2020 BIG MAMMA À TRAVERS LE COVID

L'IMPACT DU VIRUS SUR NOTRE ACTIVITÉ

LET'S CATCH UP!

La genèse de Big Mamma, ça part d'un désir fou de transporter les gens en Italie, une fois le pas de la porte passé, retrouver l'atmosphère chaleureuse des trattoria populaires. Un décor de dingue, des produits frais en direct de la Botte, au meilleur rapport qualité-prix possible, le tout servi par une team au triple smile et à l'accent chantant.

East Mamma a ouvert ses portes le 6 avril 2015, dans un buongiorno retentissant. Et à partir de là, tout s'est enchaîné. L'ouverture de 12 restaurants à travers l'Europe, 12 coups de cœur immenses pour de nouveaux lieux, la découverte de nouvelles villes, de Lille, Londres, Lyon ou encore Madrid, l'arrivée de nouveaux dans l'équipe, l'émergence d'un paquet de nouvelles idées et envies chaque jour. Et dans ce tourbillon, s'il fallait retenir la chose qui nous rend le plus fier et qui nous fout encore plus la chair de poule, c'est cette team, ces 1000 personnalités qui rendent chaque jour réel, ce dingue rêve de départ.

Et c'est avec cette folle équipe qu'on s'est lancés dans cette année 2020, des envies plein la tête. Quelques mois seulement après avoir ouvert Libertino, notre 8e restaurant parisien, le 6 décembre 2019, on a mis le cap sur Lyon, pour ouvrir Carmelo sur la presqu'île, le 7 février 2020. Une trattoria au cachet fou dans une ville qui fait chaud au cœur. Et ce n'était que le début d'une merveilleuse année qu'on comptait bien dévorer à mille à l'heure.

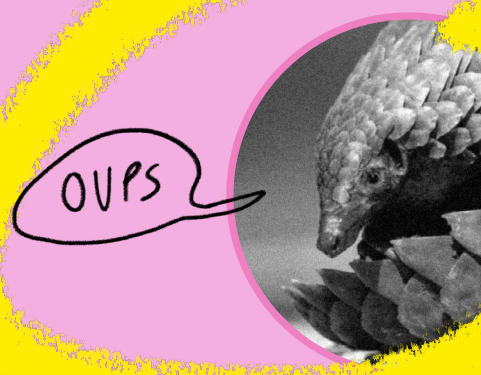
Mais soudain, changement de décor, l'année prend un tournant déroutant avec l'arrivée du Covid en France. Si on se demandait quel pouvait être le comble pour un restaurateur, pour un métier où l'essence même est de réunir des gens, dans un même lieu, pour partager des moments de bonheur et de convivialité, il semblerait que 2020 y ait répondu. En grande pompe.

C'EST FINALEMENT DANS LA TEMPÊTE QUE SONT NÉS LES PROJETS LES PLUS INATTENDUS DE NOTRE AVENTURE.

2020, on ne va pas dire qu'on t'a aimée, mais par contre on sait maintenant qu'on en ressort sacrément plus soudés.

ON RACONTE TOUT

Dans ces quelques pages, on a eu envie de vous faire découvrir les coulisses de notre année, nos peines, nos coups durs mais aussi nos espoirs et parfois nos joies. De vous partager également des sujets de fond sur lesquels on a continué de bosser, sur nos engagements humains et environnementaux. On n'a sans doute pas été parfaits mais on a mis du cœur à l'ouvrage et en voilà le bilan.



L'INDÉSIRABLE COVID 19

Le 16 mars, la nouvelle tombe.

C'est confirmé, la France est confinée. On avait entendu les bruits de couloirs, on s'y attendait sans vouloir y croire. Mais ça y est, c'est acté, quelques heures seulement pour tout fermer, tirer le rideau avant de rentrer chez nous pour une durée indéterminée.

MAIS ÇA VEUT DIRE QUOI AU JUSTE DE FERMER UN RESTAURANT ?

LE JOUR OÙ TOUT A BASCULÉ

Depuis le début de l'aventure en 2015, nous n'avons que très rarement fermé nos restaurants. En fait, uniquement 3 jours à Noël chaque année pour que ce ne soit jamais un problème pour notre équipe d'aller passer les fêtes en famille. Fermer, en réalité, c'est inédit pour nous et des centaines de questions ont commencé à fuser.

Une des premières, les frigos, que fait-on des frigos ? L'annonce de fermeture étant tombée très tard, nos chambres froides, nos étagères, nos cuisines étaient toutes parées à recevoir les prochains jours, midi et soir, nos clients. Notre politique étant déjà de **limiter au maximum les risques de gâchis au quotidien**, il nous manquait les connaissances nécessaires en canaux de redistribution de surplus.

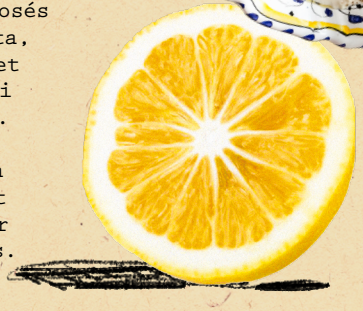
On a donc frappé en 24h à la porte d'à peu près tous les spécialistes de la lutte contre le gaspillage, et c'est comme ça qu'on a eu la chance de rencontrer Phœnix. Experts en invendus, ils font en sorte que ceux-ci ne deviennent jamais des déchets, entre **dons aux associations, revente aux particuliers et upcycling**. Grâce à eux nous avons pu distribuer et vendre près de **600 paniers** à ceux qui cherchaient à prix mini des produits frais, composés entre autres de mozzarella, burrata, Parmigiano Reggiano, fruits et légumes de saison, prosciutto di Parma et autres charcuteries.

