

Premier fast-food provençal



● *L'idée d'Olivier Roux a nécessité un investissement de 500.000 €. Selon son business-plan, il atteindra l'équilibre à partir de 150 clients par jour.*

Douze producteurs de la région s'associent pour créer un nouveau concept de restauration rapide. Le premier établissement a ouvert ses portes à Saint-Rémy de Provence.

L'idée trottait dans la tête d'Olivier Roux depuis la fin des années 80, à l'époque où les McDonald's fleurissaient partout en France. Elle est finalement sortie de terre le mois dernier, à Saint-Rémy de Provence, avec l'ouverture du Carré des Gourmets, « premier fast-food 100 % provençal », précise le P-dg tarasconnais d'Alazard et Roux. Sur place ou à emporter, les clients ont le choix entre un menu camarguais, avec son copieux « Pan », un hamburger à la viande hachée de taureau AOC, des sandwichs « Ferrades » aux saucisses à l'agneau de la Crau, une gardiane « maison », des salades bio, au riz de Camargue, ou des soupes, au pistou ou aux poissons. Sans oublier un menu « enfants », avec son burger au bœuf bio, accompagné de frites, de riz ou de ratatouille. « Tous nos menus et nos plats sont préparés à partir de produits du terroir », expli-

que Olivier Roux.

Circuits ultra-courts

Au Carré des Gourmets, point de sodas made in USA, mais du Fada-Cola de Marseille, des limonades de Carpentras, de la bière La Cagole, et des verres de vin bio de Camargue du Mas de Valérieole. Le ketchup ou la mayonnaise sont remplacés par des sauces à la tomate, à l'aneth, à l'aïoli ou au pesto. « Nous privilégions des circuits ultra-courts d'approvisionnement. Pour préserver la fraîcheur et garantir la qualité des produits, mais aussi pour éliminer les intermédiaires et proposer des prix attractifs. Nos menus sont vendus à peine un euro plus cher que dans un fast-food classique », souligne le chef d'entreprise, qui veut s'attaquer aux 50 % de parts de marché du géant américain de la restauration rapide. « Certains critiquent McDo, d'autres les démontent. Nous, nous allons sur leur terrain avec nos produits de qualité et bon marché », résume-t-il. Les clients ont également accès à un magasin de vente directe d'environ 200 m². Un « showroom » où ils retrouvent les produits des entreprises partenaires.

Geoffrey Dirat