

## **Djawa fête ses 10 ans avec l'ouverture d'un premier restaurant en région**

**6 restaurants, plus de 250.000 repas et une décennie de saveurs indonésiennes : l'enseigne née à Paris en 2012 a aujourd'hui 10 ans ! Toujours fidèle à ses valeurs éthiques et authentiques, Djawa fait aujourd'hui évoluer son concept avec une ouverture en plein centre de Bordeaux.**

### **Un concept 100% indonésien**

La mission de Djawa est simple : que ses clients tombent raides dingues de l'Indonésie en leur faisant découvrir les plats iconiques du plus grand archipel du monde. Entre les volcans de l'île de Sumatra et les rizières de Lombok, Djawa les embarque pour un voyage dépaysant et épicé.

Né en 2012, Djawa est le projet de Stéphanie et Frédéric tous deux franco-indonésiens. Après avoir grandi à Jakarta, Stéphanie arrive à Paris pour étudier à Sciences Po. À la recherche des recettes hyper chaleureuses et spicy de son enfance, elle ne trouve aucune adresse où dévorer un fondant bœuf Rendang ou un authentique Nasi Goreng. Challenge accepted : elle s'en chargera elle-même ! Armée des recettes familiales, Stéphanie ouvre le premier Djawa à Paris, très vite rejointe par son complice Frédéric.

Une nomination aux Palmes de la Restauration et cinq restaurants parisiens plus tard, ils décident d'ouvrir une sixième adresse en plein centre-ville de Bordeaux

## Faire évoluer la marque

Historiquement, Djawa a connu ses premiers succès avec des établissements de restauration rapide dans les quartiers de bureaux grâce à sa capacité de servir en un temps record des recettes dépayantes et savoureuses issues d'un sourcing responsable et au prix juste.

Pariant totalement sur le multicanal, Djawa fait rapidement évoluer son concept et sa carte afin de s'installer dans des quartiers plus résidentiels, commerçants ou festifs pour être présent sur un maximum de créneaux de consommation. C'est pourquoi les 3 derniers établissements de la marque, République, Valmy et Bordeaux sont ouverts 7/7 midi et soir.

Après quelques années d'exploitation fructueuse, la crise sanitaire vient questionner le modèle et accélère la mutation digitale dans le but d'optimiser les ventes hors restaurant en livraison et click and collect.

A la sortie des confinements successifs, Stéphanie et Frédéric font le constat qu'avec l'essor de la livraison et la pérennisation du télétravail, les gens qui sortent sont en quête d'une véritable expérience. Le concept indonésien offre l'opportunité d'offrir un véritable voyage aux clients et une expérience différente dans l'assiette comme dans l'ambiance.

Partant de ce constat, leur premier établissement en région, ouvert en février 2022 à Bordeaux, pousse beaucoup plus loin les curseurs de l'expérientiel. Bordeaux et sa scène ultra attractive en terme de restauration était le choix n°1 pour un premier établissement hors de Paris. Attirés par le dynamisme et le cadre de vie Bordelais, l'équipe de Djawa a profité de l'ouverture de son nouvel établissement pour y déménager son siège.

Tous les éléments, de l'accueil à l'assiette, ont été retravaillés dans cette nouvelle direction expérientielle. Le client arrive directement sur une cuisine ouverte où il peut observer les cuisiniers élaborer devant ses yeux des plats pour lesquels le format, les épices et le degré de piment ont été retravaillés pour une expérience plus aboutie de la gastronomie indonésienne. Le sourcing est toujours plus pointu avec des produits locaux, comme le tempéh bio élaboré en Gironde, et provenant d'une agriculture et d'un élevage responsable et raisonné.

## Un développement éthique et maîtrisé

Pour Djawa l'avenir se construit sur l'évolution et la consolidation de sa marque tout en diversifiant ses concepts. Explorer de nouveaux pans de la gastronomie indonésienne pour créer de nouvelles marques et expériences autour du barbecue balinais ou des fritures de rue de Jakarta par exemple : la culture gastronomique Indonésienne est riche et encore peu exploitée !

La marque souhaite poursuivre son développement avec des ouvertures maîtrisées sur un rythme de 5 à 6 par an afin de contrôler la qualité des produits tout en prenant le temps d'optimiser son empreinte environnementale et sociale. Pour se donner les moyens de grandir, l'équipe du siège se renforce en support opérationnel, RH et marketing pour faire de Djawa une marque puissante et premium du lifestyle indonésien en France.

### Quelques chiffres :

Création en 2012

6 restaurants (5 à Paris – 1 à Bordeaux)

Estimation dans 5 ans du nombre d'établissements : 35

35 salariés

Chiffre d'affaire: en moyenne 800 000€ par restaurants par an