On a aussi creusé en parallèle la piste des donations. Et ça faisait chaud au cœur quelque part de voir qu'on était loin d'être les seuls.

Les dons ont afflué en cette période et les asso' n'ont pu absorber tous ces volumes. De plus, respectant elles-aussi les recommandations de normes sanitaires strictes et de Bonnes Pratiques d'Hygiènes éditées par la DILA, il n'était pas possible de tout donner.

Malgré toute la bonne volonté du monde, il nous a été impossible de ramener la casse à 0. Ça a été un véritable crève-cœur, ne trouvant plus de solution, n'ayant plus de temps, nous avons dû jeter une quantité non négligeable de nos produits avant de définitivement couper l'électricité, nettoyer de fond en comble nos 12 restaurants, filmer la vaisselle et fermer à clé. On n'a pas été des magiciens sur ce coup là, mais on a fait tout ce qu'on a pu.

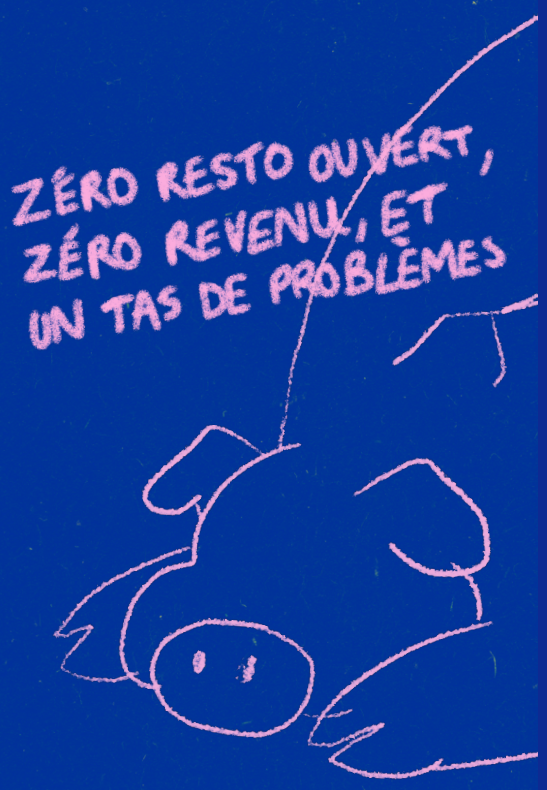
CE NE SONT PAS QUE LES RESTAURANTS QUI ONT DÛ FERMER, C'EST TOUT UN ÉCOSYSTÈME QUI A CHAVIRÉ DU JOUR AU LENDEMAIN.



En parallèle des produits que nous avions déjà en stock, il faut également prendre conscience des **impacts collatéraux** sur tous les acteurs du secteur. On travaille au quotidien avec des producteurs et des fournisseurs, souvent depuis plusieurs années, à qui on commande de manière ultra régulière. Certains étaient donc déjà en train de préparer leurs produits quand nous avons dû leur annoncer que malheureusement nous ne pourrions plus commander de marchandises pendant quelque temps.

"OUI ENFIN ÇA VA, LA SITUATION EST MOINS CRITIQUE POUR VOUS, VOUS ÊTES UN GRAND GROUPE, VOUS AVEZ DE QUOI VOIR VENIR..."

ALORS OUI, MAIS PAS TOUT À FAIT NON PLUS. ON A LA CHANCE D'AVOIR PLUSIEURS RESTAURANTS ET DE RECEVOIR BEAUCOUP DE MONDE CHEZ NOUS CHAQUE JOUR.



Mais du jour au lendemain, c'est un millier de personnes qui se retrouvent dans l'incapacité de travailler. Au 16 mars, les quelques économies disponibles sur nos comptes nous permettaient de tenir deux mois et demi, et on voyait **le paiement des salaires, les charges, les loyers et les dettes fournisseurs** arriver à toute vitesse. On n'a pas vraiment l'habitude de vous parler finance parce qu'on préfère vous parler des gens, de la bouffe et des produits, de ce qui nous passionne. Mais c'est bien l'un des premiers trucs qui nous a explosé en pleine figure au début de la crise. Zéro resto ouvert, zéro revenu, et un paquet de problèmes.

Que faire dans ce cas, se préparer à mettre la clé sous la porte ?

C'était hors de question. On s'est mis en position de combat et on a cherché tous les moyens possibles pour trouver de l'oxygène. Notre première étape a été de prendre la main tendue par l'État Français et de mettre la grande majorité de nos équipes au chômage partiel.

On mesure la chance qu'on a eue d'avoir ce dispositif en France, qui a été ultra protecteur et indispensable pour notre survie.

