

Une quinzaine d'entreprises du Grand Est ont un stand à Eurosatory qui a lieu à Paris du 11 au 15 juin. Premier Salon mondial de la défense et de la sécurité terrestres et aéroterrestres, le rendez-vous accueille plus de 1 600 exposants venus de 140 pays. La Région apporte son soutien aux sociétés participantes du Grand Est en leur accordant des aides individuelles pour un montant total cumulé de 75 000€. Sur les 14 entreprises régionales participantes, quatre sont alsaciennes : il s'agit des sociétés Clemessy de Mulhouse, EMS Concept à Saverne, Quiri à Schiltigheim, et de la Fonderie Schlumberger à Guebwiller.

TRANSPORTS Eurolines Trois nouvelles lignes au départ de Strasbourg

Eurolines, le service international de cars longue distance du groupe Transdev (Issy-les-Moulineaux), ouvre trois nouvelles lignes au départ de la gare routière du parc de l'Étoile à Strasbourg. À partir du 15 juin, la compagnie proposera un aller-retour vers **Bruxelles** via **Luxembourg** (7 à 8 heures de trajet). À partir du 18 juin, s'y ajouteront un aller-retour quotidien vers **Prague** (11 heures de trajet) et quatre allers-retours par jour vers **Francfort** (4 heures de trajet). Les tarifs de base de ces trois lignes sont respectivement de 27, 39 et 17 euros.

TTE-RAL 05

RESTAURATION RAPIDE Internationalisation et développement en France

« La Pizza de Nico » s'exporte en Chine

« La Pizza de Nico » s'implante en Chine et développe parallèlement son réseau de points de vente dans l'Hexagone avec une dizaine d'ouvertures prévues cette année. L'enseigne alsacienne de restauration rapide ne manque pas d'appétit.

NICO PALEA a ouvert il y a quelques semaines sa « première pizza de Nico » à Shenzhen, une ville de 10 millions d'habitants près de Hong-Kong, associé au caviste Jacques Esnaut implanté là-bas avec un réseau de boutiques de vins. Ce dernier devient son « master franchisé. » « Une opportunité » qui lui permet de partir à la conquête du mégamarché de l'empire du Milieu. « Les Chinois veulent consommer occidental, s'habiller occidental, et dans la restauration rapide, c'est la pizza qu'ils identifient le plus facilement, » raisonne l'entrepreneur alsacien. « Il est possible, dit-il, de faire là-bas en deux ans ce qu'on a réussi à construire en 20 ans en France ».

100 points de vente en France dans les 5 ans

Pour séduire les consommateurs asiatiques, la carte a été adaptée au goût du pays pour les saveurs aigres-douces, avec des pizzas au poulet au miel, au canard à

l'ananas et au durian, un fruit exotique épineux.

« En 2000, cet ancien salarié de la restauration a ouvert son premier établissement de restauration rapide dédiée à la pizza à Bischwiller sur 40m², histoire de créer son job. Puis il y en a eu deux autres à Schweighouse et Betschdorf, avant que le concept soit franchisé en 2008. Aujourd'hui, « la Pizza de Nico » compte 31 points de vente, principalement situés dans l'Est, dont une vingtaine en Alsace. Et son créateur vise les 100 établissements en France dans les cinq prochaines années. L'enseigne déjà présente à Nantes va essaimer à Lyon et à Montpellier. Le réseau a une dizaine de projets d'ouverture qui se concrétiseront avant fin 2018.

A la conquête des métropoles et des centres commerciaux

« Il s'agira de restaurants de 300 à 400m², bien situés dans les grandes métropoles françaises et en région parisienne où une implantation est prévue dans le centre commercial de Rosny 2 », annonce Nico Palea. Sa stratégie de développement cible aujourd'hui les centres-villes, les complexes commerciaux et les zones d'activités ». Le déploiement dans le Haut-Rhin où l'enseigne ne compte



Nico Palea, fondateur de la franchise La Pizza de Nico : « Le développement de l'enseigne est une suite d'opportunités »

PHOTO DNA - LAURENT RÉA

que 3 établissements dans l'agglomération colmarienne fait partie des priorités. À la rentrée, elle ouvrira un premier point de vente à Mulhouse, près de la Tour de l'Europe, sous le conservatoire. Dans le Bas-Rhin, la prochaine implantation est programmée dans les mêmes délais à l'Espace européen de l'entreprise, côté lac. Sur le marché très disputé de la restauration rapide de la pizza, Nico Palea a su imposer sa recette : « Rien que des produits frais,

une préparation sous les yeux des clients grâce à une cuisine ouverte, et un bon rapport qualité-prix ». Les raisons de la success-story sont simples, à l'entendre : « On répond à une demande de gens qui veulent manger « bon » et vite dans un cadre contemporain, et pas avec des ingrédients surgelés dans un décor de Vésuve et de gondole à Venise. Jamais plus de 15 minutes d'attente entre la commande et le service ».

Le concept de franchise se dé-

marque lui aussi des réseaux existants. Un droit d'entrée à 35 000€ qui inclut l'accompagnement personnalisé et la formation, une redevance de 6 % du chiffre d'affaires.

Comme une coopérative

« Je ne vends ni mobilier, ni décor, ni matériel de cuisine à mes franchisés. On fonctionne plutôt comme une coopérative : je négocie les prix auprès de fournisseurs référencés. Et les partenaires s'approvisionnent directement chez eux », explique le franchiseur. Avantage : une maîtrise des coûts, de l'installation du restaurant au produit final.

S'ajoute à la recette un zeste d'innovation. S'inspirant du prêt-à-porter, l'enseigne propose deux cartes en fonction de la saison : printemps-été et automne-hiver. Elle a été la première à lancer une pizza vegane. « La Pizza de Nico » fait travailler 250 personnes, et a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires proche des 10 millions d'euros, en croissance de 40 % avec les ouvertures intervenues l'an dernier. Sur sa lancée, Nico Palea caresse un projet de diversification sur d'autres produits. Mais il faudra attendre le lancement en 2019 pour savoir quel sera... le prochain défi de Nico. ■

Isabelle NASSOY