



PB POULET BRAISÉ **OUVRE UN NOUVEAU** **FLAGSHIP AU CŒUR DE PARIS** **ET ACCÉLÈRE SON DÉPLOIEMENT**

Après 13 ans d'existence, l'enseigne PB Poulet Braisé inaugure un restaurant étonnant par sa taille, son cadre et son emplacement, face aux Halles à Paris. Ce nouveau flagship de 500 m² marque aussi le début d'une accélération de son développement.

Comptant 18 restaurants, surtout autour de Paris, PB Poulet Braisé est un concept unique de bistro/brasserie axé sur la volaille avec service à table, vente à emporter et livraison. Déjà présente à Paris 18e et 20e, l'enseigne se lance le défi de s'installer dans le cœur névralgique de Châtelet-Les Halles, dans une ex-cathédrale de 500 m².

UN EFFET « WOW » PAR LE CADRE ET LE DÉCOR

Trois mois de travaux ont permis de réagencer les lieux en sublimant les voûtes et les pierres naturelles. La charte architecturale, dont le vert foncé et le sol façon parquet, renforce le côté chaleureux. Des néons bien pensés, plantes vertes et papiers peints décoratifs affinent l'ambiance. Esthétique et confortable, le mobilier assure un bien-être, à l'instar des grandes banquettes. « Nous avons soigné le cadre pour nous démarquer des réseaux habituels et des restaurants traditionnels », précise Marvens François, directeur général de l'enseigne.

Ce flagship s'ouvre sur un comptoir et quelques places, et se poursuit sur 2 niveaux, avec un ascenseur PMR et des espaces d'attente cosy. Une grande cuisine a été aménagée au rez-de-chaussée, à côté d'une première salle de restauration de 70 places. Avec un air de cave voutée et un grand bar en L, le sous-sol dispose de 78 places, dont une partie dans des box feutrés. L'espace est modulable et peut être partiellement ou totalement privatisable. Chaque étage dispose d'une alcôve avec une table ronde en marbre pour une dizaine de personnes. « Tout cela a été pensé pour proposer un maximum de convivialité, et permettre de passer de bons moments entre amis et en famille », lance le dg.





UNE OFFRE GÉNÉREUSE, ACCESSIBLE ET DE PARTAGE

Identique à celle des autres restaurants de l'enseigne, l'offre repose sur 3 piliers :

LE GOÛT, LA GÉNÉROSITÉ ET L'ACCESSIBILITÉ-PRIX.

Elle est axée sur la volaille française, avec des exceptions comme le très prisé avocat-crevette et quelques plats végétariens. Pensée pour être différenciante, elle comprend un choix varié permettant de satisfaire toutes les envies et toutes les clientèles.

SPÉCIALITÉ DE LA MAISON,

le poulet braisé s'accompagne de la sauce PB Verte Originale au persil, ou des sauces PB Verte Spicy ou PB BBQ (15 €).

4 NOUVELLES DÉCLINAISONS SONT PROPOSÉES :

Yellow Curry, Coco Thaï, Piri Piri et Hot Sicily (15,50 €).

L'OFFRE COMPREND AUSSI ;

2 recettes de poulet gratiné (16,50 €), 3 d'escalopes de dinde (16,50 €) et 4 de pâtes (13-14 €), ainsi que 2 salades, 3 rolls et 2 burgers. Citons encore les nouveaux Tenders de poulet croustillant en entrée (4,50 €), et les divers tiramisus en dessert (5 €).



AU DÉJEUNER.

le succès est vif pour les 2 formules « servies en 10 min » à 10 € avec 1/2 poulet et sa sauce (+ riz/salade, boisson/café) ou 9 € avec des pâtes au choix (+ boisson).

EN SOIRÉE.

ce sont surtout les plats de partage qui plaisent, de la Toasty Family aux desserts XXL en passant par les planches apéro. Les clients peuvent aussi commander un Plateau PB avec 4 cocktails à 59 €.

TOUTE LA JOURNÉE,

une formule complète est proposée à 29,90 €.

Des mocktails, de la limonade pression et une carafe de bissap sont proposés par l'enseigne.



DE FORTES AMBITION DE DÉVELOPPEMENT EN FRANCE

Ce nouveau flagship parisien sera ouvert 363 jours par an jusqu'à 23h en semaine et minuit les vendredis et samedis. Il devait accueillir une clientèle hétéroclite, intégrant les jeunes actifs des bureaux et commerces environnants. « Notre concept plaît à tous types de populations, dans un véritable esprit de brasserie », résume Marvens François. Notons qu'une partie du comptoir d'accueil est dédié à la VAE, et que des casiers de livraison et click & collect sont installés en façade. Au total, cette affaire pourrait dépasser les 3,5 M€ de CA, avec une trentaine d'employés.

Ce restaurant est aussi un point de bascule dans le développement en régions, l'enseigne n'étant pour l'instant installée qu'à Bordeaux. Après 8 ouvertures en 2022, 12 nouveaux restaurants sont prévus pour 2023, surtout en franchise, notamment à Marseille, Lille, Nantes, Valenciennes, Orléans et Strasbourg, et à La Réunion. Ce développement sera accompagné d'un plan de communication pour permettre à l'enseigne de se faire connaître.

CONTACT PRESSE :

Bureau de presse Pascale Venot

Eugénie Da Silva : Mail : eugenie@pascallevenot.fr / Portable : 07.50.29.64.08