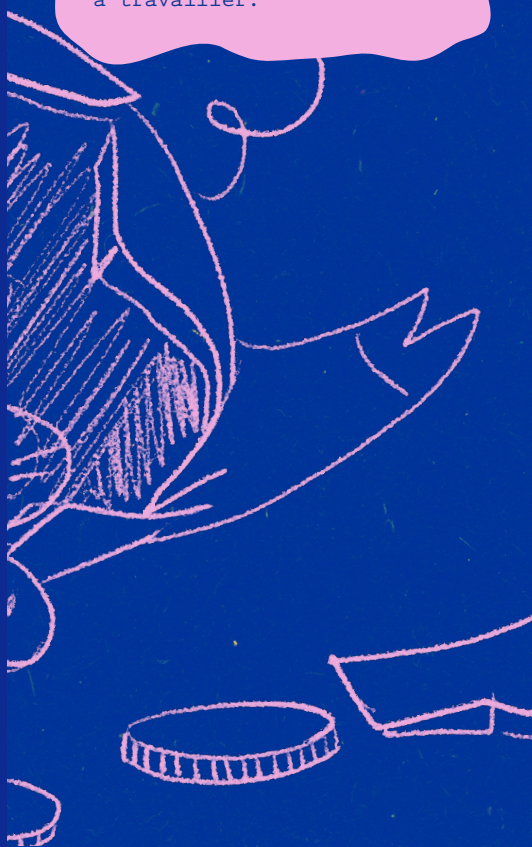
Et on s'est vite rendu compte que ce qui était possible en France ne l'était pas forcément en Angleterre, où le fonctionnement et l'approche sont beaucoup plus capitalistes. 300 membres de l'équipe sont au UK. Il a donc fallu penser les choses différemment et décider d'absorber le coût des salaires plutôt que de devoir se séparer de personnes de l'équipe.

Débute ensuite un complexe processus de collaboration avec nos fournisseurs et prestataires. Avec nos propriétaires tout d'abord, on essaye de trouver un terrain d'entente afin d'obtenir, lorsque c'est possible, des franchises de loyer. On appelle ensuite nos producteurs pour essayer de trouver les bons compromis garantissant à chacun la pérennité de son activité. Cela fait des années maintenant que l'on travaille ensemble et ça nous tenait à cœur de ne surtout pas fragiliser leur production. C'est de pair qu'on a convenu des meilleurs délais de paiements et de l'organisation pour la future reprise de l'activité.

Le dernier recours a été d'aller frapper à la porte des banques afin de trouver un appui financier. Mission quasi impossible dans ce contexte : **comment emprunter quand toutes les banques sont réticentes à prêter** ? On a pour cela passé des jours et des nuits à monter des dossiers présentant l'ensemble des futurs scénarios possibles pour notre activité, avec une réouverture en avril, en mai, en juin, plus tard, en faisant des estimations sur l'avenir, sur le potentiel retour de clients chez nous dans telles ou telles conditions, etc etc.

Une espèce de planification de l'avenir, les yeux bandés, sans aucune certitude, juste l'envie de ne pas s'effondrer. On a finalement réussi à se faire accompagner par des banques et par la **BPI** qu'on ne remerciera jamais assez de nous avoir aidés dans la traversée de cette tempête. Résultat, on respire à nouveau, un peu. Mais le travail est loin d'être fini et on est conscients que notre équilibre est encore bien fragile.

On est parvenu ainsi, tant bien que mal, à stabiliser la situation mais on s'interrogeait de plus en plus sur de nouveaux projets qu'on pourrait mettre en place pour recommencer à travailler.



ET VOS **ÉQUIPES**, VOUS EN AVEZ FAIT QUOI ?

PROTÉGER

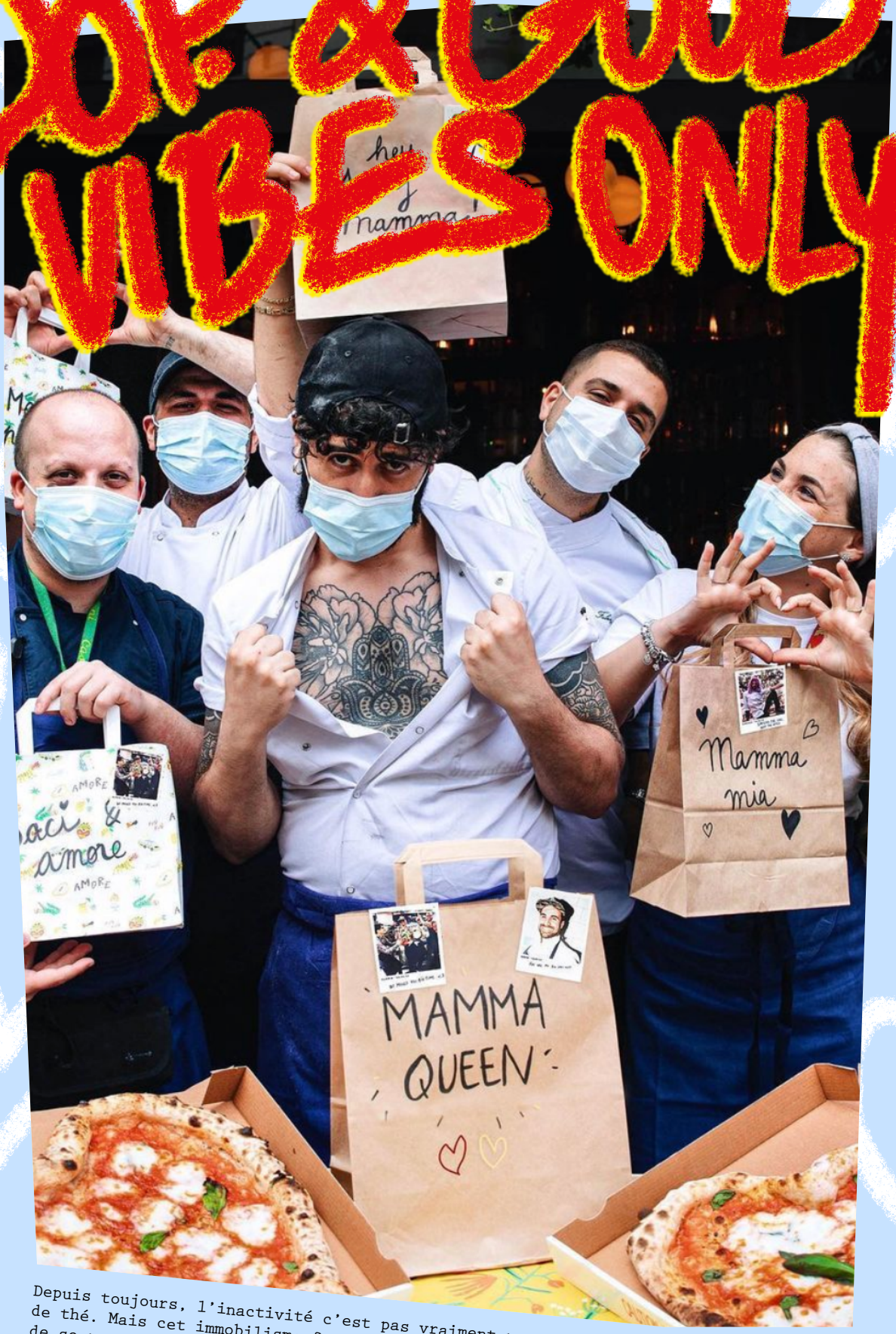
Notre équipe, c'est elle qui était au centre de toutes nos préoccupations, de toutes les décisions. Ce qui est intéressant avec le recul, c'est qu'on se rend compte que grâce aux liens très forts qu'on entretient avec l'Italie, premier foyer d'Europe, on a plus rapidement pris connaissance de l'ampleur du Covid. L'Italie était déjà en alerte rouge, alors que le ciel de la France n'était pas encore assombri. Mais toute notre équipe suivait l'évolution à distance des débuts du virus. Nous avons donc commencé à appliquer très tôt les premières mesures que l'on voyait appliquées en Italie. Avant même que ce soit officiellement communiqué ici, nous avons mis en place un protocole sanitaire ultra strict : masque obligatoire, distanciation sociale, lavage des mains et désinfection régulière des surfaces, prise de température des clients à la Felicità et du staff dans toutes les trattorias.

