privés

&



60%
d'événements
grand public

L'AGENDA DES PROCHAINS ÉVÉNEMENTS GRAND PUBLIC !



- **Festival Les Écrans de l'aventure**
Du 8 au 12 octobre - Dijon
- **Les Street Food Party**
Tous les 3^e jeudis du mois - BA102, Ouges
- **La Boom Géante**
Le 24 octobre - Zénith de Dijon
- **Street Food Concert #3**
Le 21 Novembre - Zénith de Dijon
- **L'Audace d'Entreprendre**
Le 9 décembre - Zénith de Dijon
- **Les Halles de Noël de Genlis**
Les 13 et 14 décembre

Programme complet disponible sur biscrocamp.com

POURQUOI CE NOM ?

BIS pour « bistrot façon street food », un concept en phase avec les nouvelles tendances culinaires.

CRO pour l'envie de découvrir, partager, croquer de nouvelles saveurs et faire croquer les autres.

CAMP pour le cadre dépaystant, style camp de base.

À PROPOS DE BISCROCAMP

Créée en 2023, BISCROCAMP est une halle gourmande itinérante de street food qui intervient en Côte-d'Or, en Bourgogne et partout en France. Le dispositif, composé de comptoirs tenus par des professionnels de la gastronomie sélectionnés localement, propose une cuisine spectacle salée et sucrée qui dépasse les frontières du goût. Clé en main, souple et sur mesure, BISCROCAMP rassemble, anime, valorise et engage, avec convivialité, autour de valeurs fortes : inclusion, solidarité locale et écoresponsabilité.

Plus d'informations sur biscrocamp.com

Visuels et informations complémentaires
sur demande

