

Avec Bloom, le sushi végétal se développe en France

PARIS L'enseigne canadienne Bloom a importé le sushi végétal en France. Un deuxième point de restauration vient d'ouvrir dans le XVII^e arrondissement de Paris. Rencontre avec Marjan Tharin et Nicolas Mercier, deux des associés qui ont implanté le concept en France.



Romy Carrere

L'Hôtellerie Restauration : Vous avez implanté en France Bloom, un concept de restauration de sushis végétaux né au Canada. Pourquoi ?

Marjan Tharin : Avec Nicolas Mercier [l'un des trois associés, NDLR] nous sommes amis et nous avons des compétences complémentaires. Lui vient du monde de l'agroalimentaire, avec l'expertise et la conscience écologique, moi je viens de la mode et de la communication. Quand nous avons parlé d'une restauration plus responsable, ce projet est né. Nous avons fait la tournée des restaurants végétariens à l'époque, c'était délicieux, mais il nous manquait un côté festif. On s'est dit qu'on pouvait avoir les deux : un restaurant éco-responsable, végétal, tout en offrant quelque chose d'amusant et de beau. Nous avons eu l'idée d'ouvrir un restaurant autour des sushis végétaux mais avant de nous lancer, nous sommes allés voir la proposition du chef **Christian Ventura** au Canada. Nous avons tout de suite été séduits et nous nous sommes associés.

Pourquoi avoir choisi un concept végétal ?

Nous voulions créer quelque chose qui aille dans le bon sens, qui ne puise pas dans les ressources de la planète sans être pour autant des militants. On a cherché un concept qui a du sens, avec des valeurs fortes et sans remplacer le sushi. C'est un complément, une option supplémentaire. Nous avons une carte qui suit les saisons, on tient à respecter les circuits d'approvisionnement courts dès que cela est possible. On peut nous reprocher l'utilisation des avocats, mais nous les sourçons en Europe au maximum et nous cherchons des alternatives.

Comment travaillez-vous avec le chef Christian Ventura ?

Les recettes, les sauces sont celles de Christian Ventura. Elles ont été légèrement adaptées pour correspondre à la France, notamment en termes de taille des portions. Nous avons créé les cartes avec lui. Il vient régulièrement en France avec de nouvelles propositions, des idées d'ajustement... et surtout transmettre à nos chefs sur place.

Vous avez inauguré deux adresses à Paris. Des développements futurs sont-ils à prévoir ?

Nous avons prévu d'ouvrir trois points de vente en propre en France et de vérifier l'intérêt que portent les Parisiens à notre concept avant de nous déployer en franchise dans le reste de la France. Nous avons déjà deux points de vente dans le XVII^e arrondissement. Pour la troisième adresse, nous souhaitons cibler le centre de Paris. Nous avons également commencé la livraison. C'est important pour nous de savoir si la livraison peut fonctionner, c'est un critère déterminant pour un

► 1 March 2024 - N°3819

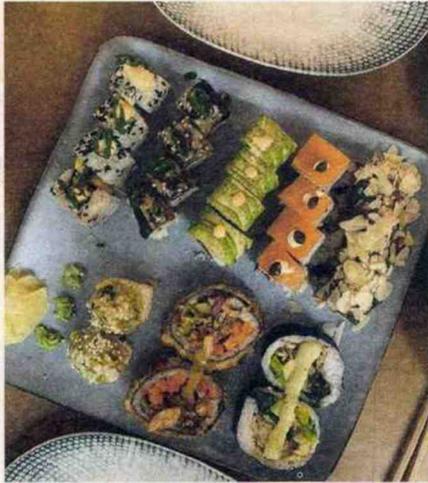
développement en franchise.

Qui sont vos clients ? Quel est le ticket moyen ?

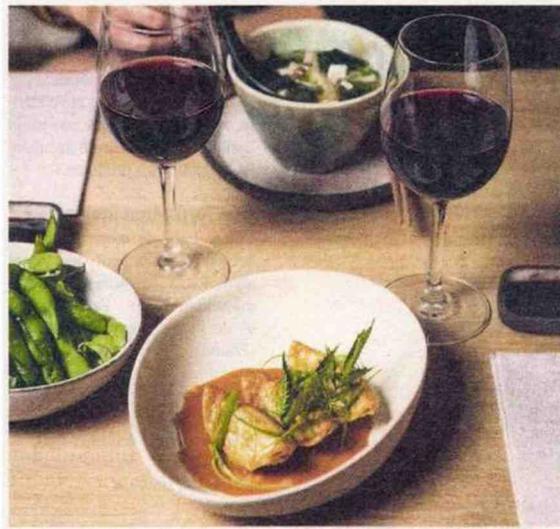
Nous attirons les végétariens et les végans, mais c'est une clientèle acquise. Notre victoire, c'est quand d'autres personnes viennent et surtout reviennent. Nous apportons quelque chose de nouveau sur le marché, avec une jolie carte de vins, de cocktails et de softs. Nous proposons des desserts élaborés sur place, à base de yumgo, un substitut d'œuf végétal. Côté ticket, moyen nous sommes à 32 € le midi et 40 € le soir.

Quels sont vos best-sellers ?

Le menu Omakase, c'est un peu comme un méli-mélo avec pleins de variétés. Dans les propositions plus individuelles, les dragon eyes - patate douce, tempura d'asperge et cébette, avocat, sauce épicée - et les crispy rice fonctionnent très bien. ■



L'assiette découverte pour deux (menu Omakase) de chez Bloom.



Les gyozas végétaux.



La salle du restaurant Bloom 2.