

2025

Coffee Brunch People

Clay

La première love brand de brunch à la française.



# SOMMAIRE

02	LA VISION
04	LE MARCHÉ
06	LE CONCEPT
10	LES VALEURS
15	LES CHIFFRES
23	CONTACTS



# LA VISION

FEEL GOOD, EAT WELL, COME BACK

Le coffee brunch premium, ce n'est pas simplement un moment gourmand, c'est un *lifestyle*



# RÉINVENTER



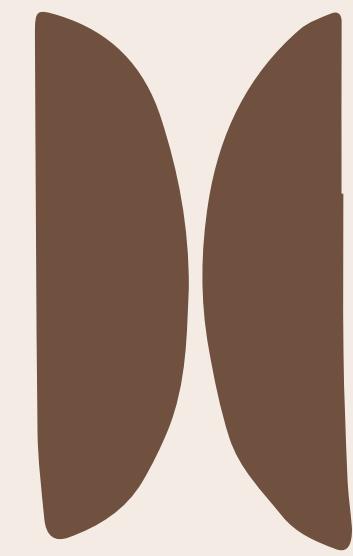
CLAY propose une *nouvelle voie* :

Un **lieu de vie**, pas juste un restaurant.  
Une **carte all-day**, saine, maison, esthétique.  
Une ambiance épurée **solaire & humaine**.  
Un **service rapide** mais incarné.

Repenser le brunch et coffee shop,  
rendre le *quotidien inspirant*, avec  
un *service premium* :

Aujourd’hui, **bruncher** est devenu **un rituel**.  
Mais l’offre est souvent cantonnée au  
week-end, peu qualitative, impersonnelle.





# LE MARCHÉ

UNE VRAIE TENDANCE À EXPLOITER

Le brunch n'est plus un effet de mode.  
C'est un vrai *mode de vie*.

# MARCHÉ PORTEUR

+5 %/an

De **croissance** du **secteur coffee**.  
VS +1,8 % sur la restauration classique.

+3500

Coffee shops en France. Un **secteur en explosion**.

6 fois +

De **brunchs recensés** sur TripAdvisor entre 2011 et 2024.

1/sem

1 ouverture de coffee brunch **par semaine** en 2024.



L'offre a **plus que doublé** en **cinq ans**, portée par les **réseaux sociaux**.



# LE CONCEPT

UN CONCEPT FAIT POUR DURER

CLAY, un coffee brunch moderne.  
100 % all-day.

# LES FONDATEURS

## TOM

Issu d'une **famille de restaurateurs**, Tom évolue depuis plus de 8 ans dans l'univers de la restauration et de la **gestion opérationnelle**.

Après un parcours académique en management, négociation et **relation client**, complété par une formation en leadership, il développe une solide expertise dans la **structuration d'équipes**, la maîtrise de l'expérience client et la **performance économique** d'un établissement.

**Son rôle** au sein de CLAY repose sur la rigueur opérationnelle, la gestion quotidienne et la garantie d'un haut niveau d'**exigence** dans l'accueil et la **qualité** de service.

## TIFFANY

Diplômée en stratégie marketing et communication, Tiffany a forgé son parcours dans l'univers du **branding** et du **management opérationnel**.

Elle pilote l'ensemble des équipes et du **pôle RH** de CLAY : recrutement, formations, suivi des salariés et organisation quotidienne. Elle contribue également au **développement de l'enseigne**, à l'élaboration des **recettes** bar et cuisine et à la supervision de l'univers créatif.

**Son rôle** est donc transversal, combinant management, stratégie et **créativité** pour offrir une expérience client unique et garantir la **cohérence du concept**.



Une passion commune, deux profils complémentaires.

# LES FONDATEURS

## LEUR ADN

Chaque jour, on s'engage à créer un moment sincère où tout est soigné :

*Un bon café, une assiette généreuse, une ambiance humaine.*

On ne veut pas juste ouvrir des cafés :

