

RESTAURATION RAPIDE

Vivre & Savourer : Tout un programme !

Vivre & Savourer lance son plan de développement de franchise sur le territoire français, en apportant un modèle de « Restaurant bien-être – Café nature » qui a fait le succès de l'enseigne à chacune de ses implantations.

Créée en 1999 dans le but de combler le plaisir de manger des consommateurs à des tarifs de fast-food, tout en les aidant à se construire un capital santé, *Vivre & Savourer* a été la première enseigne de restauration rapide à se positionner sur le créneau de l'équilibre alimentaire.

Avant d'entreprendre un quelconque développement, Alain et Christophe Solleret (père et fils), les dirigeants fondateurs, se sont fixés l'objectif d'atteindre une qualité optimale pour l'intégralité du mix marketing. Pendant 5 ans, le concept a donc été peaufiné à partir d'une unité test dans le quartier Saint-Lazare à Paris ; le challenge étant de modéliser un concept qui a essentiellement recouru à des produits frais. La rédaction du manuel

du savoir-faire a exigé 18 mois de travail. Après quoi le concept a été validé dans différents types d'emplacements dans des configurations succursales et franchises.

Un concept fort et novateur

Equilibre, plaisir des sens, naturalité et authenticité sont les maîtres mots de l'offre et de l'ambiance des restaurants bien-être *Vivre & Savourer*. Soupes de légumes, sandwiches, salades, petits plats, fruits frais pressés et formules goûters sont proposés à toute heure de la journée à travers un service de vente sur place ou à emporter.

Les consommateurs retrouvent là des « produits gourmands » qui pour la plupart ont l'avantage de posséder



un apport calorique raisonnable, des aliments maigres ou peu sucrés qui n'empêchent pourtant pas le goût et la saveur. L'enseigne propose par exemple des viennoiseries à 23% de Mat. Gr., des sandwiches à moins de 300 Kcal, ainsi qu'une ligne de desserts spécialement conçue pour lutter contre les maladies dites de « civilisation » (cholestérol, maladies cardio-vasculaires) comme les tartes peu sucrées ou les desserts lactés à 20 ou 0%, qui gardent par ailleurs toute leur onctuosité.

Autre originalité : à partir d'une méthode mise au point en collaboration avec une diététicienne partenaire, l'équipier conseille le client pour que celui-ci ait la possibilité de déguster un repas équilibré

à partir du plat principal qu'il a choisi. Il n'y a donc pas de « formule équilibre » imposée. Il existe pour chaque salade, chaque sandwich, chaque plat cuisiné (en hiver), une association de desserts et de boissons qui composent le repas équilibré personnalisé du client.

Bien que *Vivre & Savourer* soit un concept de restauration rapide novateur, les valeurs d'authenticité qui sont véhiculées, qu'il s'agisse des produits ou de l'aménagement des points de vente, préservent l'enseigne des phénomènes de mode. Les consommateurs semblent très fidèles à la marque et aux produits. La clientèle très variée se compose selon les lieux d'implantation aussi bien de parents avec leurs enfants, d'adolescents que de cadres pressés.

La réponse à une attente d'aujourd'hui

L'enseigne répond en effet à une attente qui se répand très vite dans toutes les couches de la population.

Ainsi les femmes qui représentent plus des deux tiers de la clientèle les premiers jours de chaque ouverture sont bientôt rejointes par la gente masculine (à hauteur de 50% en moyenne en vitesse de croisière).



L'investissement initial moyen (hors immobilier : acquisition d'un droit au bail, achat d'un fond de commerce) se chiffre entre 150 000 € et 220 000 €.

De plus la politique de prix a été étudiée pour rendre le concept accessible au plus grand nombre. Rien à voir avec les nouveaux concepts urbains qui s'adressent uniquement aux professions et catégories socioprofessionnelles. Tout cela positionne le réseau comme un challenger potentiel des concepts de restauration rapide moyen de gamme.

Le réseau apporte un soin particulier à la conception et à l'aménagement de ses espaces de restauration. Les dirigeants ont d'ailleurs fait appel au département design d'Euro RSCG, groupe leader de communication international, pour créer l'identité visuelle de l'enseigne sur le plan du graphisme et de l'architecture.

Un développement par la franchise

La recherche de partenaires franchisés pour s'implanter dans les grandes métropoles françaises est prioritaire. *Vivre & Savourer* envisage son expansion en s'appuyant principalement sur des ouvertures

en franchise tout en faisant appel au succursalisme selon les opportunités. L'objectif est d'atteindre un réseau de dix restaurants d'ici à 18 mois. A l'horizon 2010, la volonté de l'enseigne est de parvenir à une trentaine d'établissements avant d'accélérer son développement. En tout état de cause, si le réseau veut conserver le niveau de qualité qui fait sa force, un développement maîtrisé est de mise.

