

# GARDEN ICE CAFÉ

## LES COMPTEURS

Donner un coup de jeune à la brasserie, telle est l'ambition de ce concept régional. Affichant des résultats convaincants, l'enseigne vient d'ouvrir sa cinquième franchise à Royan. Elle est attendue à Rochefort, Albi et Clermont-Ferrand.

**D**évelopper une enseigne de brasserie en franchise, le projet ne manque pas d'audace. Son initiateur, Christophe Legrand, fonde sa démarche sur une observation du marché. Alors que la restauration rapide et assise fait évoluer son offre dans de multiples directions et travaille sur des modules duplicables, les brasseries souffrent de leur manque de renouvellement. Pour preuve, au cours des dix dernières années, le nombre de cafés brasseries traditionnels a connu un recul de 41%. En région notamment, la plupart des établissements ne sont pas en phase avec les attentes du public, tant au regard de l'ambiance que des services proposés. Garden Ice Café nourrit donc l'ambition de combler cette lacune en proposant un concept global destiné à redonner un élan au segment. « La demande est présente comme le démontre l'expansion de la restauration hors domicile, commente Christophe Legrand. Les brasseries peuvent donc tirer parti de cette dynamique dans la me-

### LES CLÉS DU SUCCÈS

- ❖ Une formule ciblant une clientèle de 20 à 55 ans
- ❖ Un cadre convivial avec des espaces différenciés
- ❖ Une offre déclinée pour chaque instant de consommation
- ❖ Un concept duplicable en centre-ville de 25 000 à 30 000 habitants
- ❖ Un chiffre d'affaires journalier de 2 600 €
- ❖ Un excédent brut d'exploitation supérieur à 20%

sure où elles apportent une réponse adaptée aux exigences des consommateurs. »

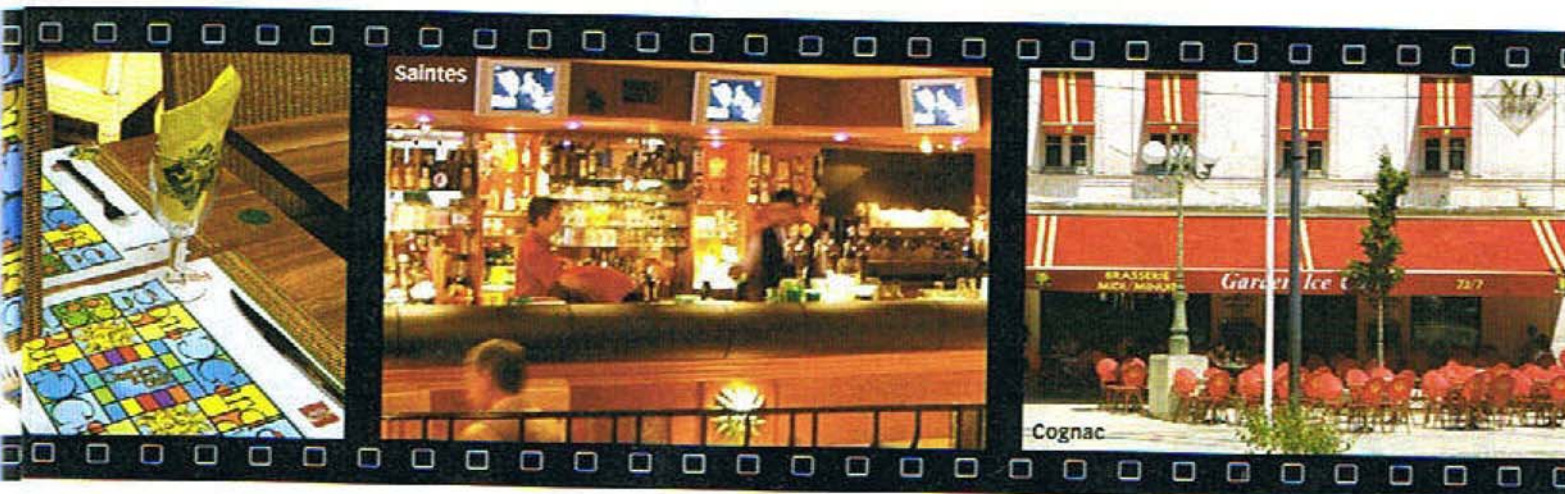
### DIFFÉRENTS LIEUX DE VIE

Afin de s'y adapter, Garden Ice Café conjugue plusieurs paramètres apportant un soin particulier au cadre, au mix-produit et au marketing. L'enseigne adosse son identité sur une décoration cosy et élégante sans être ostentatoire, dominée par les nuances de rouge, ocre, beige et brun. L'aménagement intérieur se décline autour de plusieurs lieux de vie dont un bar spacieux, au comptoir mol-

letonné de cuir, un espace restauration avec des tables hautes, un coin doré de mange-debout flanqués de chaises hautes et plusieurs espaces lounge agrémentés de tables et de chaises basses. L'ambiance musicale et lumineuse est modulée en fonction des plages horaires de 7 heures à 1 heure du matin. Plusieurs écrans TV, disséminés le long du bar, retransmettent des chaînes câblées, de même que des écrans plasma amovibles installés en soirée. Afin de dynamiser la demande, l'offre est conçue de manière à s'adapter aux différents

instants de consommation. De 7 heures à 9 heures, elle privilégie la cafétéria et les petits déjeuners, de midi à 15 heures, l'apéritif et la restauration, de 15 heures à 18 heures, le salon de thé avec un éventail de glaces artisanales, composées à l'italienne, de 18 heures à 20 heures l'apéritif et enfin, de 21 heures à 1 heure du matin, la brasserie non-stop avec bar d'ambiance. Outre les boissons (soft-drinks, bières, alcools, cocktails), la carte comprend un choix de plats simples mais variés : salades composées, carpaccios, pâtes, pizzas, grandes assiettes, moules-frites, grillades, andouillette, sandwichs, quesadillas. En soirée, une carte privilégiée ouvre le choix avec un éventail de recettes plus élaborées tout en maintenant des formules abordables à 22 €, 25 € et 29 €. L'établissement pilote a ouvert ses portes fin 2001, à Périgueux. Son volume d'affaires, en progression régulière depuis l'ouverture, a validé le positionnement du concept. Avant transformation, l'établissement repris affi-