*On veut bâtir des lieux vivants qui donnent envie de revenir.*



## LEUR PROMESSE

**Pour les clients :**

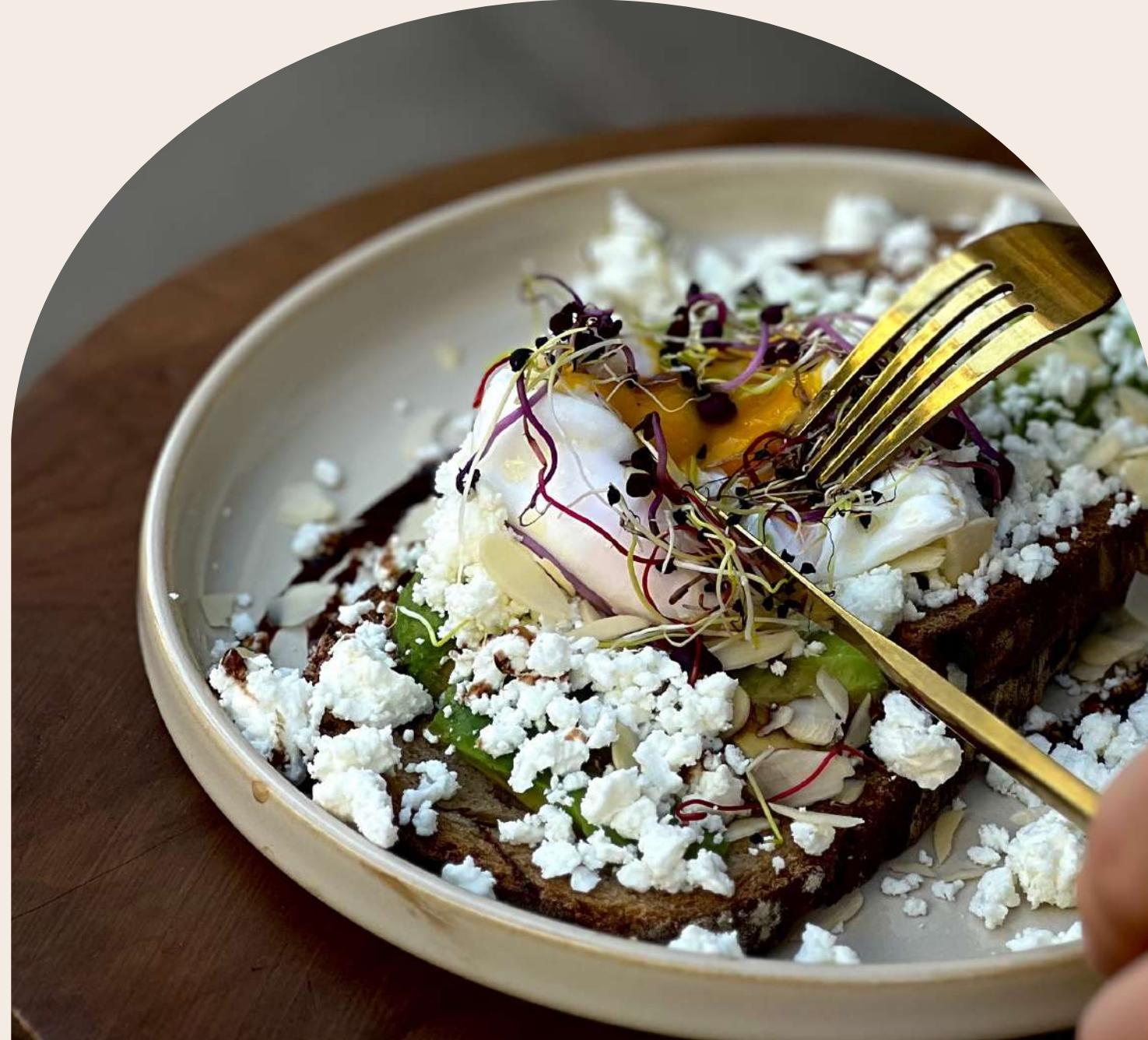
Bien manger, rapidement, dans un lieu chaleureux, à prix juste.

**Pour les franchisés :**

Un concept rentable, des process solides, un service optimisé, des équipes motivées.

# LE RESTAURANT

CLAY, un coffee brunch stylé, impactant, gourmand.



## FOOD

- Carte créative et maison.
- Produits tendances.
- Baristas formés, boissons signatures.



## MOOD

- Ambiance naturelle et design.
- Un concept pensé pour durer avec l'accent sur l'expérience client.
- Des expériences proposées (soirées, yoga, événements).



