



Laurent Villa

P-DG du groupe Clav

L'INVENTEUR DE LA BRASSERIE 2.0

Laurent Villa, 50 ans, développe l'enseigne Tribeca, une offre de vastes brasseries contemporaines déclinables en version économique. Il a mis près de 20 ans pour définir ce concept fondé sur une cuisine de laboratoire et sur une digitalisation pointue. L'intégration de toutes les activités périphériques, jusqu'à la construction, lui permet aujourd'hui de tirer parti de synergies.

« J e n'ai jamais autant travaillé que depuis le début du premier confinement », assure Laurent Villa. Cette affirmation peut paraître paradoxale pour un homme qui a été contraint de fermer ses dix restaurants à deux reprises en 2020. Mais l'activité de cet homme d'affaires ne se limite pas à ce périmètre, Son groupe, Clav, est également présent dans les secteurs de l'agroalimentaire, de la digitalisation et de la construction. Il emploie près de 600 personnes et espère porter ses effectifs à un millier de personnes à la fin de l'année. Avant tout, cet homme d'affaires a mis à profit l'année qui vient de s'écouler pour parachever la transformation de son groupe. Il est en train de construire une usine agroalimentaire de 4 000 m² à Mouans-Sartoux (Alpes-Maritimes). Elle vient compléter les deux laboratoires déjà existants de Clav et traitera la viande, les glaces, les produits frits, les pâtes. Elle abritera également une boulangerie-pâtisserie et même une micro-brasserie. Parallèlement, depuis deux ans, Laurent Villa a largement digitalisé ses établissements et les cinq logiciels RX digital qu'il a créés sont proposés aux clients, mais aussi aux restaurateurs concurrents qui peuvent les utiliser pour commander des produits pour leurs restaurants, voire pour livrer directement leurs clients, via les laboratoires de Clav. « Mes restaurants sont fermés, reconnaît l'entrepreneur, mais durant ce temps j'ai découvert de nouveaux clients via la distribution. Je peux ainsi jouer pleinement la carte des dark kitchens. » Les journées de Laurent Villa sont aussi occupées par la construction de quatre restaurants. Cet homme qui aime tout contrôler détient une société qui se charge des travaux. Elle inter-

vient également dans le secteur de l'hôtellerie. Après avoir effectué une première incursion en région parisienne à Plaisirs (Yvelines) avec la création d'un restaurant Tribeca, l'homme d'affaires projette d'ouvrir à l'automne un autre Tribeca de 1 000 m² sous la dalle de la gare Montparnasse. C'est sur cette enseigne qu'il mise désormais.

UNE REMISE EN QUESTION PERMANENTE

Auparavant, au début des années 1990, alors âgé de 20 ans, il a créé deux sociétés, l'une dans l'affichage et un tour-opérateur. Mais cet homme issu d'une famille de restaurateurs corses n'a pas longtemps résisté à l'appel de la restauration.

« Je souhaitais mettre en place un concept plus rentable. »

Après avoir revendu ses deux premières entreprises, il a tout réinvesti dans ce secteur. Il a alors créé son premier restaurant, Spirit of Food, un self service haut de gamme en 2002. Toujours prompt à se remettre en question, en 2008 il décide de changer de créer sur l'emplacement son premier Beef House. « Le précédent restaurant fonctionnait bien, raconte-t-il, mais mon coût matière était trop important, je souhaitais mettre en place un concept plus rentable. » La formule du Beef House est fondée sur les viandes du monde (argentine, wagyu, angus), et une forte présence de burger, le tout servi dans un décor d'inspiration new-yorkaise.

Le succès est au rendez-vous. Une deuxième unité ouvre cours Saleya, à Nice, et l'enseigne décolle vraiment avec l'installation d'une unité de 600 m² dans le centre commercial des Terrasses du Port, à Marseille. En 2015, Beef House est élu meilleur label de restauration au Mapiç. Le développement rapide de l'enseigne a alors conduit Laurent Villa à changer de stratégie. « En m'éloignant de mes restaurants, je me suis aperçu que la qualité tendait à baisser, reconnaît-il. J'ai donc décidé de créer des laboratoires qui m'ont permis de remonter significativement le niveau. » Laurent Villa ne cache pas que cette solution lui a permis de faire baisser son prime cost (coûts, produits + frais salariaux). Plus récemment, pour élargir son offre au-delà de la viande et à la mesure de l'offre d'une brasserie, Laurent Villa a largement modifié son concept. Il a même abandonné son enseigne Beef House, au profit de Tribeca. Tous ses projets d'ouverture se réalisent désormais autour de ce nouveau nom. Le Beef House marseillais devrait même être bientôt reconverti en Tribeca. Ces nouveaux restaurants bénéficient d'une digitalisation très poussée grâce à des logiciels maison (RX) qui permettent encore de réduire le prime cost. Ils permettent notamment de limiter le temps consacré au service et d'améliorer l'accueil. Tribeca affiche ainsi un EBE appréciable de 17 % du CA. La chaîne sait aussi s'adapter avec deux types d'établissements. Les Tribeca rouges misent sur des surfaces de l'ordre de 500 m² et un ticket moyen de 27 €. En revanche, les Tribeca Easy s'implantent sur des surfaces de 250 m² et s'appuient sur des tickets moyens largement inférieurs (17 €). Ils constituent ainsi une offre de restauration rapide haut de gamme. ●

JEAN-MICHEL DÉHAIS