



Communiqué de presse – Le 26 mars 2015

## Hippopotamus dévoile sa nouvelle carte

**Générosité, accessibilité prix et qualité des viandes sont au menu !**

Le 26 mars, Hippopotamus, enseigne phare du Groupe Flo, lance sa nouvelle carte avec un message fort à destination de ses clients, « Oui à la Générosité ! ». Synonyme de gourmandise et de convivialité, cette carte printemps-été 2015 signe un retour aux fondamentaux qui ont fait le succès d'Hippopotamus depuis 1968 : qualité des viandes, générosité des portions, plats et formules à des prix accessibles, le tout avec un accueil chaleureux et efficace.

### Une nouvelle carte qui met l'accent sur l'expérience et la satisfaction client

A travers cette carte, Hippopotamus valorise ses produits emblématiques, autour de la viande, et offre des propositions variées (salades, planches...). Ce positionnement de diversité et d'ouverture s'adresse au plus grand nombre en proposant une gamme de produits élargie aux clients, nouveaux et habitués. Ce changement de carte est aujourd'hui le reflet de la volonté de faire toujours mieux pour les satisfaire, dans un contexte économique qui ralentit la consommation. Elle valorise l'ADN d'Hippopotamus et s'articule autour de trois grands items :

- **Générosité**

**La générosité avec des plats et produits gourmands. Ce sont par exemple 9 produits qui sont proposés en quantité plus généreuse pour un prix identique** à celui de l'ancienne carte. C'est notamment le cas de l'entrecôte de 220g qui passe à 250g ou de la côte de bœuf Charolais de 1kg qui passe à 1,2kg. Dans cette démarche de gourmandise, la planche de charcuterie à partager s'enrichit d'une terrine de campagne. Les **desserts** font également une percée en version XXL avec une mousse au chocolat et une île flottante, proposées en avant-première depuis début mars.

- **Accessibilité prix**

**Des prix plus accessibles** pour les plats à la carte avec des entrées à partir de 3,90 €, des plats à partir de 12,90 € et des desserts à partir de 4,20 €. **Hippopotamus a également allégé le prix de certains produits tels que la brochette, l'entrecôte 350g et le tartare de bœuf.** Les formules restent quant à elles attractives, notamment avec une formule Express proposée à partir de 10,90 €.

- **Qualité des viandes**

**Des viandes fraîches, de qualité et de race**, une passion qui a permis à Hippopotamus de devenir le spécialiste de la viande dans la restauration commerciale. La carte comprend **15 produits d'origine France dont des viandes Charolaises.** Deux nouveautés gourmandes font leur apparition avec un rosbif bardé et ficelé de 200g et un faux filet de 500g à partager.

« Pour bâtir cette carte, plus que d'affirmer une stratégie, nous avons écouté ceux qui nous font confiance, nos CLIENTS. Nous les avons interrogés pour comprendre plus exactement leurs attentes. Ce travail s'est fait également avec nos équipes restaurant qui sont au contact de nos clients au quotidien. » **Vincent Lemaitre, Directeur général du Groupe Flo**

### **Hippopotamus : 47 ans d'histoire entre l'enseigne et les Français**

« Hippo » propose depuis 1968 une sélection de viandes grillées, sélectionnées pour leur qualité, leur fraîcheur et leur tendreté. L'enseigne cultive depuis ses débuts un goût pour la convivialité qui se traduit notamment par l'accueil de ses hôtes et hôtes de table, et des plats aux portions généreuses à partager entre amis ou en famille. **L'atmosphère chaleureuse des restaurants, leur implantation partout en France (170 sites), les larges amplitudes horaires pour déjeuner ou dîner ainsi que l'efficacité du service sont autant de spécificités appréciées par les clients.**

**Hippopotamus a été la première marque de restauration nationale à lancer un programme de fidélité dès 2012.** « Ma Carte Hippopotamus » compte aujourd'hui 600 000 adhérents. Outre des réductions via un système de cagnotte, les clients porteurs de la carte bénéficient également d'attentions particulières (dégustations des nouveautés en exclusivité, invitations au Salon de l'Agriculture, offres spéciales...). Ce programme évolutif permet de tisser un lien fort avec les clients pour être au plus proche de leurs goûts et de leurs envies. L'enseigne a également la volonté de renforcer cette proximité en diversifiant les canaux de communication et les messages, notamment via son site Internet et sa page Facebook.

**Plus d'informations :** [www.hippopotamus.fr](http://www.hippopotamus.fr)

### **À propos d'Hippopotamus et du Groupe Flo**

*Avec plus de 170 restaurants et 20 000 millions de couverts servis chaque année, Hippopotamus est l'une des enseignes emblématiques du Groupe Flo, 1er groupe français de restauration commerciale multimarques en France. Le groupe rassemble aujourd'hui plus de 300 restaurants dans le monde sous les enseignes Tablapizza, Taverne de Maître Kanter ou encore Bistro romain. Son activité se déploie également autour de ses grandes brasseries mythiques parmi lesquelles La Coupole, Le Vaudeville, Bofinger ou Le Boeuf sur le Toit. Depuis son ouverture en 1968, le Groupe Flo a toujours placé l'humain au cœur de sa stratégie de développement, basée sur la qualité, le sens du commerce et le service client.*

---

**Contact Presse : agence MoonPress**  
**Claire-Lise Beurenault – 01 46 08 63 15 / [claire-lise.beurenault@moonpress.fr](mailto:claire-lise.beurenault@moonpress.fr)**