

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

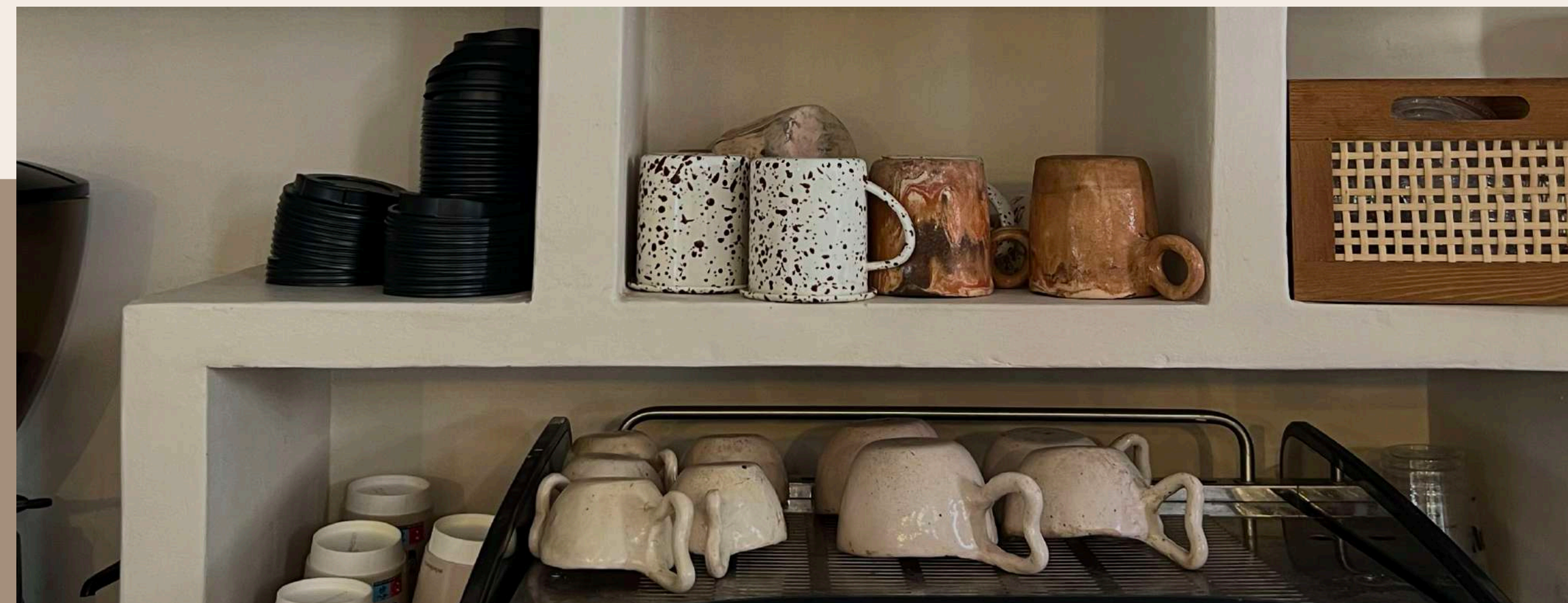


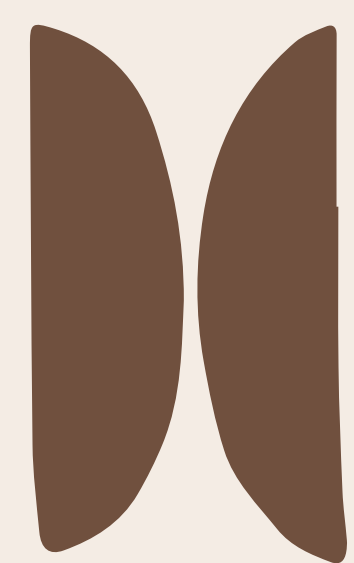
Repenser le brunch et coffee shop,
rendre le *quotidien inspirant*, avec
un *service premium* :

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

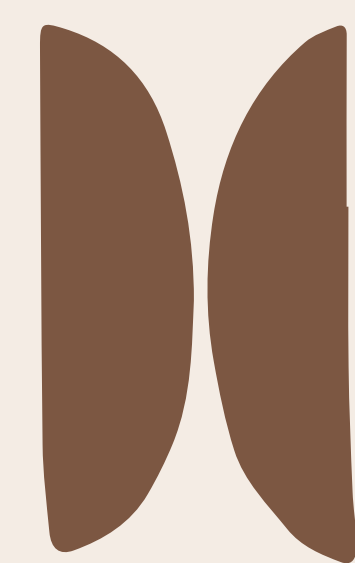
CLAY propose une *nouvelle voie* :

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.