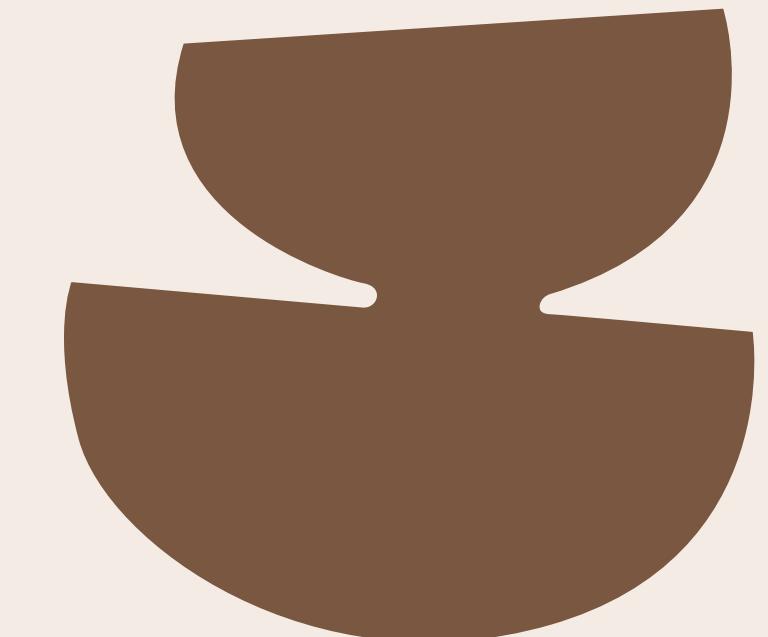
## QUALITÉ

- Instagrammable mais sincère.
- Service rapide de qualité.
- Circuit court choix des produits avec attention.

# LES VALEURS

UN ADN : AUTHENTIQUE – GÉNÉREUX – EXIGEANT

Faire de CLAY la première love-brand  
française avec du brunch *all-day*.





# POURQUOI NOUS

- Une marque **lifestyle** avec une **vraie âme**.
- Une équipe **fondatrice** expérimentée, **bienveillante** et **visionnaire**.
- Un concept déjà **rentable** et **opérationnel**.
- Un **soutien complet** : franchise ou investisseur.
- Un modèle **duplicable** et **structuré**.

# UNE MARQUE FORTE



## RÉPUTATION

- Élue la **meilleure adresse** brunch à Nice par la presse locale.
- Présente sur **tous les réseaux** (IG, Google, TripAdvisor, Spotify).



## VISIBILITÉ

- Déjà démarché plusieurs fois pour ouvrir des concepts CLAY.
- Presse : Nice Matin, Elle Magazine, France 3, Côte Magazine.



## POPULARITÉ

- Taux de remplissage élevé +. Jusqu'à **600 couverts par jour**.
- Spot connu pour **ses plats, tasses et décors signature**.

# NOTRE SECRET

CLAY devient une **marque référence** dans sa ville  
On la duplique maintenant à l'échelle nationale.

- Brunch **tous les jours**, pas uniquement le dimanche.
- Spot **central à Nice**, clientèle locale plus touristique.
- Une **ambiance solaire** qui fidélise plus une expérience photo-ready.
- Un modèle économique **fiable et rentable**.
- Des **marges fortes**, plus des **équipes motivées** ( pas de soir !).





# LES CHIFFRES

## UN CONCEPT RENTABLE, PRÊT À SE DEVELOPPER

Le brunch, c'est le créneau qui offre le meilleur ratio,  
rentabilité / simplicité opérationnelle.



# UN MODÈLE RENTABLE

**18 - 24 €**

Prix du **panier moyen**, par personne.

**1,6 M /an**

**CA cible** par unité dès la première année.

**70 - 130m<sup>2</sup>**

**Format adaptable :**

Corner coffee shop / licence hôtelière.

**~3 €**

**Food cost moyen** : 20 % (=3 € de coût matière pour un prix de vente de 15 €)  
 $3/15 \times 100 \approx 20\%$ .

Notre **plan de déploiement** est pensé pour **durer et performer**.



# OPÉRATIONNEL PERFORMANT



## ROTATION

Environ 45 min par table (vs 1h à 1h30 en restaurant classique).

Jusqu'à 5 à 6 rotations par table, soit un renouvellement de +500 %.

## FLEXIBILITÉ

Le brunch fonctionne aussi bien en hiver qu'en été.

Sur place ou à emporter.

Corner coffee shop / licence hôtelière.

## RENTABILITÉ

Process optimisés, en cuisine pour sortir un plat en 30 secs.

Exemple : Dimanche, 600 couverts servis en moins de 6h.

# OPÉRATIONNEL PERFORMANT



## DIVERSITÉ

Tous budgets.  
Tous profils.

