



# Casa del campo, on dirait le sud...

En décembre dernier, Casa del campo a ouvert son quatrième établissement dans la capitale. Retour sur ce concept innovant "bière & tapas" qui séduit des consommateurs en recherche de convivialité et d'authenticité.

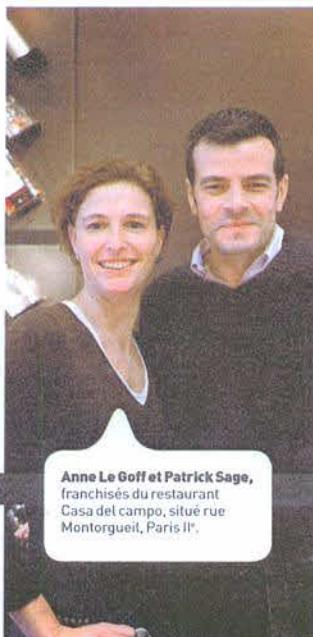
**D**es jambons au plafond, des couleurs chaudes, des affiches de flamenco, et surtout de délicieux tapas à savourer avec de la Cruzcampo... Au cœur de Paris, Casa del campo propose de retrouver l'ambiance unique des bars à tapas espagnols. La force de ce concept ? En plus d'être idéalement situés dans des lieux stratégiques comme Opéra, République ou Châtelet, les quatre établissements de l'enseigne font évoluer leur offre tout au long de la journée. Au déjeuner, la "clientèle de bureau" se retrouve autour d'une carte typiquement espagnole avec paella, charcuterie, bières et vins locaux à partir de 9,90 euros. Dès la fin d'après-midi, la fête commence avec des rondes de tapas et des concerts organisés chaque semaine. Avec un ticket autour de 18 euros, la formule fait mouche auprès des 25-35 ans : "Les lieux de restauration doivent redevenir des lieux de vie et de partage, explique Pascal Arrondeau, le Président de Casa Concept Services. La culture espagnole qui est très festive

s'y prête parfaitement. Les tapas sont par ailleurs en phase avec les nouveaux comportements de grignotage et de consommation du midi."

#### UNE NOUVELLE APPROCHE DE LA RESTAURATION

Pascal Arrondeau, qui a participé au succès de "Pomme de Pain" chez Elior, sait qu'il faut savoir capter l'air du temps, mais aussi se démarquer de la

concurrence. Face aux bars à tapas traditionnels, Casa del campo captaise sur un modèle franchisé. Lancée en 2004 par Heineken France, puis rachetée par le Groupe Frères Blanc, la marque a été reprise par la société Casa Concept Services début 2009. "À la force de frappe d'une chaîne, nous voulons allier la réactivité des entrepreneurs indépendants. Chez Casa Concept Services,



Anne Le Goff et Patrick Sage,  
franchiseurs du restaurant  
Casa del campo, situé rue  
Montorgueil, Paris II<sup>e</sup>.



Pascal Arrondeau,  
Président de Casa Concept  
Services.

*"Chez Casa Concept Services, nous secondons nos franchisés en prenant en charge le marketing, le management financier, la qualité, les achats ou encore la formation."*



Le restaurant Casa del campo propose deux formules. La carte du déjeuner séduit une clientèle de bureau et celle du soir fait mouche auprès des 25-35 ans.

### POURQUOI DEVENIR FRANCHISE ?

Partager les savoir-faire, les achats et les investissements pour mieux couvrir le marché. Telle est la grande force de la franchise. Situés en centre-ville – pieds d'immeuble ou en centre commercial à ciel ouvert, les bars "nouvelle génération" Casa del campo s'appuient sur ce modèle pour assurer leur développement rapide. L'apport personnel des franchisés représente environ 25 % du montant total de l'investissement, soit entre 100 000 et 150 000 euros. Le droit d'entrée est de 30 000 euros, et les royalties représentent 4 % du chiffre d'affaires. Avec un chiffre d'affaires tournant aux alentours de 800 000 euros HT par an et par établissement, le retour sur investissement est rapide. Un très bon "ratio" en ces temps difficiles et pour des surfaces se situant entre 120 et 200 m<sup>2</sup>.

### VOIR PLUS LOIN

nous secondons nos franchisés en prenant en charge le marketing, le management financier, la qualité, les achats ou encore la formation. Les plats sont par ailleurs préparés en cuisine centrale. Nos franchisés peuvent alors se concentrer sur leurs trois missions clés : animer, manager et donner du plaisir aux clients, analyse Pascal Arondeau. Cette efficacité, nous la conjuguons avec authenticité. Tous nos produits sont en effet sélectionnés auprès de petits fournisseurs espagnols."

France Boissons qui fournit l'enseigne en mercuriales (boissons, vins et bières) est un partenaire privilégié : "Nous voulons surprendre nos clients en leur faisant découvrir des produits originaux et de qualité, et notamment des vins espagnols. France Boissons s'y adapte en développant pour nous des offres sur-mesure. Il y a vraiment un enrichissement réciproque à travailler ensemble. Et cela va aller crescendo avec le déploiement de notre réseau." Avec un chiffre d'affaires qui avoisine les 800 000 euros HT par établissement, les perspectives sont effectivement prometteuses. Après l'ouverture d'un nouvel établissement en décembre à Châtelet rue Montorgueil, un autre bar sera inauguré en mars à Bruxelles : "Le concept est porteur. Les bars qui sont passés sous l'enseigne ont doublé leur chiffre d'affaires. Notre objectif est maintenant de nous implanter en province et d'ouvrir de 4 à 5 nouveaux bars par an."

France Boissons vous a fait profiter de nombreuses promos en 2009. L'année 2010 vous apporte aussi son lot de bonnes surprises... Découvrez vite ce que vous réserve votre Service compris.

### COMPLÈTEMENT GIVRÉES !



En ce début d'année, profitez des promos "Offres givrées" proposées par votre Service compris. Ces offres sont valables du 15 janvier au 28 février 2010. Dès janvier, découvrez les "Offres givrées Spiritueux". Grant's, Russian Standard, Cointreau, Bacardi et Jack Daniels... pour 5 bouteilles achetées, une vous est offerte. Pourquoi ne pas en profiter pour proposer à vos clients de nouveaux cocktails givrés renversants ! À découvrir également à partir de février, les offres Bières, Eaux et Jus... retrouvez-les dans votre Service compris.

Pour plus d'informations, contactez votre commercial France Boissons.

### ÉDITION LIMITÉE "PAGO CERISE"

Dès février chez France Boissons

Le nouveau Pago parfum cerise est à découvrir dès le mois de février. Pour l'achat de 4 cartons Pago (panachage possible au choix dans toute la gamme Pago, VP 20 cl), 1 carton Pago cerise vous est offert. Une série limitée à ne pas manquer !



Pour plus d'informations, contactez votre commercial France Boissons.