C'est peut-être l'aspect qui nous a le moins désarçonné de cette étrange situation. Quand on travaille dans la restauration, on baigne au quotidien dans un univers où le respect des normes d'hygiène est impératif. Et à ce titre-là, les restaurateurs ont probablement été parmi les meilleurs élèves.

SOUDER

À l'annonce du confinement, temporairement mis au repos et à domicile, notre plus gros enjeu a été de parvenir à ne pas rompre le lien, rester soudés dans l'adversité. Toutes les plateformes qu'on pouvait utiliser pour échanger ont été exploitées. Autant vous dire qu'on est devenus ceinture noire de Zoom et de Workplace pendant cette période, l'occasion de faire des points réguliers sur la santé de boîte, de partager les informations, les décisions, d'être ultra transparents sur la situation, autant que pour répondre aux questions et angoisses existantes. Ces échanges ont été des moments incroyablement puissants d'équipe, de soutien, d'entraide entre nous tous. Perdre tout et se rendre compte que ce qu'il reste c'est un socle solide, une équipe unie par des valeurs évidentes, ça fout des frissons. Et c'est grâce à tous ces moments de partage qu'au bout de quelques semaines, l'avenir de Big Mamma a recommencé tout doucement à se dessiner.

DOP & GOOD VIBES ONLY



Depuis toujours, l'inactivité c'est pas vraiment notre tasse de thé. Mais cet immobilisme forcé, ça a été l'opportunité de se poser un peu, prendre du recul et réfléchir de quelles manières on pouvait se réinventer.

23000 REPAS POUR LES SOIGNANTS

Le début du confinement a été une période inédite de transition, un moment où le monde s'est mis en pause, pour protéger les autres et soi-même. Mais très vite, on a tous pris conscience de la force de l'engagement de ceux qui continuaient à **se battre pour le bien commun**, les infirmiers, les caissiers, les médecins.

À notre échelle, on a voulu leur donner un coup de main. Avec l'aide de nos producteurs, des potes, ou de nos réseaux de fournisseurs, tels que **Mamma Fiore**, nos chefs ont récupéré des produits et ont cuisiné, directement chez eux, des milliers de repas à destination des hôpitaux, 23 000 au total. Imaginez des cuisines de taille normale, enfin de taille parisienne, se transformer en cuisines professionnelles prêtes à servir 50 repas plein d'amour en un service. Épique.

On a aussi eu, à ce moment là, un sacré coup de main de la part des équipes d'**Uber Eats** qui ont pris en charge à 100% la livraison des repas aux hôpitaux. En parallèle de cela, on s'est associés à d'autres actions telles que celle des **Ravitailleurs**, qui ont bougé ciel et terre pour apporter du réconfort et des repas aux sans abris et aux plus démunis. Ça a été notre façon à nous et de manière collective d'envoyer du soutien à ceux qui en avaient encore plus besoin.

SE RENDRE **UTILE** PENDANT LA CRISE

En plus de ces actions, on a voulu continuer à mener à bien la mission que l'on s'est fixée depuis le début de l'aventure Big Mamma. Tigrane nous parle souvent d'un concept qui lui tient à cœur au sujet de nos restaurants, c'est celui de « **LA CONTAGION DU BONHEUR** ».

