



Steakhouse **À LA FRANÇAISE**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE CORPORATE

Depuis 7 ans, **Hippopotamus** – enseigne experte de la viande reprise par le **Groupe Bertrand** en 2017 – entreprend la refonte de son concept avec le **Steakhouse à la française**. Son objectif ? Adapter la culture du Steakhouse à l'art de vivre à la française en se positionnant comme un **expert de la viande de qualité** tout en proposant une **expérience accessible** dans un **cadre convivial et authentique**. Ce renouvellement s'accompagne d'**évolutions** et d'**engagements durables** en réponse aux nouveaux modes de consommation, aux enjeux environnementaux et au contexte inflationniste.

LE STEAKHOUSE À LA FRANÇAISE, UN CONCEPT QUI SÉDUIT

En 2025, le réseau **Hippopotamus** poursuit sa transformation et son extension. Il compte – en octobre 2025 – 103 restaurants et plus de 85% d'entre eux adoptent désormais le concept du Steakhouse à la française. En 2024, six restaurants ont été ouverts. **Hippopotamus** vise un objectif de 100% de restaurants en Steakhouse à la française d'ici fin 2025 et prévoit une quinzaine de nouvelles ouvertures cette année. Ce développement continu est encouragé par le maintien de la fréquentation malgré des arbitrages opérés par des consommateurs, permettant de soutenir le trafic de l'enseigne par rapport au marché du grill.

En 2024, **Hippopotamus** a confirmé cette tendance en superformant sur le marché du grill, avec une hausse de la fréquentation de 1,9 points supérieur au marché. Le concept du Steakhouse à la française attire toujours de nouveaux entrepreneurs du monde de la restauration. Pour preuve, huit nouveaux partenaires franchisés ont rejoint le réseau en 2024. L'objectif fixé en 2020 de 70% d'établissements franchisés, atteint fin 2022, est ainsi maintenu et confirme la volonté d'**Hippopotamus** de développer son réseau en franchise afin d'être présent partout en France, au plus près de chaque consommateur.

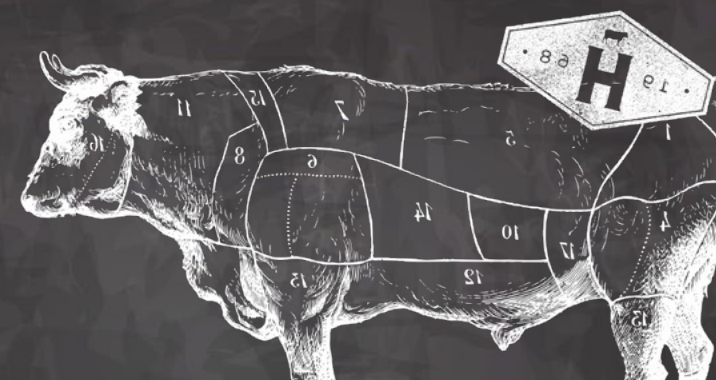


UN SAVOIR-FAIRE DEPUIS 1968

Tout en consolidant le concept de Steakhouse à la française, **Hippopotamus** s'engage auprès des consommateurs à proposer une offre de qualité, diversifiée et conviviale à un prix accessible. À la carte toute l'année, l'enseigne affiche à un prix attractif des pièces de bœuf cuites à la braise : l'entrecôte, la côte de bœuf 400g, le filet de bœuf chateaubriand... Chaque morceau est sélectionné avec exigence, en prenant en considération aussi bien les labels que l'origine et la race. Ainsi, 95% des approvisionnements en viande de bœuf sont 100% français.



En parallèle, **Hippopotamus** opère un travail continu pour enrichir son offre, et proposer à ses clients des viandes d'exception telles que le T-Bone ou encore la Noix d'Entrecôte argentine. Ce renouvellement passe également par la proposition de recettes plus originales autour du bœuf : des hachés gourmands aux burgers en passant par la fondue steakhouse à la française composée d'une surprise de bœuf slicée à tremper dans une fondue fromagère au Saint-Nectaire.



Devenu la véritable signature de l'enseigne, le mode de cuisson à la braise est soutenu par la Braise Academy. Ce programme de formation vise à transmettre et garantir ce savoir-faire unique à travers l'ensemble du réseau d'**Hippopotamus**. Plus de 200 formations sont réalisées chaque année. Le poisson est aussi cuit à la braise et l'offre de viandes ne se cantonne pas qu'au bœuf. Le demi-poulet, la côte de cochon, les ribs, ou encore le magret de canard figurent au menu.



