

**La newsletter**

Pour vous abonner et recevoir toutes les actualités de la Pizza, utilisez notre formulaire d'inscription

Je m'abonne

**Forums pizza.fr**→ **5169 membres**

Rejoignez tous les passionnés de la plus grande communauté de la pizza sur le web !

J'y vais



LE MAG

ACTUALITÉS

FORUMS

EXPERTS

ANNUAIRE FOURNISSEURS

ANNONCES

ÉVÈNEMENTS

RECETTES

OK

Accueil > [Actualités de la pizza](#) > La Pizza de Nico se déploie dans l'Hexagone

**ACTUALITÉS****L'INVITE**

31 Mars 2017

**La Pizza de Nico se déploie dans l'Hexagone**

La Pizza de Nico, enseigne créée par Nico Palea en Alsace en 2000 dispose aujourd'hui de 30 restaurants dont une dizaine détenus en propre avec une offre 100% pizza. Pour 2017 ce sont 12

nouvelles unités qui sont attendues avec une présence non seulement en Ile-de-France mais aussi au cœur de la Capitale. En effet, La Pizza de Nico entend se déployer par le nombre, avec une centaine de restaurants sous 5 ans, mais aussi par la diversification de ses zones géographiques d'implantation. Le chiffre d'affaires pour 2016 a été de 10 millions avec plus d'1 million de pizzas servies dans l'année. Nico Palea partage les motifs de sa satisfaction dans ce qui a été réalisé jusqu'ici au sein de son enseigne ainsi que pour les perspectives d'avenir.

**Comment se porte la Pizza de Nico ?**

Plus de 20 000 personnes mangent dans nos restaurants chaque semaine. La dernière enquête de satisfaction révèle que la fréquentation est majoritairement due au bouche à oreille avec un taux de fidélisation élevé puisque 60% de nos clients fréquentent nos points de vente entre 1 fois par semaine et 1 fois par mois. La commande en ligne est actuellement en test sur une des unités. Depuis l'an dernier, notre carte repose sur des collections s'inspirant du prêt-à-porter dans la mode : printemps/été et automne/hiver. Avril correspond au lancement de la nouvelle carte. Ces collections concernent les pizzas éphémères (il y en a 8) car les autres recettes sont intemporelles (au nombre de 12) auxquelles viennent s'ajouter au cours de l'année 2 ou 3 suggestions. Elles sont plus légères l'été, et plus « généreuses » en hiver. Les packagings seront changés pour être de plus en plus écologiques et éco-responsables, avec du papier kraft recyclable, la suppression du plastique. En 2016 La Pizza de Nico et son partenaire Didier Moser, propriétaire de 2 restaurants à Colmar et 1 à Horbourg-Wihr (Haut-Rhin), ont remporté le Grand Prix Excellence & Rentabilité de l'IREF.\* Pour ce qui est de l'actualité la plus récente, il faut retenir la mise en ligne du nouveau site internet depuis le 1<sup>er</sup> mars.

**Que faut-il savoir sur l'offre ?**

Le ticket moyen est aux alentours de 10€. Le rapport qualité-prix est optimal avec une pizza solo de 31 cm à partir de 6,90€ dont la pâte préparée sur place est obtenue avec une farine multi-céréales puis garnie de produits frais. La qualité nutritionnelle des ingrédients, la sélection d'une farine très digeste sont des considérations importantes. Le résultat : une pâte fine, des garnitures qualitatives, des pizzas peu caloriques (600 calories pour une pizza Reine). Il y a aussi la pizza maxi de 40cm de diamètre pesant plus d'1 kilo... pour partager ou satisfaire les gros appétits. Chaque point de vente est aménagé avec une cuisine visible par les clients. Nous utilisons des AOC comme pour le roquefort, la feta, le saumon de Norvège... nous sommes très attentifs à la qualité. La base tomate utilisée est une pulpe tomate assaisonnée par nos soins. Dans les restaurants Premium des centres commerciaux et au cœur de grandes villes, une offre de pizza à la part a été introduite depuis 2016 dans l'espace Café de Nico. Ce qui permet d'exploiter toutes les plages horaires de la journée. Il y a aussi des panini, le partenariat avec illy caffè permet de déployer les corners café avec des *latte*, *cappuccino*... une gamme de desserts dont des offres après-midi comme les *Heures douces* incluant un café et un dessert pour 3,90€.

