

## QUESTIONS À...

# Julie MOREAU

## Directrice Expansion de Bertrand Franchise



*Julie MOREAU, vous êtes directrice Expansion de Bertrand Franchise depuis décembre 2019, pouvez-vous nous rappeler les contours de vos fonctions ?*

Le rôle d'un directeur Expansion au sein de Bertrand Franchise est de superviser et piloter les projets sur la France. Après avoir consacré cinq ans au développement de l'enseigne Burger King, je suis en charge, depuis octobre 2024, de l'expansion des enseignes Paradis du Fruit, Hanoï Cà Phé, Léon et Joyo.

*Comment est organisée votre équipe ? Quelles sont les ambitions de développement des enseignes du groupe et les priorités ?*

Sous la direction de Cédric LACOUT, directeur général Expansion de Bertrand Franchise, l'équipe expansion est structurée pour optimiser le développement des dix enseignes du groupe. : Au Bureau, Volfoni, Hippopotamus, Burger King, Pitaya, Chik Chill, Léon, Joyo, Paradis Du Fruit, Hanoï Cà Phé.

Cette structuration repose sur la division en différents pôles d'activité, notamment la restauration rapide, la street food et la restauration à table.

Chacun de ces pôles est supervisé par un directeur Expansion sectorisé par activité pour mieux répondre aux enjeux de chaque enseigne. Ensuite, l'ensemble des équipes en France sont régionalisées et ceci pour toutes les enseignes.

### Au Bureau

Pub & brasserie- inspirée des pubs londoniens

Une enseigne dynamique et conviviale qui a fait ses preuves depuis trente ans. Les établissements offrent des animations adaptées à tous les moments de la journée et transportent ainsi les clients dans une ambiance chaleureuse et conviviale.

### Critères d'implantation

- En périphérie et centre-ville
- Emplacements avec terrasse
- Zone de chalandise à partir de 30.000 habitants minimum
- Surface local : 350 m<sup>2</sup> minimum
- 1.000m<sup>2</sup> de terrain minimum si le parking est existant
- 3.000 m<sup>2</sup> si le parking est à créer
- Nombre de places assises : 100 à 200
- Ticket moyen = 25 € TTC



## Paradis du Fruit

Fondée en 1982 par Claude LOUZON, restaurateur et créateur d'ambiance, l'enseigne Le Paradis du Fruit, a rejoint la galaxie de Bertrand Franchise en octobre 2024. Elle a créé sa réussite sur un concept inédit, qui met l'accent sur la qualité, les saveurs et la joie de se retrouver. La marque accueille les citoyens actifs, les amateurs de cuisine saine, les gourmands, à toute heure de la journée, tous les jours de la semaine. Chez Le Paradis du Fruit, nous croyons que bien manger ne devrait jamais être un compromis entre plaisir et équilibre. C'est pourquoi, nous avons imaginé des recettes qui allient fraîcheur, saveurs et gourmandise. C'est avant tout une cuisine variée, pour plaire au plus grand nombre, avec de nombreuses options à partager pour toujours plus de convivialité.

### Critères d'implantation

- Centre-ville – centre-commercial – mall ouvert
- Emplacement avec terrasse
- Façade : minimum 12 ml
- Ville > à 60.000 habitants
- Surface local : 280 m<sup>2</sup> minimum
- Nombre de places assises : 100 places minimum
- Extraction nécessaire
- Licence IV
- Ticket moyen = 27€ TTC



## Comment a évolué votre parc de magasins en France en 2024 (ouvertures, fermetures, nouveaux formats, nouveaux concepts ...)?

Premier groupe français indépendant de restauration et d'hôtellerie, le groupe Bertrand connaît une croissance continue depuis sa création par Olivier BERTRAND, il y a vingt-cinq ans.

### Chiffres 2024

- Plus de 1 200 restaurants à travers la France
- 3 milliards d'€ de ventes sous enseignes
- 150 ouvertures /an

### Nouvelles enseignes

En octobre 2024, Le Paradis du Fruit & Hanoï Cà Phé, rejoignent le portefeuille Bertrand Franchise, via la signature de contrats de master franchise sur les enseignes dans un premier temps, en vue d'en accélérer le développement

## Volfoni

Volfoni se positionne comme la nouvelle génération de Trattoria 100% italienne avec une ambiance remise au goût du jour. Un lieu où il fait bon vivre ! Ce concept se construit autour de deux tendances fortes de la culture italienne : la cuisine traditionnelle et l'aperitivo.

