


Wild and The Moon, slow food et croissance éclair

 esechos.fr/week-end/business-story/innovation/0301802788307-wild-and-the-moon-slow-food-et-croissance-eclair-2182954.php

Emma Sawko - Emmanuelle pour l'état civil - vous raconte volontiers la belle histoire de Wild and The Moon : elle, une ancienne de la pub (chez DDB), basque née à New-York ; et son mari Hervé, ancien « partner » de la banque d'investissement Rothschild. Tous deux aujourd'hui associés en affaires. Emma, il y a dix ans, doit suivre Hervé à New-York. Elle développe un premier projet dans la Grande Pomme qui tourne court pour cause de mutation de monsieur. Direction Dubaï et nouveau projet qui mêle déco, bijoux, et « food ». Comptoir 102, sorte de « cantine bio », voit le jour dans la grande ville du golfe Persique. « *Le succès a été immédiat, normal à Dubaï, car c'était plutôt junk food* », témoigne Emma. Quelques récompenses (Prix Harper's Bazaar pour le design et What's On Award du meilleur restaurant bio) renforcent la jeune femme dans sa certitude qu'il y a un vrai avenir dans la « cuisine saine ». Et c'est au retour à Paris, il y a deux ans, que Wild and The Moon est lancé. La première boutique rue Charlot, dans le 3ième arrondissement de Paris, ouvre en février. Là encore, le succès est rapide: « *il y avait la queue dans la rue dès le premier jour* », se souvient la jeune femme (radiieuse, à 48 ans et trois enfants, elle en fait aisément dix de moins).

Sans déchets

Il est vrai que le concept « green » de Wild and The Moon à tout pour séduire tous les bobos et millenials perdus dans la jungle urbaine et qui entendent manger sain. Salades, plats chauds, desserts, snacks, jus pressés à froid, smoothies : l'offre est large, sur place ou en take away (45% du chiffre d'affaires). Et si, le plus souvent, les recettes sont issues du cerveau fertile et gourmet d'Emma Sawko, un chef exécutif - Thibaut Rouillard - aide à les mettre en musique. Mais là où W&M fait la différence c'est dans la volonté de pousser à fond le concept « vert » : ici tout est vegan (donc aucun ingrédient d'origine animale), les produits sont 100 % bio, au maximum locaux, de saison et responsables, sans gluten, sans pasteurisation, le plus « home made » possible (le lait d'amande, par exemple, est fait maison), aucune matière plastique (les emballages, biodégradables, sont à base d'amidon de maïs et de canne à sucre) et zéro déchet ! Ainsi, la pulpe et les fibres des légumes et des fruits sont réutilisées pour en faire des crackers, les fanes de carottes sont servies en soupe, les épluchures de pommes sont recyclées dans un granola et ce qui n'a pas été consommé est récupéré par Too Good To Go pour des paniers vendus à moitié prix. Enfin, les meubles sont issus du recyclage ou de la récupération, les petits équipements sont chinés dans les brocantes et marchés...



Emma Sawko - DR

Quatre millions d'euros

Les trois associés dans l'affaire croient ferme à leur modèle et ont de l'ambition pour lui. Outre continuer à mettre l'accent sur le site marchand et en particulier le programme Detox (une « cure » de jus) accompagné par Anne-Marie Narboni, une canadienne présidente du Congrès mondial de naturopathie, il s'agit de multiplier les échoppes en dur. Un onzième restaurant ouvrira dans quelques semaines à Paris, place du marché Saint-Honoré. Et Emma, qui « rêve de faire de Wild and The Moon une sorte de Starbucks du bio » voit encore plus loin. La société, qui a levé 4 millions d'euros auprès de proches (financement « friends & family »), évoque sans détours outre le développement en propriété, une croissance via la franchise, à l'étranger en priorité.

À lire aussi

- [L'application Too Good To Go fait la chasse au gaspillage alimentaire](#)
- [Les 7 préceptes alimentaires healthy](#)

[@VINCENTClaude2](#) Suivre

Inscrivez-vous

Newsletter Week-end