**Différents aménagements des points de vente sont prévus ?**

Trois types d'implantation : les *Pizza shop* qui concernent un quart des points de vente, d'une superficie de 60-80 m2 réservés à la vente à emporter avec un investissement de 120-150 000 € et un chiffre d'affaires moyen de 200-250 000€, les *Premium* pour un autre quart des points de vente, sur 200-300m2 pour les centres commerciaux et les centres-villes avec une part majoritaire de restauration assise (le client commande et paye au comptoir, avant d'être servi à table, jamais au-delà de 15 minutes après) et peu de vente à emporter avec un apport de 300-400 000 € pour un chiffre d'affaires moyen de 500-700 000€, et *Shop&lunch* le format

Ailleurs

Billet

Epicerie-traiteur

Fournisseurs

L'invité

On a aimé

Pizzeria indépendante

Profession

Rendez-vous

Restauration de chaîne et pizzerias en franchise

Sommaire

Textos

Trattoria et restauration traditionnelle italienne

**NOUVEAUTÉS****Catégories****Jus de fruits bio DiFrutta par Carniato**

Cette nouvelle gamme de jus de fruits bio DiFrutta en bouteilles de 20 cl se ...

[Toutes les nouveautés](#)

**CONCEPTS EN IMAGES****Baffetto importe l'Italie à Suresnes**

Ali Haghdoost a fait appel au talent de Diego Accettulli, gérant de Cinque Terre Concetti, entreprise ...

[Tous les concepts](#)



intermédiaire qui représente la moitié des points de vente, sur 150-200m2 associant restauration assise et vente à emporter dans des zones caractérisées par une clientèle de bureau au déjeuner et des résidents pour le soir avec un investissement de 200 000 € pour un chiffre d'affaires moyen de 300 000€. Les concepts Shop&lunch et Premium sont ceux qui sont amenés à se développer.

### Comment est organisé le « réseau » ?

Le réseau fonctionne sur un mode coopératif, les achats sont mutualisés comme pour les plus de 100 tonnes de mozzarella annuelles, nous nous rencontrons régulièrement en conseil consultatif, toutes les décisions sont prises collectivement avec des délégués désignés par les partenaires pour les représenter. Je suis logé à la même enseigne que les autres membres du réseau quand bien même j'ai des participations dans une dizaine de boutiques. L'apport moyen est de 50 000€, pouvant atteindre 70 000€ pour les points de vente les plus coûteux. La plupart des partenaires montent leur 2<sup>e</sup>, 3<sup>e</sup>, 4<sup>e</sup>, 5<sup>e</sup> point de vente, mais il y a bien sûr de nouveaux arrivants aussi. Nous sommes 200 à travailler dans les points de vente mais je suis le seul à avoir fait de la pizza avant. Beaucoup de nos recrues ont opté pour des reconversions professionnelles, elles ne sont pas issues de la restauration, mais ça n'est pas indispensable puisque dans tous les cas ils sont formés au savoir-faire maison. La tête de réseau s'est structurée autour d'expertises et compétences mises au service de nos partenaires. Elle se compose de 7 personnes, incluant un responsable de la qualité et de la formation, un autre des achats et travaux, un chargé d'opération, un chargé de projet, un responsable de la communication, un graphiste.