### Critères d'implantation

- En périphérie et centre-ville
- Emplacements avec terrasse
- Zone de chalandise à partir de 40.000 habitants à 15 mn en voiture.
- Surface local : 400 m<sup>2</sup> minimum
- 1.000m<sup>2</sup> de terrain minimum si le parking est existant
- 3.000m<sup>2</sup> si le parking est à créer
- Nombre de places assises : 100 à 200
- Ticket moyen = 25 € TTC



**Si vous deviez lister les principaux enjeux de votre action pour vos enseignes dans les trois prochaines années (développement, maillage, arbitrage, réduction des coûts...), quels en seraient les trois ou quatre principaux axes ?**

Pour les enseignes Paradis du Fruit, Léon, Joyo et Hanoï Cà Phê, les principaux enjeux sont :

- L'accélération du développement et le renforcement du maillage territorial,
- La sélection d'emplacements stratégiques : zones à fort potentiel, notamment dans les centres-villes dynamiques, centres commerciaux majeurs et les zones commerciales attractives (loisirs), pour maximiser la visibilité et l'accessibilité des enseignes,
- La réduction des coûts et l'amélioration de la rentabilité : négociation des conditions locatives (loyers, charges fixes ...),
- L'optimisation des surfaces commerciales : adapter les concepts des restaurants pour fonctionner efficacement sur des surfaces réduites et optimiser les coûts travaux.

**On parle de plus en plus de restaurant vertueux, moins consommateur d'énergie, plus écoconçu... Est-ce un sujet important pour vous et si oui, quels éléments priorisez-vous ? Quelles en sont les difficultés ?**

Oui, la création de restaurants plus vertueux sur le plan environnemental est un enjeu de plus en plus stratégique pour les acteurs de la restauration que ce

soit par conviction, sous la pression des clients, ou en anticipation des réglementations.

Nous concevons des **restaurants moins énergivores** en repensant l'isolation thermique, l'utilisation de matériel de cuisson performant (four basse consommation, plaques à induction), la mise en place d'éclairage LED ou par exemple la gestion intelligente des consommations (détecteurs de présence, domotique...).

**Cependant, cette démarche s'accompagne aussi de quelques difficultés : coût plus élevé à l'investissement, dépendance aux bailleurs si le local n'est pas détenu en propre.**

### Hippopotamus Steakhouse à la française

Une enseigne mythique, forte et reconnue, experte depuis plus de cinquante ans. Son nouveau mode de cuisson à la braise apporte un goût unique à la viande. Un nouveau concept qui fait ses preuves par ses chiffres et sa fréquentation qui progressent de plus de 25% en moyenne.

#### Critères d'implantation

- En périphérie et centre-ville
- Emplacements avec terrasse
- Zone de chalandise à partir de 80.000 habitants à 15 mn
- Surface local : 350 m<sup>2</sup> minimum
- 1.000m<sup>2</sup> de terrain minimum si le parking est existant
- 3.000 m<sup>2</sup> si le parking est à créer
- Nombre de places assises : 100 à 200
- Ticket moyen = 26 € TTC



**Les collectivités contraignent souvent les fonciers disponibles pour créer des activités et les locaux disponibles sont de moins en moins nombreux. Comment voyez-vous ces aspects ? Comment faire face à ces difficultés ? Cela réclame-t-il de modifier la manière d'appréhender les projets ?**

La création de restaurants en bâtiment solo ou pied d'immeuble dans les zones tendues ou attractives rencontre plusieurs obstacles, notamment **la rareté et le coût élevé du foncier, les contraintes réglementaires strictes et la complexité des procédures d'obtention des permis de construire.** Ces défis nécessitent une adaptation des projets immobiliers :

- **Repenser les fonciers existants en collaboration avec les collectivités** : travailler avec les autorités locales pour identifier des opportunités de densification ou la reconversion de bâtiments obsolètes,
- **Renforcer la veille foncière pour suivre les disponibilités et dynamiques locales.** Collaboration avec les acteurs locaux : établir des partenariats avec les agences immobilières, les promoteurs et les collectivités pour accéder à des informations privilégiées sur les disponibilités foncières et les tendances du marché.
- **Et pour les promoteurs, imaginer des bâtiments intégrant diverses fonctions** (restauration, commerces, bureaux, logements) pour optimiser l'utilisation de l'espace et pourquoi pas un jour des restaurants « réversibles » favorisant ainsi la pérennité des investissements.

**Un élément fondamental pour ce développement est de trouver les bons partenaires. Y-a-t-il plus de difficultés aujourd'hui ? Quel est le bon profil pour ces partenaires ?**

**Trouver les bons franchisés est un enjeu stratégique majeur** pour toute enseigne qui veut se développer efficacement. Eh oui ! Aujourd'hui, il y a effectivement de nombreux critères à prendre en compte :

## Léon

### Des produits de la mer décomplexés

Léon est une enseigne intergénérationnelle connue et reconnue de tous. Depuis 2020, et pour continuer de s'imposer comme le leader des produits de la mer, l'expérience Léon est totalement réinventée avec un nouveau concept décoratif évoquant instantanément la plage et l'esprit des vacances. Sans réel concurrent à ce jour, le nouveau Léon s'inscrit dans un véritable concept de restaurant seafood grâce à ses plats emblématiques et dans l'air du temps.

### Critères d'implantation

- En périphérie et centre-ville
- Emplacements avec terrasse
- Zone de chalandise à partir de 60.000 habitants à 15 mn
- Surface local : 350 m<sup>2</sup> minimum
- 1.000 m<sup>2</sup> de terrain minimum si le parking est existant
- 3.000 m<sup>2</sup> si le parking est à créer
- Nombre de places assises : 100 à 200
- Ticket moyen = 26,70 € TTC



Le contexte économique : l'inflation, les hausses de coûts (énergie, matières premières), et une prudence générale peuvent parfois ralentir les projets d'investissement. Et les banques sont plus exigeantes sur les apports, les garanties et le business plan.