Notre objectif, lorsqu'un client passe le pas de notre porte, c'est de lui faire passer le meilleur moment de sa journée. Ça passe par une déco chaleureuse et qui surprend, une cuisine réconfortante, authentique mais aussi par un service bienveillant, à l'énergie communicative.

Pendant cette période bien spéciale, on a voulu plus que tout continuer à pratiquer l'essence de notre métier, continuer à être un anti-déprime du quotidien. Pour cela, faute de pouvoir être au contact de nos clients, on s'est dit qu'on allait essayer de leur apporter cette dose de bonheur à la maison.

ON NE PEUT PAS CUISINER POUR VOUS ? QU'À CELA NE TIENNE, ON VA VOUS PARTAGER TOUS NOS TIPS POUR RECRÉER NOS PLATS ET CES MOMENTS DIRECTEMENT CHEZ VOUS.

TUTTO AT HOME

LA CONTRE ATTAQUE

Les réseaux sociaux ont été un merveilleux outil de connexion et d'échange durant cette période. C'était pas du Spielberg, mais on a adoré partager en détail sur des vidéos les étapes de préparation de la pastiera napoletana, des gnocchis alla sorrentina ou de notre focaccia et de voir et suivre le résultat chez vous, dans vos cuisines. Le paradoxe là dedans ? C'est qu'on n'a finalement jamais fait autant vivre et jamais autant interagi avec notre communauté qu'à ce moment-là, alors que l'ensemble de nos restos étaient fermés. Et ça a été notre grosse dose de smile quotidienne.

INNOVER ET SE DIVERSIFIER

La crise sanitaire nous a poussé à repenser les choses et à développer de nouvelles activités, avec une envie débordante de reprendre du métier et de redonner vie à notre petit écosystème avec nos producteurs. Alors on a lancé la première étape en quelques jours, celle d'une offre en **click & collect**, depuis nos restos. De l'emporter ? On n'avait jamais fait. Mais ça nous a ouvert la porte sur un monde passionnant, dont on ignorait tout.

Des nouveaux casse-têtes en veux-tu en voilà, du type comment réussir à faire des pizzas qui arrivent parfaitement crousti-mœlleuses à la maison ou comment livrer des recettes de pasta qui restent gourmandes et chaudes même après avoir voyagé entre le resto et chez nos clients. On s'est aussi rendu compte que l'offre de cuisine italienne de qualité disponible à domicile était assez limitée. Bref, ça a soulevé un paquet d'arguments qui nous ont rapidement donné des envies plus grandes autour de ce projet. C'est à partir de là qu'est née notre nouvelle marque dédiée à l'amour de la bonne bouffe italienne, cette fois-ci en livraison jusqu'à vos maisons. Et qui a rapidement trouvé le nom de code :

NAPOLI GANG

DÉFENDRE NOTRE TEAM ET NOS PRODUCTEURS

Nos deux ambitions de départ : devenir la référence du bien manger italien à la maison et de désindustrialiser la pizza en livraison. Au programme, du 100% fait maison, des plats généreux et gourmands, authentiquement italiens, adaptés et pensés pour la livraison. Sans oublier nos engagements éthiques : une cuisine sans conservateur, additif ou colorant avec des produits en provenance de petits producteurs italiens et en France, en hyper local quand cela est possible.

Au cœur de notre approche, comme toujours, l'équipe. Avec Napoli Gang, on a décidé d'aller un cran plus loin, en inscrivant notre ambition sociétale et environnementale dans les statuts de l'entreprise, ceux d'une «Entreprise à Mission». On s'est maqués avec plusieurs associations, Duo for a Job, Sport dans la ville et Entourage, qui travaillent au quotidien pour favoriser l'égalité des chances. Le Gang, c'est une équipe haute en couleur, un crew de rockstars qui n'a pas forcément postulé avec un CV mais plutôt avec du bagout et une envie d'apprendre sans limite.

DES NOUVEAUX PROJETS POUR SE RÉINVENTER

Napoli Gang, c'est l'une des plus grandes surprises de notre aventure, une nouvelle trajectoire qu'on n'avait pas prévue. Ça nous a permis de garder une partie de nos équipes au travail durant la fermeture des restaurants, mais c'est très vite devenu aussi un projet à vocation pérenne, une activité dans laquelle on avait envie d'amener très loin notre passion pour les bons produits, pour l'authenticité, mais cette fois-ci, à la maison, chez nos clients.

On débarque dans un secteur, celui de la livraison, dans lequel on a envie de faire bouger les lignes. Ça commence par la somme de plusieurs actions comme le fait de faire signer une charte éthique à notre partenaire de livraison **Uber Eats** ou alors de reverser 1% du chiffre d'affaires Napoli Gang à nos livreurs, en plus de leur rémunération, sans intermédiaire, ni commission. On commence à notre petite échelle, mais c'est un premier pas pour faire bouger les lignes.

L'année 2020 a été l'occasion de développer de nouvelles idées, hors de notre scope habituel, mais c'est sans oublier les autres projets qui sont nés pendant cette même année. Aux compteurs, deux ouvertures complètement dingues, des petits nouveaux qui viennent rejoindre l'aventure et dont on est plus que fiers.

CETTE PÉRIODE DE CRISE, C'ÉTAIT AUSSI L'OCCASION DE TESTER NOTRE AGILITÉ, VOIR DE QUELLE MANIÈRE ET AVEC QUELLE FLEXIBILITÉ ON EST CAPABLES DE S'ADAPTER.

