



COMMUNIQUE DE PRESSE

Moma Group célèbre ses dix ans et accélère le développement de son modèle pour s'imposer comme l'un des leaders européens des concepts de restauration premium, symboles d'un certain « art de vivre » en France et au-delà de ses frontières

Le groupe ambitionne de tripler le nombre de ses restaurants à moyen terme, en s'appuyant notamment sur la force de ses marques emblématiques comme Lapérouse, Mimosa, Casa Amor et Noto.

Paris, le 5 septembre 2022 - Moma Group, leader français indépendant de l'hospitalité et de la restauration premium festive fondé par Benjamin Patou, aborde une nouvelle étape majeure de son développement à l'occasion de son dixième anniversaire.

En une décennie, Moma Group a su s'imposer comme un acteur incontournable des secteurs de l'événementiel, de l'hospitalité et de la restauration haut de gamme en déployant une offre intégrée au service de ses clients reposant sur un fil directeur: celle de leur faire vivre des expériences uniques dans des lieux d'exception.

Fort de son savoir-faire pour créer des concepts puissants dans ses domaines d'activité, le groupe a intégré l'ensemble de la chaîne de valeur événementielle au cœur de stratégie, lui permettant d'anticiper un chiffre d'affaire 2022 en hausse d'environ 20% par rapport à 2019 et excédant les 100m d'euros. Le groupe compte 22 établissements principalement situés à Paris et dans des lieux de villégiature français luxueux en cohérence avec son positionnement et emploie par ailleurs 1200 collaborateurs à date.

L'alchimie du succès de Moma Group réside dans sa capacité à créer et développer des concepts de restaurants premium qui fondent leur renommée sur l'association de lieux exceptionnels, de figures iconiques de la gastronomie et de directeurs artistiques de premier plan.

Moma Group est également reconnu pour son expertise dans la gestion de lieux événementiels ou le déploiement de concepts innovants.

Au cours des derniers mois, Moma Group a réorganisé sa gouvernance et sa structure actionnariale pour se donner les moyens d'atteindre ses nouveaux objectifs de croissance. Benjamin Patou, qui reste actionnaire majoritaire de l'entreprise, peut désormais compter sur l'appui des entrepreneurs Patrick Bruel et Eric Sitruk pour accompagner les ambitions stratégiques du groupe.

Pour aborder cette nouvelle phase de développement et consolider son positionnement, Moma Group s'est fixé comme priorité de placer la restauration au cœur de son modèle, tout en continuant à renforcer ses expertises dans ses activités de gestion de lieux et conseil événementiel.

La croissance de l'activité restauration passera donc par le déploiement ciblé, en propre ou en franchise, des quatre marques phares du groupe, Café Lapérouse, Noto, Casa Amor, et Mimosa, et par une expansion internationale dans des pays à fort potentiel tels que les Etats Unis, le Moyen Orient et les grandes capitales européennes.

En parallèle, le groupe continuera à concevoir de nouveaux concepts de restauration aux positionnements très affirmés réunis au sein d'un « laboratoire » agile et intégré au groupe lui permettant de former un vivier créatif dans lequel puiser pour affiner ses formats avant leur déploiement.

Le groupe ambitionne à moyen terme de tripler le nombre de ses restaurants.

A l'occasion de cet anniversaire, Benjamin Patou, Président-Directeur Général du groupe, a déclaré : Nous sommes fiers du chemin parcouru, grâce à l'engagement sans faille de nos collaborateurs, au cours de ce premier chapitre de l'histoire de Moma. En dix ans, nous avons bâti un groupe solide dont la passion pour les métiers de l'hospitalité n'a fait que croître, et une envie permanente de capter le meilleur de l'air de temps pour proposer des expériences festives uniques à nos clients. Nous avons également su absorber le choc d'une crise sanitaire sans précédent qui aurait pu mettre un terme à notre aventure, et comprendre les nouvelles attentes des consommateurs en imaginant des lieux toujours plus singuliers et expérientiels.

Nous sortons grandis de cette épreuve, et plus déterminés que jamais, avec mes associés, à faire grandir nos marques en France mais aussi à l'étranger afin qu'elles deviennent ambassadrices de la gastronomie de luxe et de l'art de vivre à la française.

Le groupe Moma en quelques chiffres :

Chiffre d'affaires attendu pour 2022 supérieur à €100 millions

22 restaurants à date

1200 collaborateurs

Les restaurants Moma :

Fine dining : Lapérouse, Café Lapérouse, Mimosa, Club 13, Cipriani Saint-Tropez, Victoria Paris

Créatif et urbain : Rural by Marc Veyrat, Forest, Créatures, Andia, Food Society

Festif : Noto, Noto Saint-Tropez, Manko, Manko Saint-Tropez, Manko Doha, Bœuf sur le Toit

Club et Beach club : Casa Amor, Shellona Saint-Tropez, Shellona Saint-Barth, L'Arc, Manko Club

Les lieux Moma : Galerie Bourbon, Pavillon Presbourg, Pavillon Etoile, Elysée Biarritz