Aujourd'hui, l'enseigne souhaite d'abord dupliquer son concept « Restaurant bien-être – Café Nature » sur des surfaces variant entre 80 et 150 m², un format qui a fait ses preuves à Paris et en Province, dans des emplacements à fort trafic (cœur de ville, centre commercial, galerie commerciale de centre ville) comme dans des emplacements secondaires (quartiers de bureaux).

Les avantages pour le franchisé

Pour l'entrepreneur qui opte pour une implantation dans un quartier de bureaux, l'avantage que repré-

sente l'enseigne, c'est avant tout une image de marque véhiculant la qualité à travers ses produits, son service et l'aménagement de son restaurant, ainsi qu'un côté innovant. Ce qui, par expérience, fait la différence face aux nombreux indépendants s'aventurant sur le créneau de la restauration rapide. De plus, dans ce type d'emplacement, le franchisé privilégie sa propre qualité de vie du fait de la fermeture de l'établissement pendant les week-ends et jours fériés ainsi qu'une petite équipe de 3 ou 4 salariés à manager.

Seconde solution, les restaurants bien-être bénéficiant d'un emplacement de premier ordre, implantés dans des zones de fort passage et à proximité d'enseignes phares génératrices de trafic. Dans ce cas, le chiffre d'affaires est plus élevé et le retour sur investissement beaucoup plus rapide, de l'ordre de deux années. Un restaurant de ce type nécessite un travail plus soutenu de la part du franchisé, notamment en terme de gestion et de management (8 à 10 salariés). Mais encore une fois, les résultats financiers sont significatifs.

Des franchisés passionnés

Aujourd'hui, pour hisser haut les couleurs de cette jeune enseigne, le franchisé doit adhérer au concept, car selon l'adage : *on ne vend bien que ce que l'on aime bien* ! Il est primordial qu'il exploite lui-même son restaurant bien-être afin de maintenir la qualité au niveau des normes qui ont été définies. En ce sens, il doit :

- avoir le souci de la qualité et du détail,
 - avoir le sens de l'accueil et de l'écoute du client,
 - posséder des compétences de manager afin de fédérer son équipe autour du projet de l'enseigne,
- Par contre, aucune expérience en restauration n'est demandée puisque le franchisé bénéficie d'une



formation complète à la méthodologie de l'enseigne.

Les conditions d'accès

Le niveau d'investissement pour la création d'un restaurant bien-être *Vivre & Savourer* est directement lié à la surface et au type d'emplacement retenu : restaurant de centre-ville ou restaurant de centre commercial (normes de sécurité plus drastiques entre autres).

Cet investissement initial comprend :

- L'aménagement d'une surface commerciale selon les normes de l'enseigne,
- Le mobilier, le décor, la signalétique, l'équipement et l'informatique.

A ce titre, il est nécessaire de disposer d'un apport financier minimal de l'ordre de 30 à 40% du montant global du projet.



> Le contrat de franchise

Il est de 9 ans et peut être renouvelé.

Le contrat comprend un droit d'entrée de 20 000 €, y compris la formation initiale du franchisé et de son équipe d'ouverture.

En contrepartie de la communication du savoir-faire évolutif du système d'exploitation, de l'usage de la marque et des signes de ralliement de la clientèle, le franchisé paye une redevance égale à 3% de son CA HT en première année, puis 5% les années suivantes.

Aucune redevance publicitaire n'est prévue tant que le réseau ne disposera pas d'un maillage national suffisant. Néanmoins, pour la publicité et la promotion locale, c'est-à-dire pour la publicité portant uniquement sur la zone d'implantation du restaurant bien-être, des actions types sont proposées au franchisé. Celui-ci consacre 1% de son chiffre d'affaires prévisionnel HT à cette publicité locale en première année (hors publicité d'ouverture) puis 2% les années suivantes sur la base du chiffre d'affaires hors taxes de l'année précédente.



Dès la validation de son dossier de candidature par le comité de sélection du franchiseur, le candidat franchisé est accompagné par l'équipe de *Vivre & Savourer* pour la mise au point de son projet.

Avant l'ouverture :

- Mise à disposition d'une méthode qui permet d'appréhender l'état du marché du territoire d'implantation,
- Assistance pour la recherche d'une boutique,
- Etude d'implantation et validation de l'emplacement (méthode exclu-



sive approuvée par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris - CCIP),

- Remise d'un business plan type à remanier par le franchisé en fonction de son projet, des conseils pour sa rédaction en vue de simplifier la recherche de financement,

- Formation théorique et pratique pendant 8 semaines et évaluation après chaque module :

- Concept et communication,
- Technique, hygiène et sécurité,
- Vente,
- Management,
- Gestion.