La concurrence entre réseaux: de plus en plus d'enseignes cherchent à se développer en franchise, donc les bons profils sont très sollicités. C'est pour cette raison qu'il est primordial de bien accompagner les candidats dans leur parcours : financement, formation, immersion. Le bon partenaire est celui qui est à la fois commerçant dans l'âme, manager et gestionnaire.

**Et notre enjeu de franchiseur est de veiller à ce que nos modèles économiques restent toujours attractifs pour nos franchisés entrepreneurs.**

## Chik Chill

### Critères d'implantation

- Centres commerciaux et centres-villes d'Île-de-France (Paris République, Saint-Ouen, Paris, Place de Clichy...)
- Zone de chalandise > 100. 000 habitants
- Surface entre 220 et 250 m<sup>2</sup> + terrasse extérieure ou intérieure
- Taille de façade supérieur à 8 mètres
- Contraintes techniques : 2 gaines 315 ou 1 gaine 600
- Menu à partir de 9,90 €



## Joyo

### Inspirée de la cuisine asiatique

Joyo vous transporte dans un univers new-yorkais et nippon, tamisé et néonisé, en référence à la fois aux izakayas et aux pubs américains. »

Fusion de la street food et de la pop culture, Joyo mêle modernité, richesse des mélanges et ouverture d'esprit.

Chez Joyo, on aime disposer d'innombrables plats au milieu d'une table pour laisser les invités se servir à leur guise. Joyo, c'est aussi l'art du cocktail, symbole du mélange !

L'Azian Pub 2.0 vous fait la promesse d'un voyage gustatif dans un lieu de vie et de partage qui ne cesse d'évoluer.

### Critères d'implantation

- Emplacement en Retail Park, Centre-ville et centre commercial
- Zone de chalandise > 100.000 habitants
- Surface entre 300 et 350 m<sup>2</sup> + terrasse
- Licence 4
- Nombre de places assises : 80 à 120
- Ticket moyen = 25€ TTC



**Que dites-vous aux jeunes qui veulent se lancer dans l'immobilier retail aujourd'hui ? Est-ce toujours passionnant ? Quelles sont les principales difficultés et qualités nécessaires pour réussir dans ces métiers aujourd'hui et demain ?**

**L'immobilier retail aujourd'hui reste un secteur passionnant et en pleine transformation. Il évolue au « rythme de la société ».**

Entre les mutations des modes de consommation (retail parks repensés, centres commerciaux hybrides -loisirs, santé-), le développement de l'e-commerce, les enjeux environnementaux, les contraintes réglementaires et les nouvelles attentes des clients, les professionnels du secteur du retail doivent plus que jamais faire preuve d'agilité et de vision stratégique.

**C'est un secteur vivant qui reste connecté à la réalité quotidienne.** Il faut savoir innover dans les formats, les modèles économiques, comprendre les nouveaux modes de vies, les attentes des enseignes. Le métier devient de plus en plus pluridisciplinaire.



## Pitaya

### Street food Thaïlandaise

Inspiré des restaurants de rue locaux, tout se joue sous les yeux et sous le nez des clients. Pitaya propose un vrai show culinaire enflammé, une authentique invitation au voyage par les odeurs et les couleurs des produits frais pour émerveiller ses convives. Du mobilier aux contenants, tout est fait pour immerger le client à Bangkok, en toute convivialité.

#### Critères d'implantation

- Centre-ville, zone tertiaire, zone résidentielle et centres commerciaux
- Zone d'attraction à partir de 20.000 habitants
- Ville à partir de 50.000 habitants
- Surface local : Entre 150 et 200 m<sup>2</sup>
- Surface de stockage de 20 m<sup>2</sup> minimum
- Façade de vitrine : 7 m linéaire minimum
- Privilégier local avec arrivée de gaz (sinon possibilité d'induction)
- Extraction nécessaire

## Burger King

Fondée en 1954, Burger King® est la seconde chaîne de burger au monde. Burger King® est présente dans plus de 100 pays avec plus de 17.000 restaurants. Après quinze ans d'absence, la marque est revenue avec un plan de développement ambitieux. En l'espace de cinq ans, Burger King® est devenue la seconde chaîne de burger en France. Avec plus de 430 restaurants en France, Burger King® France poursuit avec succès l'implantation de la marque. Burger King® bénéficie d'une aura incomparable, d'une personnalité et d'un ADN unique, permettant un marketing décalé et inédit qui fait son succès commercial au quotidien.

#### Critères d'implantation

- En périphérie et centre-ville
- Emplacements idéalement avec terrasse
- Zone de chalandise supérieur à 30.000 habitants
- Surface local : 200 m<sup>2</sup> minimum (idéalement entre 400 et 800 m<sup>2</sup>)
- 2.000 m<sup>2</sup> de terrain minimum si le parking est existant
- 3.500 m<sup>2</sup> si le parking est à créer