

Nico Palea, un pizzaiolo entreprenant

La Pizza de Nico, enseigne créée en Alsace, fête son quinzième anniversaire. L'objectif pour son créateur est d'atteindre une centaine d'unités à l'horizon 2019.

”

Nos partenaires franchisés participent au développement de la marque. On dispose d'un conseil consultatif : on se rencontre toutes les six semaines et on prend toutes les décisions ensemble.”

“Toutes les semaines, 20 000 personnes mangent à La Pizza de Nico. Nous avons ouvert notre 23^e adresse entre Aix-en-Provence et Marseille, dans le centre commercial Avant-Cap à Plan de Campagne, l'une des plus grandes zones commerciales d'Europe. Nous avons également lancé un point de vente en Allemagne, à Rastatt, le premier à l'étranger. Toute cette aventure a commencé en 2000. Cela faisait cinq ans que j'étais pizzaiolo. Je me disais qu'il manquait un concept entre Pizza Hut et les pizzerias traditionnelles. Je trouvais aussi que les pizzerias proposaient des prix trop élevés. Si les autres restaurants appliquaient les mêmes coefficients multiplicateurs que ceux des pizzerias, le client paierait 40 € pour une entrecôte !

Miser sur un bon rapport qualité-prix

J'ai démarré avec 10 000 francs, soit 1 500 €. Je payais 300 € de loyer pour un tout petit restaurant de 40 m² avec un vieux four d'occasion et très peu de matériel, implanté au nord de Strasbourg. J'ai opté pour une pâte très fine, dont la recette a été élaborée avec un boulanger MOF et une carte divisée entre pizzas et tartes flambées. Nos pizzas, très généreuses, sont garnies avec des produits frais, coupés et préparés sur place, et si possible locaux. Les seuls ingrédients surgelés, ce sont les fruits de mer. On propose également un très bon rapport qualité-prix, avec des pizzas à partir de 5,90 € et un ticket moyen autour de 9 €. Au début, on ne proposait que des pizzas familiales de 40 cm et de la vente à emporter. Au fil des ouvertures, nous avons ajouté des pizzas individuelles, des mange-debout et agrandi les salles pour arriver désormais à une centaine de places assises. Chez nous, les clients voient tout le processus de fabrication des pizzas, le pétrin qui tourne... Tout est transparent, avec une cuisine ouverte, et la décoration est très contemporaine, bien loin des pizzerias traditionnelles. Les clients passent commande au comptoir et on les sert à table. Aujourd'hui, les gens veulent manger vite et bien, à un tarif raisonnable.

Un réseau proche d'une coopérative

En quinze ans, nous n'avons enregistré aucune défaillance, aucune fermeture. L'an dernier, nous sommes passés de 9 à 18 unités. Fin 2015, nous serons au-delà d'une trentaine, pour un chiffre d'affaires de 7 à 8 M€. L'objectif est d'atteindre une centaine d'unités dans les quatre prochaines années, en France et dans les pays limitrophes. Mais on n'a aucune pression. On a déjà bien quadrillé le secteur du Bas-Rhin. Les priorités de développement se porteront sur la région lyonnaise qui a, je pense, un potentiel énorme, et la région parisienne. Les débuts en franchise remontent à 2008. Chez nous, elle fonctionne un peu comme une coopérative. Nos partenaires franchisés participent au développement de la marque. On dispose d'un

conseil consultatif : on se rencontre toutes les six semaines et on prend toutes les décisions ensemble, qu'il s'agisse de l'introduction de nouvelles recettes ou de décisions concernant nos fournisseurs. Un de nos partenaires gère les achats, un autre supervise les travaux... Et chacun achète ses produits à prix coûtant, la tête de réseau ne prend aucune marge. Les partenaires paient une redevance initiale de 35 000 € qui englobe tous les

services : la formation, l'aide à la recherche de locaux, l'assistance à l'ouverture... Ensuite, ils devront verser une redevance annuelle de 6 % sur le chiffre d'affaires. Nous espérons que cet état d'esprit coopératif ne va pas changer avec notre déploiement. Nous travaillons avec Michel Kahn [dont le cabinet est spécialisé dans la création, l'animation et le développement de réseaux de franchise et de partenariat, NDLR] depuis 2011. En octobre 2014, nous avons reçu le trophée d'argent de la Fédération des réseaux européens de partenariat et de franchise [Iref] pour notre business model. La Pizza de Nico a aussi obtenu la certification Bureau Veritas : cet audit annuel vérifie la solidité de la tête de réseau, les processus en place, l'hygiène, la qualité... On est le seul réseau de pizzerias possédant cette certification en France. Ce sont de belles reconnaissances." ■



EN DATES

- 2000 : ouverture de la première adresse La Pizza de Nico
- 2005 : ouverture de deux autres unités en propre
- 2008 : début du développement en franchise
- 2015 : première ouverture à l'international

Nico Palea :
"L'an dernier, nous sommes passés de 9 à 18 unités. Fin 2015, nous serons au-delà d'une trentaine, pour un chiffre d'affaires de 7 à 8 M€."