



« Du Sens et du Goût »

Green Day est un nouveau concept store conjuguant restauration rapide et alimentation biologique, lauréat du « Réseau Entreprendre » en mars 2010.

Il s'agit aujourd'hui de l'ouverture de l'unité pilote préalablement au lancement d'une chaîne de points de vente d'une surface minimum de 100m² nécessaire pour exprimer pleinement le concept d'une nouvelle génération de restauration.

La promesse faite aux consommateurs : « Manger sain, bon et équilibré ».

La volonté de Green Day : répondre à la préoccupation croissante de préservation de la santé, inscrire le bio dans le contexte très actuel de l'environnement durable ; par là-même rendre le bio accessible à tous.

La cible est avant tout urbaine, active et mixte.

Les créateurs

Catherine de Lembeye, la fondatrice à l'origine du projet, en charge du concept et de son développement marketing et commercial.

Diplômée Ecole Supérieure de Commerce, elle a travaillé de nombreuses années sur les marchés de l'agro-alimentaire et de la santé et a déjà été créatrice d'une entreprise, société de conseil, qu'elle a géré pendant plus de dix ans.

Hervé Riebbels, chef de cuisine expérimenté, en charge de la mise au point et de l'actualisation permanente des recettes, de la sélection des fournisseurs, de la formation et du management des équipiers.

Une expertise culinaire essentielle pour assurer créativité et succès du concept.

Près de trente ans d'expérience culinaire dont plus de quinze ans en tant que chef de cuisine d'un établissement 4*.

Leurs convictions

Le développement durable rencontre un réel écho chez les Français et l'alimentation biologique est l'alternative pour une restauration rapide jusqu'à présent mal équilibrée et sans traçabilité, mais dont la légitimité est loin d'être remise en question compte-tenu de l'inéluctable évolution du mode de vie professionnel et privé de nos contemporains (33 minutes en moyenne pour déjeuner et 38 minutes pour dîner).

La « Révolution Verte » est en marche et chacun se doit d'y participer.

Ce projet s'appuie sur quatre points fondamentaux :

- Le développement durable est une condition de renouveau pour une société qui s'épuise et le moteur de sa transformation.
- La santé au sens préventif du terme devient une préoccupation grandissante pour nos contemporains.
- L'évolution du mode de vie aboutit à une déstructuration des repas et à un nombre croissant de repas pris hors foyer.

Le potentiel de Green Day

La restauration rapide qui représente un marché annuel de plus de 5 milliards d'euros, est aujourd'hui le vecteur de croissance de la restauration commerciale.

Alors que le segment des hamburgers arrive à maturité, celui de la restauration rapide qualitative (dite « à la française ») connaît une forte progression.

Quant à l'alimentation biologique, elle pèse près de 2 milliards d'euros et croît de + 10% par an depuis dix ans, sachant qu'un Français sur deux s'est mis au bio.

Le bio n'est plus une « niche » réservée à des « addicts » mais un marché grand public.

L'offre de Green Day

Des produits préparés « sur mesure », à la demande, qui satisfont l'envie ou le besoin du moment:

à emporter, à consommer sur place ou chez soi.

Des sandwiches chauds ou froids, des tartines, des salades, un plat du jour « brasserie » qui change quotidiennement, des entrées, des desserts, des boissons et jus de fruits frais.

Des compositions qui tiennent compte de l'équilibre alimentaire à respecter à chaque repas et des ingrédients qui varient en fonction des saisons.

Un corner « épicerie/traiteur » qui propose des produits à consommer chez soi.

Objectif de la levée de fonds

Appuyer le plan de communication.

Développer des programmes de fidélisation et d'animations thématiques pour optimiser le trafic en dehors de la plage horaire naturellement très fréquentée : midi à 14h.

Contact

c.delebeye@wanadoo.fr
06 83 87 45 17