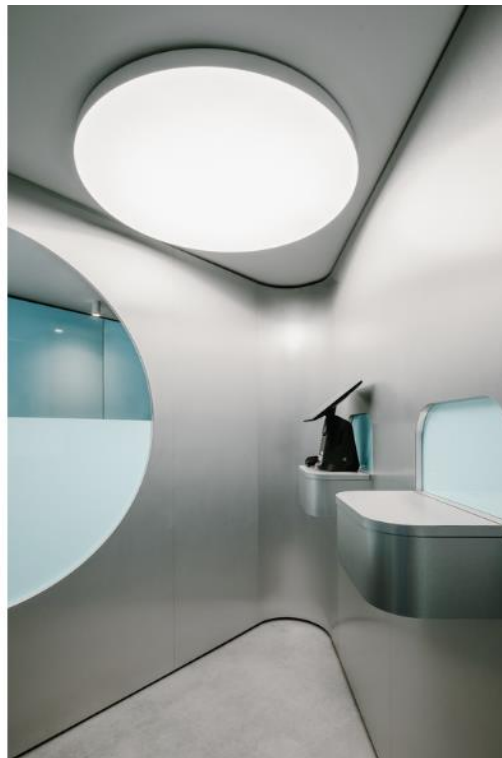


# °FC



**The Original Food Court**

**The Original Food Court franchise son concept retail  
Salon de la franchise - du 20 au 23 mars  
Stand numéro T46**



Après avoir fait ses preuves à Paris et à Lille, OFC, **le 1er food court digital de France franchise son concept**. The Original Food Court sera présent du **20 au 23 mars au Salon de la Franchise** afin de faire découvrir aux futurs Entrepreneurs son concept innovant de restauration à emporter, en click and collect et en livraison. OFC regroupe près de **20 marques premium** dont Frenchie To Go by Greg Marchand, PNY, Bricktop pizza, Yoom, Matsuri, Bambou Kitchen. OFC propose une cuisine produite sur place, avec des produits frais.

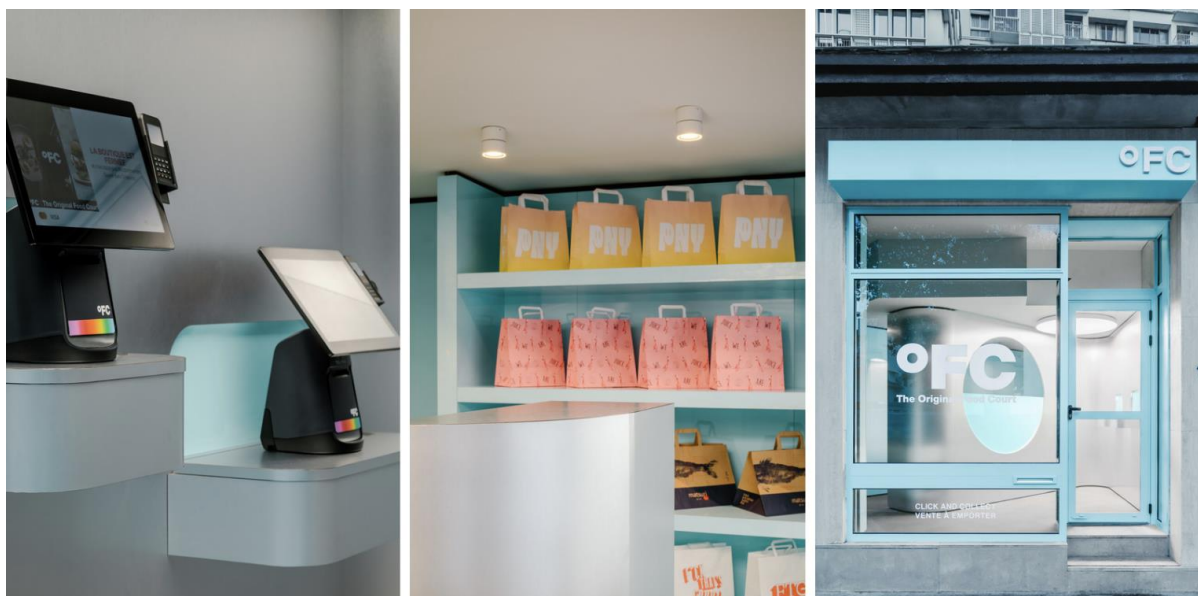
Fort de ce développement en franchise, OFC accélère son développement avec pour ambition de **couvrir le territoire national** avec plus de 30 villes d'ici fin 2023.

## The Original Food Court : un modèle hybride

OFC réinvente les codes du food court de quartier et se veut être un acteur local pour une parfaite intégration urbaine, avec la mission de faire du bon et du bien !