CARMELO

À Lyon tout d'abord, notre premier restaurant dans la capitale des Gaules, en plein cœur de la vieille ville. Un condensé de pépites, une épique équipe de talents qui font partie de Big Mamma depuis des années. Notre chef Idriss par exemple, à la tête de la cuisine, était le chef de la pizzeria Popolare à Paris, avant de changer d'air et de s'expatrier à « Lione ».

Mais le mieux, et on ne s'en est pas rendu compte tout de suite, c'est la girl power energy qu'on retrouve à la tête du resto. Au poste de directrice, Candice, qui, malgré son jeune âge, est une poigne de fer dans un gant de velours, assistée par Elisabetta au poste de manager, véritable fruit de la méritocratie au sein du groupe, arrivée runner à Popolare après une reconversion professionnelle. Et au poste de sous-chef, c'est Michela, anciennement chez Mamma Primi, qui accompagne Idriss. On a toujours à cœur de promouvoir la parité, surtout dans un secteur comme le nôtre qui est statistiquement dominé par les hommes.

30SEC

30sec, c'est une plateforme développée en interne, pensée comme un outil qui répond aux critères du monde de demain. Il s'agit d'un service de paiement digital, sans contact, à la fois rapide et sécurisé.
On l'a pensé comme un moyen pour pallier au moment un peu laborieux de l'addition, parfois trop longue à venir et compliquée à partager. Et c'est aussi l'occasion de payer sans contact, en toute sécurité.
L'utilisation de 30sec est d'une grande simplicité. Il suffit de scanner un QRcode partagé par le chef de rang, entrer le numéro de table et obtenir ainsi le détail de l'addition. À partir de là, il est possible de choisir le montant qu'on désire régler et tous les convives peuvent en faire de même. Ça permet d'économiser en moyenne près de 12 minutes de temps d'attente tout en limitant les échanges et contacts entre personnes.

Ce projet, c'est une superbe réussite d'équipe, un truc qu'on a monté ensemble, en prenant en compte les avis et les retours de tout le monde. C'est un peu le symbole de notre mindset de cette année, **essayer de trouver des solutions dans l'adversité**, notre capacité, mine de rien, à jongler dans la tempête.
Et c'est aussi et surtout une base de travail, une plateforme modulable, modifiable et améliorable à l'infini. C'est sur cette plateforme par exemple qu'on a pu héberger nos menus en ligne afin d'éviter les menus papiers jetables. Ou encore, c'est là-dessus qu'on a pu installer notre cahier de rappel, à la demande du gouvernement.

BEL MONDO

Le 18 septembre 2020, c'est au tour de Bel Mondo d'ouvrir ses portes, notre première ouverture à **Madrid** et pas des moindres. Pour l'occasion, c'est tout une partie de la team qui a pris la décision de déménager outre-Pyrénées, Tigrane et Ciro, notre chef historique compris. Ouvrir en Espagne, c'était un rêve. Ouvrir en pleine crise du Covid ? Un peu moins. Ça a représenté un nombre de contraintes hallucinant, d'aménagements d'espace, de normes, d'adaptation aux restrictions gouvernementales tout en constituant une nouvelle équipe, apprenant une nouvelle langue, testant une nouvelle carte.

Bref, c'était quasi mission impossible. Mais on n'a pas baissé les bras, parce que ce resto on en a rêvé et qu'on était persuadé qu'on pouvait et avoir les normes d'hygiène de la Nasa et faire passer un putain de moment à nos clients. Et cette ouverture a été hallucinante, on a reçu le plus bel accueil de la part des madrilènes. Ça a été un énorme booster et une récompense énorme pour notre équipe sur place.

THE SHOW MUST GO ON

Forts de 13 restaurants désormais, la promotion interne est un élément central dans notre vision du groupe. Parce qu'on est persuadés que la restauration est un incroyable outil de professionnalisation, d'ascenseur social et d'acquisition de compétence, on cherche en permanence à proposer des postes évolutifs, qui continuent à être conçus comme des challenges stimulants pour les personnes qui les occupent.

Notre team a l'opportunité d'évoluer en interne, avec la possibilité de changer de restaurant, de ville ou de pays, de se tester sur de nouveaux postes, avec de nouvelles équipes.

ON ESSAYE DE CRÉER AUJOURD'HUI LE MÉTIER QU'ON VOUDRAIT AVOIR DEMAIN.

CHANGE PEOPLE'S LIVES WITH PIZZA

Big Mamma ce n'est pas une fin en soi, c'est finalement une aventure qui nous permet à tous de changer de vie. Tous les gens qui croisent la route de Big Mamma ont des parcours incroyables. **Enrico** est arrivé pour être runner en contrat d'intérim de 2 semaines, il parlait à peine français et 6 ans plus tard c'est le boss au UK. **Franck** est arrivé comme plongeur et aujourd'hui il est barman chez nous.Des exemples comme ça, on en a des tas et de nouveaux chaque jour. C'est ça le sens de Big Mamma, faire grandir tout le monde, y compris nos fondateurs qui partent vivre à l'étranger avec leurs familles pour ouvrir de nouveaux pays. Tous nos projets de développement, tous ces nouveaux challenges, servent cette mission : **changer la vie des gens avec des pizzas !** Chaque jour est une nouvelle opportunité d'aller plus loin sur la qualité de nos produits, sur notre impact environnemental, dans la formation de notre team. Ou tout simplement de faire les choses toujours un peu mieux.

LES VALEURS FONDATRICES DE BIG MAMMA

AUTHENTICITÉ

Authenticité, parce que la **passion** est plus importante que l'expérience dans notre groupe et parce que l'équipe est au cœur du projet. C'est la notion de sincérité et de solidarité qui transpire chez nous. On est plus de 1000 aujourd'hui et on est tous ultra fiers d'appartenir à une si grande famille.

