

Le groupe de restauration LA PATATERIE repart en développement !

L'enseigne repart à la conquête des territoires partout en France.



Après la fermeture liée au Covid, les restaurants de l'enseigne LA PATATERIE ont progressivement repris du service depuis le 19 mai en terrasse, et depuis le 9 juin en salle.

Depuis son achat par les fonds d'investissement Smarholding et Verdoso,

le groupe de restauration a fortement redynamisé son activité à travers une offre toujours plus qualitative et des franchisés engagés.

Aujourd'hui, l'enseigne est prête à relancer son développement dans toute la France et se projette dans une nouvelle étape.



UNE SORTIE DE CRISE EN BONNE POSTURE

La Pataterie présente des atouts majeurs, qui lui permettent à présent de sortir de la tourmente sanitaire en bonne posture, à savoir :

- **une carte modernisée et qualitative, avec des recettes innovantes,** élaborées à partir de produits frais et selon le savoir-faire des « restaurateurs Patatiers » ;
- **des approvisionnements en circuits courts et un écosystème de confiance :** 70% des produits de la carte proviennent de filières agricoles françaises ;
- **une politique RSE avant-gardiste :** depuis sa création en 1996, le groupe s'assure de la parité H/F, de l'égalité salariale, et des approvisionnements français ;
- **un réseau solide de 82 franchisés, amoureux de leur métier et bénéficiant de l'accompagnement de l'enseigne ;**
- **l'accélération de la VAE (Vente À Emporter) ;**
- **la création d'un nouveau moment de consommation, « l'afterwork », avec notamment une offre de planches à partager et de bières à la pression.**



SÉBASTIEN DE LAPORTE & JEAN- CHRISTOPHE PAILLEUX : UN TANDEM POUR POURSUIVRE LE DÉVELOPPEMENT



A présent, le mot d'ordre pour La Pataterie est le « **développement** ».

L'objectif premier du binôme est de repartir à la conquête des territoires de la France, d'y dénicher des franchisés passionnés dans des villes similaires à Limoges, siège social du groupe.

Ce projet de reprise est porté par plusieurs leviers structurants :

- **la reprise de la reconquête** via la recherche de nouveaux franchisés dans les villes moyennes françaises et éventuellement via des croissances externes ;
- **l'absence d'endettement** (à l'exception d'un PGE de 650K € au remboursement différé) ;
- **un nouveau concept de restaurants suivant les codes de la maison de famille**, qui a déjà fait ses preuves depuis mars 2020 à Avrainville et Vandoeuvres-lès-Nancy ;
- **un rapport qualité / prix plébiscité**, avec un ticket moyen proche de 20 € ;
- **une e-réputation de 4,2/5** (notes Google, La Fourchette, Trip Advisor, Facebook), qui montre l'attachement des français à l'accueil chaleureux et aux plats généreux de La Pataterie, la chaîne du terroir français.

À PROPOS DU GROUPE LA PATATERIE

LA PATATERIE, c'est avant tout la valorisation du métier de « restaurateurs Patatiers » : de 4 130 000 repas servis.

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