Fort de sa vingtaine de marques partenaires, le concept repose sur une gamme de produits issus des cartes de restaurants premium et renommés à Paris comme en Régions. La promesse d'OFC : Réunir les meilleurs acteurs du marché, proposer une offre de qualité et diversifiée, avec la garantie d'une production locale et un engagement durable fort.

OFC et ses partenaires restaurateurs travaillent au quotidien main dans la main pour garantir le déploiement du concept et maintenir une qualité optimale de l'offre partout en France.



OFC est un vrai food court de quartier qui répond aux envies et besoins de consommation des clients : en semaine comme le week-end, au bureau ou chez soi, sur le pouce ou pour un moment convivial, à emporter ou en livraison.

OFC est aussi un service **rapidemulticanal**: sur place via les bornes, sur son site [originalfoodcourt.com](http://originalfoodcourt.com) ou depuis ses plateformes partenaires.

Enfin, OFC est un **service inédit en France**: « **Mix and Match** » permet de se faire livrer son propre assortiment de produits parmi ses différentes marques en **une seule et même commande**. Ainsi, on peut se faire plaisir tous les jours avec le meilleur de la food : pizza, sushi, burger, pâtes, burrito, vapeurs, pad thai et curry, jus frais detox, salades, poke...

Commander chez OFC est la promesse d'une **offre fraîche et premium** qui regroupe les vrais spécialistes de chaque thématique de cuisine.

## Les food courts OFC par Crosby Studios



OFC a fait appel à un célèbre studio d'architecture et de design afin d'imaginer ses food courts conviviaux et contemporains et les inscrire harmonieusement en centre-ville, permettant ainsi une intégration urbaine réussie à la fois moderne et

sexy. Ces espaces ont été pensés comme des lieux de destination de type « fast-casual » qui invitent à la vente à emporter et à la consommation rapide sur place.

La signature « couleur » de Crosby s'accorde idéalement au développement d'OFC puisque le studio a choisi une couleur Pantone, associée au design en inox brossé, qui symbolise chaque ville d'implantation, formant ainsi l'éventail des food courts. Sélectionnées en lien avec l'histoire des villes, elles habillent l'espace vente à emporter des food courts. Le bleu 2174C représente la couleur de l'Île de France pour les OFC de la région. Le bleu clair 299C, représentera évidemment la couleur de l'équipe de l'OM pour les OFC de Marseille. Le rose 3582C a été choisi pour la ville rose, Toulouse. Et ainsi de suite...

## Pourquoi devenir franchisé OFC ?

OFC compte aujourd'hui **une vingtaine de partenaires renommés** et a pour ambition de renforcer son portefeuille de marques avec les leaders de demain à Paris comme en Régions. Avec ses **12 types de cuisine**, OFC couvre plus de **80% de la demande** et offre ainsi la possibilité à quiconque de satisfaire ses envies dans un seul et même concept store.

**Les nouveaux franchisés pourront ainsi choisir 6 à 8 marques** pour leur propre point de vente, parmi le portefeuille existant. Une sélection pointue du meilleur de la street-food dont Frenchie To Go by Greg Marchand, PNY, Bricktop pizza, Yoom, Matsuri, Bambou Kitchen...



OFC bénéficie d'une solide expérience dans le modèle du « fast casual » et de la Franchise notamment grâce à son CEO, **Adrien de Schompré**, (Co-fondateur de Sushi Shop) et ses deux associés, **Gwenaël Robert** (ex CDO Sushi Shop & Fnac.com) et **Gregory Nadjar** (ex COO Sushi Shop). À eux trois, ils apportent leur parfaite maîtrise de la food « fast casual » et notamment la technologie aux services des opérations.

OFC c'est aussi **une marque engagée dans le respect de l'environnement et de ses employés**. Son service « Mix and Match » de commande multi-marques permet en outre de **diminuer ses émissions de CO2**. Mais la marque va plus loin : l'énergie utilisée dans les franchises est **100% électrique**, l'approvisionnement est local et responsable, l'enseigne mène une politique **zéro plastique** et OFC vient tout juste de signer un partenariat avec **&Repeat**, leader du recyclage d'emballages à usage unique. D'ici fin 2023, OFC vise ainsi l'obtention du **label B Corp** qui regroupe des entreprises engagées dans l'économie dite partenariale, créatrice de valeur pour l'ensemble des écosystèmes.



## **La franchise OFC en quelques chiffres**

Chiffre d'Affaires : 2 à 2,5€ M€ H.T/an

Investissement moyen : 650 K€

50% de Vente à emporter, sur place et C&C / 50% de livraison

Surface moyenne requise : 150m<sup>2</sup>

Implantation géographique : centre-ville et pied de bureau