



## L'ACTUALITÉ

# Moma Group met les bouchées doubles

Adossée depuis 2016 au groupe Barrière, l'entreprise fondée par Benjamin Patou multiplie les ouvertures de restaurants prestigieux. Soit 21 M€ d'investissements prévus pour le premier semestre 2019.

**Benjamin Patou**  
a bâti  
Moma  
Group.



© SONIA SIEFF

**M**anko, Lapérouse, La Gare de la Muette, Bus Palladium... Autant d'enseignes appartenant à Moma Group. L'entreprise, fondée en 1997 par Benjamin Patou, a débuté dans le monde de la nuit avant de se diversifier. Au menu : traiteur, conseils et événements culturels

et, depuis 2014, restauration. Dopée par l'entrée à son capital du groupe Barrière, la société appuie sur l'accélérateur et vise une trentaine d'établissements d'ici la fin de l'année, avec un agenda chargé.

En janvier, Moma Group inaugurerait à Paris Ran, un restaurant japonais raffiné. En février, le Victoria - "cuisine méditerranéenne et ambiance festive" - était dupliqué à Saint-Barthélemy, aux Antilles, avant d'être franchisé à Saint-Tropez, dès le mois de juin. Le 22 avril, La Gare de La Muette (ex-propriété de Bertrand Restauration) a mis à l'honneur les "cuisines du monde" sous la houlette du chef péruvien Gaston Acurio, avec "quatre cuisines spectacles et un immense barbecue argentin de 11 mètres de long". Fin mai, le Lapérouse, désormais piloté par les chefs Jean-Pierre Vigato et Christophe Michalak, rouvrira ses portes, suivi au second semestre par Le Boeuf sur le toit, acquis avec le chanteur Patrick Bruel.

### Réveiller les belles endormies

La recette du Moma Group ? "On va chercher de belles endormies - des lieux qui ont

un potentiel important ou des endroits historiques -, puis faire un casting fort entre un grand décorateur et un grand chef, aborder les choses sous forme événementielle ou expérientielle, et enfin saupoudrer d'une bonne dose de communication", explique Benjamin Patou, qui espère dupliquer nombre de ses concepts.

Food Society - le plus grand food-court d'Europe prévu aux Ateliers Gaité à Paris et à Lyon-Part-Dieu à l'horizon 2020 - sera ainsi déployé dans tous les centres commerciaux du groupe Unibail-Rodamco-Westfield. Le Café Lapérouse, hébergé au sein de l'Hôtel de la Marine, rouvrira en juin 2020, avec une carte signée Jean-François Piège. Un concept jouant sur "l'image du luxe à la française", et que Benjamin Patou entend exporter au Moyen-Orient et en Asie. Le Manko, lui aussi confié à Gaston Acurio, sera présent à Doha et au Luxembourg dès l'automne, tandis que le Shellona vise plutôt Miami et Ibiza. Le Rural, créé en collaboration avec le chef Marc Veyrat, parie quant à lui sur l'Hexagone, ses zones commerciales et ses lieux de flux (aéroports, gares...).

Grâce à cette croissance externe, Moma Group a réalisé une progression de plus de 20 % de son chiffre d'affaires pour la troisième année consécutive... et ne compte pas en rester là. L'objectif est d'atteindre 160 M€ en 2021, contre 98 M€ fin 2018. ■

Lapérouse a rejoint le giron du groupe.



© DR



Poser une question,  
ajouter un commentaire  
Violaine Brissart



> [www.hotelierie-restauration.fr/QR/RTR958813](http://www.hotelierie-restauration.fr/QR/RTR958813)