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).



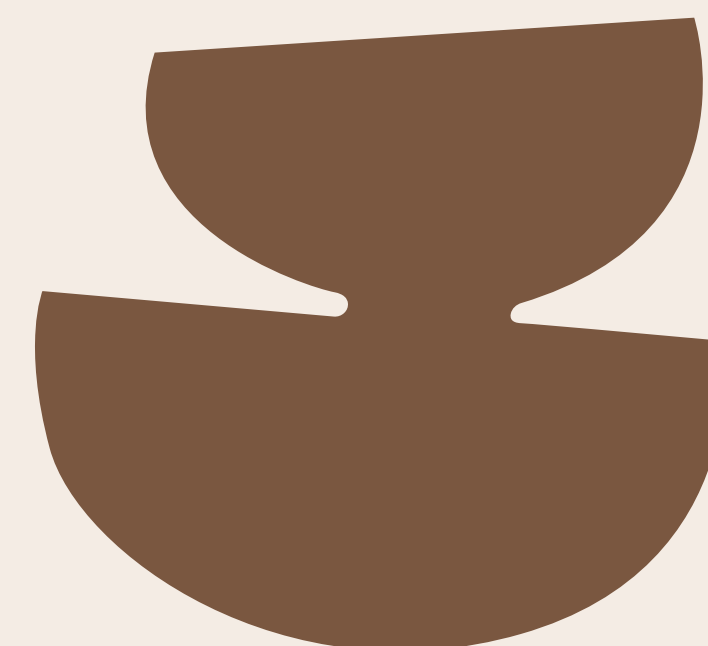
QUALITÉ

- 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

- Élu 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 – 130m²

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

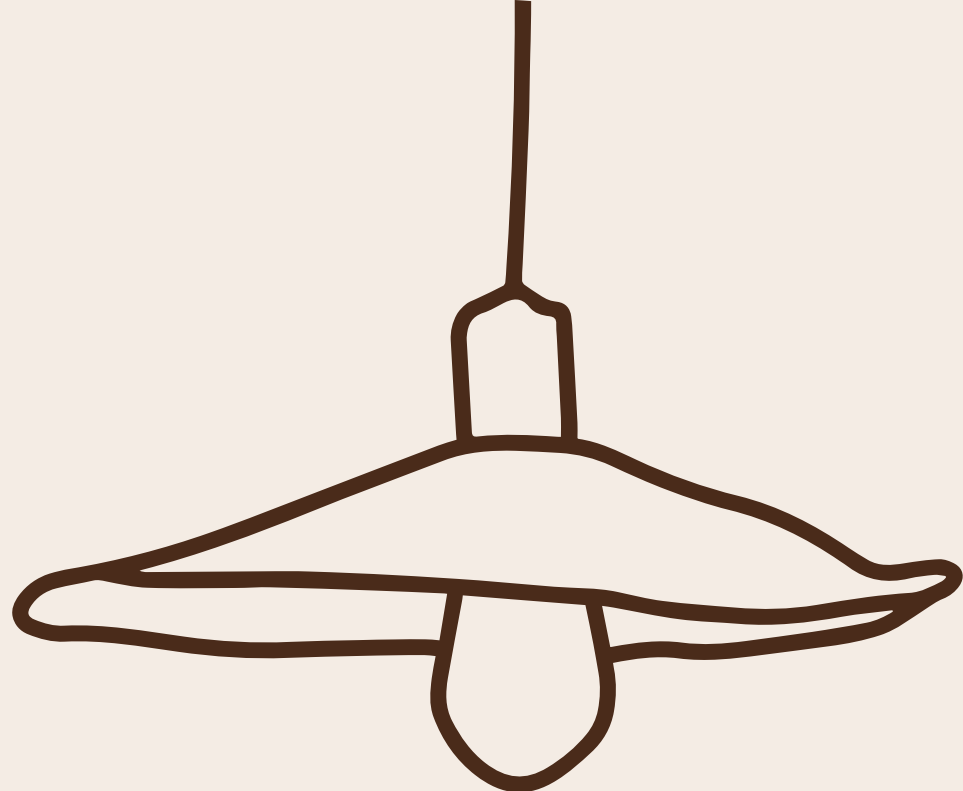
1,5 %

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

developpement@clay-bonaparte.com

06 67 31 88 82