## POLYVALENCE

Pas besoin de profils experts = salaire maîtrisés.  
Plus de polyvalence = plus d'efficacité en salle.

## PERFORMANCE

Employés formés pour être performants, rapides et polyvalents.

# NOTRE AMBITION

**2025 - 2026**

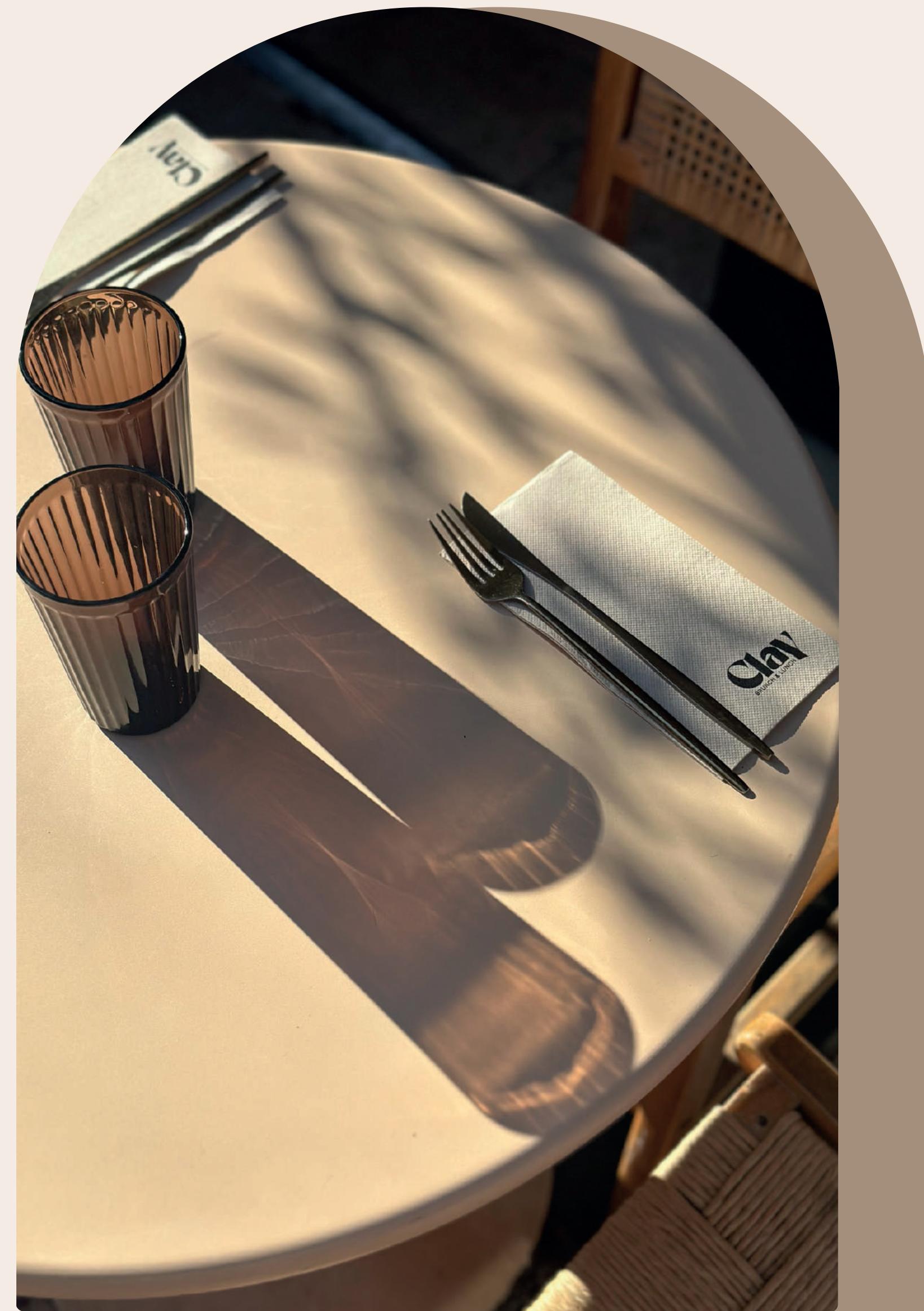
- 1er franchisé signé.
- Lancement du réseau.
- Consolidation du concept & outil franchise.

**2026 - 2028**

- 5 à 8 unités en province et périphérie.
- Partenariat hôtellerie & lieux hybrides.

