

La Pom' Américaine : une création signée La Pataterie, en faveur des Restos du Cœur & inspirée par le bienfaiteur américain de l'enseigne, Steve Olson !

La semaine dernière, Steve Olson, un touriste américain en vacances dans le sud de la France, a créé un buzz qui a déferlé la toile après sa visite au restaurant La Pataterie de Arles. Il a rédigé et publié [un thread très enthousiaste sur Twitter](#), dont le premier tweet a enregistré pas moins de 26 200 mentions 'favoris' et 3 700 retweets.

Suite à ce coup de projecteur inattendu sur l'enseigne spécialiste de la pomme de terre, le touriste et La Pataterie se sont rejoints pour la bonne cause. Après que [Steve et sa femme aient fait un don de 100 € aux Restos du Cœur](#), Sébastien de Laporte, le PDG du groupe de restauration, va faire livrer 5 tonnes de pommes de terre à l'association. Les livraisons se feront sur le site de Lens dans le nord de la France, où sont cultivées les pommes de terre.

Le succès auprès des Restos du Cœur est au-delà de toute attente.



Le week-end qui a suivi le buzz sur les réseaux sociaux, l'enseigne enregistre une fréquentation de + 20 % dans ses restaurants. Et les dons aux Restos du Cœur ont été multipliés par 5 par rapport à un week-end habituel de septembre.

Aujourd'hui, La Pataterie continue sur cette belle lancée en ajoutant à sa carte une toute nouvelle création inspirée par son bienfaiteur : *la Pom' Américaine*.

Il s'agit d'une nouvelle pomme au four, farcie avec du bœuf effiloché, du chili et du cheddar.

La nouveauté sera disponible à partir de ce vendredi 24 septembre.

Et pour chaque Pom' Américaine vendue, 1 € sera reversé par La Pataterie aux Restos du Cœur, répondant ainsi au souhait de Steve Olson d'utiliser le buzz pour une bonne cause liée à l'alimentaire.



À PROPOS DU GROUPE LA PATATERIE

LA PATATERIE, c'est avant tout la valorisation du métier de « restaurateurs Patatiers » : l'enseigne privilégie les partenariats durables avec les producteurs locaux, artisans et PME, qui font vivre l'excellence des territoires français. Ainsi, plus de 70% des produits de l'enseigne proviennent des filières agricoles françaises, véritable marque de fabrique de La Pataterie. Fondé en 1996, le réseau est très largement implanté avec 82 restaurants en France et 1 en Belgique. En 2019, le groupe réalise un chiffre d'affaires de 68,2 M€ HT sur la France avec plus de 4 130 000 repas servis.

Plus d'informations sur le site internet www.lapataterie.fr