Pendant et après

l'ouverture :

- Mise à disposition d'un kit publicitaire d'ouverture,
- Assistance d'un animateur la première semaine d'ouverture, notamment pour superviser la campagne promotionnelle d'ouverture,
- Formation continue / coaching,
- Audits réguliers de la norme « *Qualité globale* » établie par *Vivre & Savourer* (Back office/ Front office),

- Accompagnement à la mise en place des animations commerciales,
- Structures de dialogue et commissions participatives du réseau (produit, informatique, publicité,...),
- Centrale de référencement nationale permettant des approvisionnements simplifiés et des prix négociés,

- Veille marketing, située au siège, permettant de faire évoluer les produits en fonction des dernières

tendances de consommation.

Vivre & Savourer compte bien utiliser l'année 2007 pour mailler le territoire français avec un maximum de partenaires franchisés. Ce réseau fait parie des révélations de l'année 2006. Tiendra-t-il son pari ? Nous lui souhaitons de tout cœur.

J.B.



Le candidat à la franchise est accompagné à tous les stades du projet.



INTERVIEW

Christophe Solleret,
Directeur du Développement
et de la Franchise

Pourquoi ouvrir une franchise Vivre & Savourer plutôt qu'une autre ?

« Contrairement à certaines enseignes positionnées moyen de gamme, Vivre & Savourer ne surfe pas sur la tendance du manger sain : c'est notre cœur de métier ! Ce qui nous confère un certain avantage en terme d'identification par le client final. Comparez Vivre & Savourer à n'importe quelle enseigne et vous conviendrez aussitôt que, des produits jusqu'au service, nous ne trichons pas sur ce point. Nous avons un positionnement unique. En outre nous avons un réel savoir-faire dans le travail des produits frais.

Pour ce qui est du marché de la restauration rapide « à la française » dans lequel évolue notre réseau, il progresse en moyenne de 10% par an depuis quelques années et cette tendance ne faiblit pas. De plus, l'Observatoire de la Sécurité Alimentaire de l'institut IPSOS annonce que 8 Français sur 10 souhaitent manger équilibré. De ce fait, Vivre & Savourer, le spécialiste de la restauration rapide du bien-être, détient les meilleurs atouts pour offrir des opportunités et perspectives de développement importantes. »

Fraîche-Vallée S.A., une belle histoire

Fraîche-Vallée S.A., la société de franchise, est une PME issue de l'expérience de la famille Solleret, présente depuis plus d'un siècle dans le secteur de l'agroalimentaire :

> **Au 19ème siècle** : La famille Solleret cultive un vignoble sur les coteaux de Triel, petite ville d'Ile-de-France.

> **1899** : Le phylloxéra ravage les vignes. Le fléau conduit la famille à planter des arbres fruitiers et à entreprendre le maraîchage.

> **A partir du 20ème siècle** : Culture du poirier, pommier, quetschier, cerisier, prunier, pêcher, dont les fruits sont vendus aux anciennes halles de Paris. De nombreux légumes sont également cultivés.

> **1964** : Alain Solleret commence à travailler avec ses parents dans la ferme familiale.

> **1970** : Tout en perpétuant l'agriculture aux côtés de son père, Alain Solleret ouvre un petit commerce en fruits et légumes à Chatou puis à Poissy (Yvelines). Plus tard, la création d'autres points de vente conforte son expérience dans la gestion d'un réseau de distribution.

> **Dans les années 80** :

Hormis les particuliers, l'entreprise d'Alain Solleret fournit également en fruits et légumes

les restaurants, activité qui conduit la famille à s'intéresser de près au monde de la restauration.

> **1995-1997** : Associé à son fils Christophe, Alain Solleret mène une réflexion sur les nouvelles attentes des consommateurs dans le domaine du commerce alimentaire. Fort est de constater qu'il existe un secteur très porteur où les aspirations des consommateurs ne sont pas pleinement satisfaites et où, contre toute attente, la culture familiale va être un véritable atout : il s'agit du secteur de la restauration moderne.

> **1999** : Ouverture du premier restaurant Vivre & Savourer dans le quartier Saint-Lazare, à Paris.

> **2005** : Nominé de l'enseigne aux « Espoirs de la Franchise et du Commerce organisé » par la Fédération Française de la Franchise et de son collège d'experts.

Ouverture du premier franchisé à Lille.

> **2005-2006** : Validation de Vivre & Savourer® en configuration franchise.

> **2007** : Lancement du développement en franchise.

Pour en savoir plus :

www.vivreetsavourer.com

VIVRE & SAVOURER RESTAURANT BIEN ETRE - CAFE NATURE

LES ADRESSES

VIVRE & SAVOURER Paris-Saint-Lazare
35, rue du Rocher
75008 Paris
Tél. 01 44 70 00 02

VIVRE & SAVOURER SOY Ouest
C. Cité et de loisirs SOY Ouest
1, av. de la Source de la Bièvre
78180 Montigny-Le Bretonneux
Tél. 01 30 57 19 60

VIVRE & SAVOURER Lille- Les Tanneurs
C. Cité Les Tanneurs
80, rue de Paris
59000 Lille
Tél. 03 20 51 71 20
* commerce franchisé

SUITE