**2028 - 2030**

- 25 unités
- 1ère ouverture à l'étranger.



# ACCOMPAGNEMENT

## AVANT OUVERTURE

- Aide sélection & validation du local, bail et travaux.
- Fournisseurs référencés, check list implantation, étude de **zone de chalandise**.
- Manuel opératoire.

## PENDANT

- Programme complet 4 semaines, gestion opérationnelle, barista, management, hygiène, outils de caisse
- Kit communication d'ouverture.
- Campagne réseaux sociaux / RP / influence local, soirée d'inauguration, marketing & lancement.

## APRÈS OUVERTURE

- Assistance pour animation réseau.
- Innovation (nouvelles recettes, nouvelles tendances, ...).
- Marketing (partenariat, campagne, ...).



# CHIFFRES CLÉS

**400 - 450k**

**Investissement total**, budget globale pour ouvrir **un point** : travaux, mobilier, cuisine, stock initial, trésorerie, ...

**2,5 - 3 ans**

**Retour sur investissement** (ROI) délai estimé pour récupérer l'investissement initial

**5 %**

**Royalties** % du CA HT versé chaque mois

**1,2 - 1,6 M€**

**CA prévisionnel**

**7 ans**

Durée du contrat,  
renouvelable

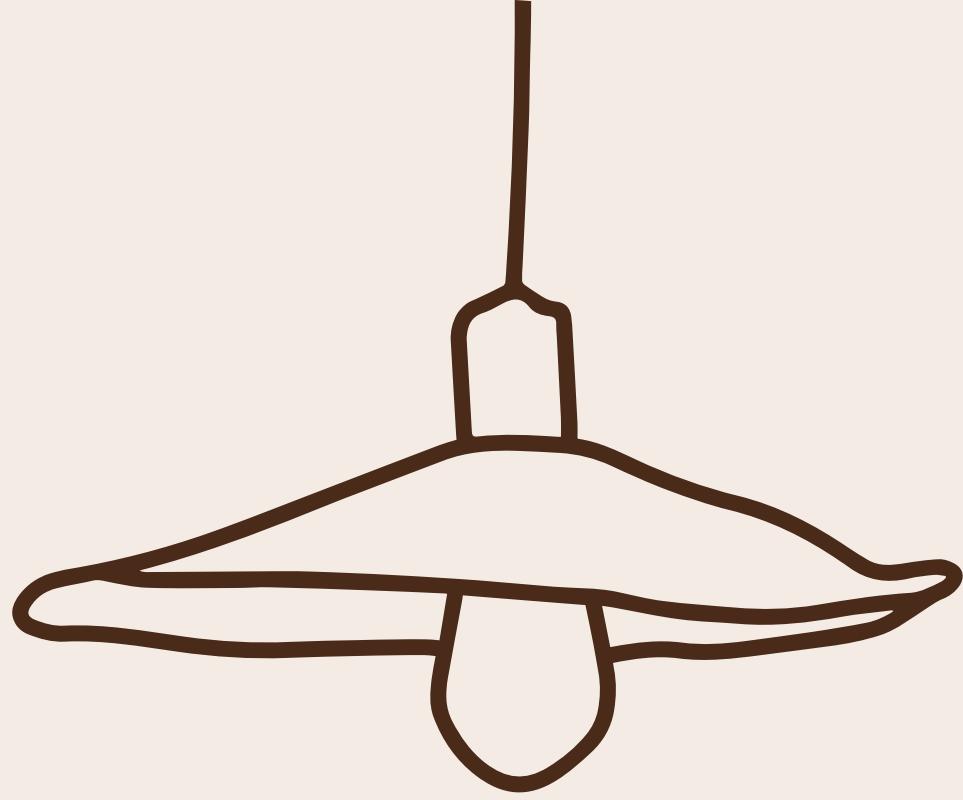
**1,5 %**

**Redevance marketing / communication**

**30k**

**Droits d'entrée**





# CONTACTS

LET'S TALK !

CLAY, c'est aussi une histoire de rencontre.  
Écrivez *nous*.

Clay Brunch  
4 Rue Bonaparte

Clay Coffee  
47 Rue Gioffredo

# Clay

## RESTONS EN CONTACT

@claybrunch  
[www.leclay.fr](http://www.leclay.fr)  
[developpement@clay-bonaparte.com](mailto:developpement@clay-bonaparte.com)  
06 67 31 88 82