MÉRITOCRATIE

On valorise l'envie et on est persuadés que tout le monde peut apprendre à partir du moment où il aime ce qu'il fait. Nos équipes sont jeunes, **25 ans d'âge moyen** et ont des parcours d'évolution incroyables. C'est l'idée de grandir ensemble et de réaliser nos rêves collectivement qui nous pousse à aller encore plus loin tous les jours.

ENTREPRENARIAT

Parce que c'est le fait de se dire que tout est possible, de rêver en grand, de se renouveler, de repartir toujours de la **feuille blanche**. Parce que l'optimisme et l'autonomie sont les maîtres mots, et qu'il faut savoir rester agile qu'importe la tempête.

EXCELLENCE

C'est cette envie de faire chaque jour un peu mieux dans le respect de l'environnement et des gens. Notre but c'est de **faire passer à nos client le meilleur moment de sa journée**, grâce à un environnement bluffant, un service au maxi smile et des produits frais et de qualité, à des prix accessibles.

NOS ENGAGEMENTS

FOOD & BEVERAGE

FAIRE DES VALEURS STRUCTURELLES DE **BIG MAMMA** UN GUIDE AU QUOTIDIEN

Depuis le début de l'aventure, notre moteur c'est de proposer une **cuisine généreuse, préparée maison, avec des produits frais de saison, sans colorant ni conservateur**. Que des plats que nous sommes fiers de proposer à nos kids. Pour ce faire, plusieurs engagements inaliénables ont été pris.

on achète

- Des produits artisanaux, auprès de producteurs engagés, avec qui on entretient une relation depuis au moins **4 ans en moyenne**
- en **direct producteur**, sans intermédiaire
- en **Italie** pour 100% de nos produits italiens
- 97% de **produits bruts** que l'on transforme nous-même comme toutes les pasta fraîches faites à la main et les pâtons pour nos pizz'
- des produits organiques, biodynamiques et certifiés
- 95% de produits **de saison**
- des produits **locaux** et, pour tous les produits qui ne sont pas meilleurs en Italie, on achète des produits français, exception faite pour la citronnelle, la vanille, les noix pécan, le poivre, le café, le cacao et certaines boissons comme le Coca-Cola.

ON REFUSE D'ACHETER

- Des produits **industriels**, à l'exception du savon et des produits d'entretien que l'on choisit attentivement éco-friendly
- Des produits avec des conservateurs, des additifs ou des colorants

On collabore au quotidien avec des **producteurs** qui se reconnaissent dans notre approche, signataires de notre code de conduite. Ils s'engagent ainsi

SOCIALEMENT, ENVIRONNEMENTALEMENT, FISCALEMENT et LÉGALEMENT

à être **durables** et **responsables**

L'ultra transparence, c'est notre motto depuis le début. C'est pour ça qu'on a des cuisines ouvertes dans tous nos restaurants, qu'on partage la liste et le contact de nos producteurs directement sur notre site internet et qu'on ne rechigne jamais à donner les infos qu'on nous demande. On a même accepté de céder la recette de notre tiramisù.

95% de produits saisonniers

97% d'ingrédients primaires ♡

85% de produits en provenance d'Italie ou locaux

NOS ENGAGEMENTS

ENVIRONNEMENTAUX

WE BUILD THINGS TO BE HERE FOR A **THOUSAND YEARS**

S'engager pour l'environnement, ça passe également par le choix d'une **construction éthique, à faible impact environnemental**.

On commence en amont par un gros travail d'isolation permettant d'éviter les pertes d'énergie et on s'alimente à 100% en énergie verte. Pour chacun de nos restaurants, on collabore avec nos propriétaires pour améliorer l'efficience énergétique.

Depuis début 2020, des compteurs d'eau individuels ont été installés sur chaque sortie d'eau pour mieux mesurer et économiser l'eau. Par ailleurs, en 2019, on a commandé notre 1er **bilan carbone** afin de mesurer précisément notre empreinte et mettre en place des plans d'action pour la réduire.

Au sein du groupe, **tous nos managers ont des objectifs sociaux et environnementaux**, ce qui nous pousse à être très attentifs sur le choix de nos prestataires.
Les imprimeurs avec lesquels nous collaborons pour l'impression de nos menus par exemple respectent les normes **B-Corp** et nous accompagnent dans notre volonté de limiter notre consommation de papier et de trouver des supports réutilisables plus pérennes.

En parallèle de nos restaurants, il y a également des projets comme Napoli Gang qui ont d'ambitieux objectifs environnementaux. Conscient de l'enjeux du packaging dans le secteur de la livraison, **100% de notre packaging est recyclable** et notre objectif à terme est de ne plus du tout utiliser de plastique.

Nous vendons également des t-shirts, composés de coton biologique et fabriqués dans une démarche éthique, envoyés dans des emballages compostables et réutilisables.

CHINER EVERYDAY

On s'engage également côté design en intégrant un maximum de pièces de **seconde main**.

1/ Parce qu'on adore les objets qui ont une âme et qu'on est devenus champion du monde toutes catégories en chine sur les marchés aux puces de la Botte

2/ Parce qu'inévitablement, le seconde main a une empreinte carbone plus faible que le neuf, même lorsqu'il s'agit de neuf éthique et engagé. Et on en est persuadés, ce sont tous ces objets qui donnent un charme en plus à nos lieux, l'impression de se retrouver dans un endroit familier.