Par ailleurs, les plats à partager se développent quand les desserts se veulent toujours plus généreux et gourmands. Afin de conforter son savoir-faire et sa différenciation, Hippopotamus propose depuis mars en exclusivité à sa clientèle une toute nouvelle sauce originale, distinctive et exclusive, représentative du concept et de l'image de la marque. Développée en partenariat avec le Chef étoilé Michel Sarran, cette sauce secrète a pour vocation de sublimer parfaitement toutes les pièces de viande proposées par l'enseigne.

OFFRE VALABLE TOUS LES MERCREDIS POUR TOUT ACHAT D'UN PLAT ADULTE**

UNE ENSEIGNE EN ADÉQUATION AVEC L'ÉVOLUTION DES MODES DE CONSOMMATION ET LES ENJEUX CONTEMPORAINS

Consciente des enjeux économiques et environnementaux liés à l'alimentation et des nouveaux besoins des consommateurs, **Hippopotamus** évolue et adapte son offre pour proposer une carte toujours plus actuelle, engagée et responsable. Pour **Hippopotamus**, le concept de Steakhouse à la française va de pair avec un soutien à la filière bovine hexagonale. Les pièces de bœuf les plus incontournables affichées à sa carte – de la surprise à l'entrecôte en passant par la côte de bœuf – sont 100% françaises. Cette origine assure une conduite d'élevage respectueuse de l'environnement et du bien-être animal ainsi qu'une traçabilité maîtrisée.

Cet engagement en faveur des producteurs passe également par un soutien à la transition écologique. Depuis 2023, **Hippopotamus** est partenaire d'Agoterra. L'enseigne accompagne dans ce cadre sept fermes d'élevages françaises dans leurs projets de transition agroécologique. Ensemble, ils ont pour objectif d'éviter l'émission de 2 600 tonnes de CO2 d'ici 2028. Toujours à l'écoute des consommateurs, **Hippopotamus** sait s'adapter et évoluer. Ainsi, l'enseigne diversifie son offre de recettes végétales. Elles représentent aujourd'hui 20% des références de sa carte. L'enseigne propose une offre veggie avec des plats gourmands et complets comme la Cocotte du soleil. À noter également qu'il est toujours possible de remplacer la viande de bœuf du burger par un haché végétal Accro.



UNE STRATÉGIE QUI PORTE SES FRUITS

103 RESTAURANTS HIPPOPOTAMUS DONT :

75% EN FRANCHISE ;

85% EN CONCEPT STEAKHOUSE À LA FRANÇAISE.

1,8M€ DE CA HT/AN PAR ÉTABLISSEMENT

195M D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2024 (EN HAUSSE DE **0,3%** VS N-1)

27€ TTC DE TICKET MOYEN (EN HAUSSE DE 1,6% VS N-1)

88% DE NOTORIÉTÉ GLOBALE

À PROPOS DE BERTRAND FRANCHISE

Bertrand Franchise est une filiale du Groupe Bertrand fondé et détenu par Olivier Bertrand et la première plateforme de marques de restauration en franchise en France, avec 11 enseignes emblématiques. Elle propose un modèle unique et innovant avec une offre de franchise multi-enseignes et multisites sur des segments complémentaires de consommation : Au Bureau, Hippopotamus, Joyo, Léon, Volfoni, Paradis du Fruit, Hanoï Cà Phê, Meatpack Steakhouse, Pitaya et Chik'Chill, et Burger King. Aujourd'hui, Bertrand Franchise regroupe plus de 1 200 restaurants, génère 3 milliards d'euros de ventes sous enseigne et affiche un rythme d'une ouverture tous les deux jours, soit plus de 150 nouveaux établissements par an.

À PROPOS D'HIPPOPOTAMUS

Le premier restaurant grill Hippopotamus a été créé à Paris en 1968 par Christian Guignard. En 1992, le Groupe Flo rachète Hippopotamus et développe la marque en France et dans le monde. Le rachat du Groupe Flo en 2017 par Bertrand Franchise ouvre la voie au renouveau de la marque Hippopotamus à travers le déploiement de son nouveau concept de Steakhouse à la française. Hippopotamus réalise un chiffre d'affaires de 195M€HT et compte plus de 100 établissements.

