

Date : 04/03/13

25 ans de franchise pour Hippopotamus et le groupe Flo

par Vincent Pompougnac



Le premier restaurant franchisé à l'enseigne **Hippopotamus** a ouvert ses portes en 1988 : le groupe Flo fête donc cette année ses 25 ans de franchise, dans un contexte de crise de la consommation qui a impacté ses résultats 2012.

De 16 restaurants en 1992, date de son rachat par le groupe Flo, le réseau sous enseigne **Hippopotamus** est passé à 160 en France fin 2012, dont 65 en franchise (et 16 à l'international). Cette année, Groupe Flo fête les 25 ans de la 1ère franchise **Hippopotamus**, lancée en 1988 avec le Groupe Forest Hill et l'ouverture de l'Aquaboulevard (Paris 15ème). Depuis, 84 restaurants **Hippopotamus** ont ouvert en franchises, et 93 en succursale. Développée en Chine à partir de 1997, Brasserie Flo coiffait 34 établissements en France fin 2012, dont 12 en franchise, plus 7 à l'international (dont 6 en franchise). Près de la moitié de son réseau franchisé est ainsi installé à travers le monde (Chine, Pays-Bas, Portugal, Emirats Arabes).



Évaluation du site

Site du magazine Franchise Magazine. Le site permet de rentrer en contact avec des experts et diffuse en outre des articles et analyses concernant les enseignes franchisées.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 14

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine



Rachetée par le groupe Flo en 2007, Tablapizza a ouvert en 2008 son premier restaurant franchisé au Mans. La chaîne de pizzas et cuisine italienne en alignait 30 en France fin 2012, dont 12 en franchise. Enfin, le réseau Taverne de Maître Kanter, repris par le groupe Flo fin 2007, est exclusivement composé de franchisés (une quarantaine fin 2012).

Réalisant tous les ans entre 15 et 25 ouvertures en franchise sous ses différentes enseignes, Flo prévoit de dépasser les 150 restaurants franchisés au cours de l'année 2013 : le nombre d'établissements en franchise égalera alors celui des unités en succursale.

Impactés par la crise de la consommation, les résultats 2012 du groupe font apparaître une activité en recul par rapport à 2011 : -6 % pour le total de ses ventes sous enseignes et -4,3 % à pour son chiffre d'affaires consolidé (-4,1 % à périmètre comparable). Flo aborde donc l'année 2013 "comme une année de transition pour transformer la crise en opportunité". Au travers, notamment "des évolutions de ses modèles économiques au service de plus de flexibilité" et "de la poursuite de l'optimisation de ses réseaux et de la stratégie de ses marques".