# FAIT CHAUFFER

chait un chiffre d'affaires annuel HT de 483 284 €. Dès la première année d'exploitation, en 2002, Garden Ice Café a réalisé un volume d'affaires HT de 1,024 M€. Celui-ci est passé à 1,137 M€ HT en 2003, puis à 1,298 M€ HT en 2004. Fort de ce succès, Garden Ice SA a embrayé sur des ouvertures en franchise, à Saintes et à Cognac en 2003, et à Brive en 2005. Chacune d'elles a enregistré d'excellentes performances avec, en 2005, des chiffres d'affaires significatifs pour des villes de province : 1,160 M€ HT pour Saintes (contre 315 000 € avant reprise), 783 684 € HT pour Cognac (contre 300 000 €) et 863 581 € HT pour Brive sur 8 mois d'exploitation (contre 600 000 € annuels). Le succès tient d'une part au choix des emplacements, n°1 ou n°1 bis, situés en centre-ville, avec une zone de chalandise de 30 000 à 40 000 habitants, mais aussi au respect du modèle de

gestion ventilé entre les frais de personnel (34%), le coût matière (27%), les TFSE\* (13%), ce qui permet de dégager un excédent brut d'exploitation de 23%. Afin de tenir ce niveau de rentabilité, chaque franchisé bénéficie d'un accompagnement sur le montage du dossier, sur la formation des équipes dirigeantes et du personnel ainsi que sur le suivi de l'exploitation avec des visites mystères et un plan d'action marketing trimestriel et annuel.

## TAILLE CRITIQUE : 150 M<sup>2</sup>

Nadine et Bruno Jacquaud, les propriétaires du Garden Ice Café de Saintes, n'ont pas hésité à ouvrir un second établissement à Royan, en front de mer, en avril dernier. C'est le plus spacieux du réseau avec 400 m<sup>2</sup>, sur deux niveaux, comportant 300 places assises intérieures et 80 places en terrasse. Toutefois, la taille critique pour atteindre la rentabilité requise s'avère plus modeste puisque la surface minimum exigée s'élève à 150 m<sup>2</sup>, soit une centaine de places assises, complétée par une terrasse extérieure d'une cinquantaine de places. Chaque brasserie Ice Garden, en trouvant son rythme de croisière, a su conquérir une cible variée, loisirs, tourisme, affaires et capter la clientèle féminine. Le réseau a généré un ticket moyen oscillant entre 17 et 22 € à midi et 20 à 23 € en soirée. L'instauration

d'une carte club privilège stimule la fidélisation des clients et renforce la dynamique commerciale de l'enseigne grâce à l'organisation de soirées thématiques dédiées aux porteurs de carte. Christophe Legrand souhaite accélérer son développement en région. D'ici à la fin 2006, le parc devrait compter trois autres franchisés avec deux implantations prévues sur Rochefort et Albi en juin et une troisième sur Clermont-Ferrand en septembre. En 2007, six à huit ouvertures sont programmées. « Nous recherchons des candidats qui sont déjà des pro-

fessionnels du secteur et cherchent à faire évoluer leur activité ou des chefs d'entreprise maîtrisant des techniques de management. Nous visons des implantations dans des villes de plus de 30 000 habitants avec comme objectif de faire de chaque Garden Ice l'établissement de référence dans sa catégorie ». Une perspective qui ne devrait pas laisser indifférents les professionnels soucieux de trouver de nouveaux débouchés dans une conjoncture délicate. ♦ Patricia Cecconello

\* TFSE : travaux, fournitures, services extérieurs



L'AVIS DE...  
**YVES MAROT,**  
conseil en franchise, membre du collège  
des experts de la FFF

## « UNE INITIATIVE À SUIVRE »

« Il est vrai que les concepts de brasserie développés en franchise ne sont pas fréquents. Je pense que cela tient surtout à l'historique de ce secteur qui s'est construit à l'ombre des brasseurs. Ce sont ces derniers qui rythment la création des affaires à travers les contrats d'approvisionnement exclusif en bière, accordés, le plus souvent, en contrepartie de prêt à l'installation de l'exploitant. C'est sans doute l'une des raisons qui explique que peu de franchisés se soient risqués sur ce terrain, supposant à tort ou à raison, que franchiser une brasserie pourrait générer plus de difficultés qu'un restaurant. Toutefois, la jurisprudence a bien évolué sur ce point et le contrat exclusif d'approvisionnement doit être justifié par un service réel. Aussi, rien ne s'oppose, dans un cadre légal clair entre le franchiseur, le franchisé et le brasseur, au développement d'un concept de brasserie en franchise. Celui-ci possède, a priori, autant d'atouts que d'autres formules de restauration pour perdurer et présenter de bonnes perspectives de rentabilité. C'est donc une initiative à suivre. »

## L'INITIATEUR

**Christophe Legrand,**  
36 ans, a fondé Garden Ice SA en 2001 avec deux associées, Béatrice Petitjean et Françoise Vivier, issues de la restauration et du marketing. Il a travaillé comme agent commercial dans l'agropharmaceutique et a ouvert, en 1997, une brasserie à La Rochelle.