100%

DE NOS RESTAURANTS FONCTIONNENT À L'ÉNERGIE RENOUVELABLE

DES BÉNÉFICES DE CES VENTES SONT REVERSÉS À DES ASSOCIATIONS QUI LUTTENT POUR L'ÉGALITÉ DES CHANCES.

DE NOTRE PACKAGING EST RECYCLABLE

NOS ENGAGEMENTS

SOCIAUX

ON VA PLUS **LOIN**

On se répète, mais l'une de nos préoccupations principales c'est nos équipes et on se demande régulièrement de quelles manières on peut les accompagner au mieux. Ça passe par des mesures concrètes comme la signature du **Parental Act** début 2020 qui offre un mois de congés paternité pour tous les employés, avant même l'adoption de la mention par le gouvernement, ou encore l'allongement de deux semaines supplémentaires payées entièrement pour le congé maternité.

LA PARITÉ

En termes de parité également, on veut continuer à progresser. C'est ce qui nous pousse à collaborer avec **Gloria community**, une plateforme qui organise des ateliers de coaching collectif pour aider les femmes à s'accomplir dans leur vie professionnelle et des ateliers d'éveil pour construire un monde plus égalitaire.

gloriacommunity.com

NOS COMBATS POUR NOS ASSOS DE COEUR

Partout où l'on pose nos bagages, on essaye d'agir pour des causes qui nous touchent.

Nous ajoutons volontairement 1€ (1£ au UK) à chaque addition pour soutenir les assos suivantes : La fondation Gustave Roussy en France, ThinkForward à Londres et ADSIS à Madrid.

On est heureux de vous annoncer qu'en 2020, nous avons reversé le montant de

142 700 €

NOTRE CHARTE ÉTHIQUE

En 2020, pour la première fois, une charte éthique a été déployée et partagée avec les membres de la team afin de faire perdurer chez Big Mamma un cadre et un environnement de travail épanouissants. Pour ce faire, chaque membre de la squadra se donne pour mission de faire de Big Mamma un lieu de respect, de recevoir et d'intéragir avec les autres avec bienveillance, tolérance et sans aucune discrimination.

On s'engage également à respecter toutes les règles de sécurité et d'hygiène, de même que de connaître toutes les procédures d'urgence, pour conserver un environnement de travail sain pour les autres autant que pour soi. Et puis il y a tous les chantiers déjà enclenchés qu'on a hâte de voir se concrétiser. Ayant la chance de collaborer régulièrement avec des **Établissements et services d'aide par le travail (ESAT)**, on a l'envie forte d'ouvrir encore plus d'opportunités professionnelles au sein de nos équipes pour les personnes présentant des handicaps, persuadés que toute différence n'est que source de richesse.

Autre grande fierté de l'année, c'est la mise en place d'un **"MANAGEMENT PACKAGE"** chez nous. Un nom un peu barbare qui veut tout simplement dire un truc chanmé : 120 membres ont pu devenir actionnaires de Big Mamma en y investissant la somme de leur choix.

Ce fut un véritable challenge de mettre ce process en place, en grande partie parce qu'il est assez peu commun de le proposer à un si grand nombre dans une boîte. Mais c'est comme ça qu'on voit les choses, Big Mamma a pour mission de changer la vie de chacun d'entre nous, à tous les niveaux. Et le management package en fait partie.

120 MEMBRES

ont pu devenir actionnaires de Big Mamma en y investissant la somme de leur choix.

Bon, et ça nous donne l'occasion aussi de vous partager la composition de notre actionnariat aujourd'hui. Aux côtés des 120 personnes de la boîte, nous sommes accompagnés par des incroyables entrepreneurs qui depuis le début croient au projet humain de Big Mamma autant que nous et qui sont toujours là :

Jean-Charles Mériaux / Norbert Dentressangle / Xavier Niel, Jules Niel, John Niel / Thierry Gillier / Grégoire Scheiff /Emmanuelle Brizay / Stéphane Courbit / Rodolphe Carle / Marc Ladreit de Lacharrière / Fréderic Jousset / Olivier Duha / Frédéric Biousse / Emmanuel Weyd / Marc Antoine de Longevialle / Franco Pené / Elie Kouby / Charles Guyot / Nicolas Macquin / Sébastien Febvay / Sébastien Verdeaux

THE BEST IS YET TO COME

Cette année 2020 c'était des vraies montagnes russes, c'est le moins que l'on puisse dire. Mais c'est renforcé que nous en sommes sortis, avec l'envie renouvelée de continuer à proposer des projets aussi éthiques et engagés qu'ambitieux. On démarre cette année 2021 de manière encore un peu sombre. On ne sait pas ce qu'il va se passer, on est pleins d'incertitudes, de doutes par rapport au futur à court terme de la restauration. Mais on continue de vouloir accélérer dans la montée et on ne lâchera rien en attendant patiemment le jour où on pourra enfin rouvrir nos restaurants et lâcher un énorme BUONGIORNO.

D'ici là on continue d'avoir des étoiles plein les yeux, de vouloir agir sur des combats qui nous tiennent à coeur, de faire bouger les lignes dans notre secteur, d'aller toujours plus loin sur nos engagements dans la food et d'être chaque jour plus fier de ce que l'on propose dans nos menus. On s'est fixé des objectifs de maboules et on ne voudrait pas vous gâcher la surprise mais on a hâte de vous retrouver un peu partout en France en livraison, aux bords de l'Atlantique et pourquoi pas agiter un peu le mythique quartier de Covent Garden à Londres ?

"Bacio"