### Quelles sont les perspectives de développement ?

La Pizza de Nico existe depuis 17 ans mais c'est un réseau qui est jeune et en plein développement. Pour 2017 ce sont entre 10 et 12 ouvertures qui sont attendues. Le rythme sera similaire pour les années suivantes avec un objectif à 5 ans de 100 points de vente. La Pizza de Nico est certifiée par le Bureau Veritas pour sa solidité financière, sa capacité d'accompagnement des partenaires, son cursus de formation et sa communication. Cette certification rassure les futurs partenaires et les banquiers. Grâce à cela notamment, ces derniers sont plus enclins à faire confiance à un nouveau partenaire La Pizza de Nico, un apport personnel à hauteur de 15% du montant de l'investissement suffit pour obtenir le prêt et encore au taux d'intérêt préférentiel de 1,5%. La Pizza de Nico est très présente dans l'Est de la France, ce qui n'a rien d'étonnant puisque son berceau d'origine est en Alsace. Mais l'enseigne commence à s'implanter dans l'Ouest avec 4 points de vente d'ici la fin de l'année, dans le Sud aussi mais la priorité est surtout la région parisienne et la région lyonnaise. C'est ainsi que l'inauguration de 2 Premiums est imminente, dans un grand centre commercial de la région parisienne puis intra-muros sur les grands boulevards.

\* Fédération des réseaux européens de partenariat et de franchise



L'INVITE

05 Mars 2017

### Domino's Pizza France optimise production et logistique

Avec 334 magasins en France dont 27 en propre, un objectif de 400 d'ici la fin de cette année et 500 à fin 2018 ainsi qu'un volume d'affaires de l'ordre ...

[lire la suite](#)



L'INVITE

05 Février 2017

### Dessiner la cuisine pour la faire vivre

Alessia Serafini est une designer italienne qui vit et travaille à Paris. Après des études de design à Venise, elle est aujourd'hui co-associée du studio de design Le Tiroir avec ...

[lire la suite](#)



L'INVITE

09 Janvier 2017

### Basilic & Co met un coup d'accélérateur

L'enseigne créée il y a 10 ans par Laurent Bassi avec une offre de pizzas dont la pâte préparée à la main dans chaque unité est garnie de produits des ...

[lire la suite](#)



L'INVITE

05 Décembre 2016

### Tutti Pizza se déploie prudemment mais sûrement

Entreprise familiale créée en 1989 à Toulouse, la franchise Tutti Pizza connaît une croissance constante avec 14 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015 (+ 10%), plus de 65 points ...

[lire la suite](#)



L'INVITE

01 Octobre 2016

### Pizza, cultures et mondialisation, Sylvie Sanchez (2e partie)

Anthropologue spécialiste dans l'étude du changement culturel notamment en matière d'alimentation, l'auteure a publié en 2007 l'ouvrage « Pizza, cultures et mondialisation », réédité très récemment. Elle a étudié pendant plus ...

[lire la suite](#)

L'INVITE

04 Septembre 2016



## Pizza, cultures et mondialisation, Sylvie Sanchez (1re partie)

Anthropologue spécialiste dans l'étude du changement culturel notamment en matière d'alimentation, l'auteure a publié en 2007 l'ouvrage « Pizza, cultures et mondialisation », réédité très récemment. Elle a étudié pendant plus ...

[lire la suite](#)



### Liens

Mentions légales  
Publicités  
Contact

### Partenaires

Pizzanet  
Pizza.it  
PMQ's Pizza magazine  
Leaders Club  
Salon Parizza  
Boîtes à pizza

### Plan du site

#### Le magazine France Pizza

Qui sommes-nous  
Lire France Pizza  
Abonnez-vous  
Votre compte abonné

#### Actualités

Toute l'actualité

#### Concepts

Tous les concepts en image

### Paroles d'experts

Tous les dossiers experts

#### Guide

Guide fournisseurs  
Nouveautés produits

#### Evènements

Calendrier des évènements

#### Annonces

Les petites annonces



Unique plateforme dédiée au monde de la pizza, francepizza.fr est un portail moderne qui émane de notre savoir-faire et de nos connaissances du marché de la pizza, de la pasta et de la restauration italienne à travers le magazine France Pizza que nous éditons, le salon PARIZZA que nous organisons chaque année mais aussi du partenariat étroit existant avec l'APF.