



Dêlifrance
LIVE EVERYDAY DELICIOUS

加盟 法式面包和
咖啡的理念

烘焙出法兰西的点点滴滴



目录

- 03 / 宣言
- 04 / 我们的故事
- 06 / 我们的理念
- 08 / 企业社会责任
- 09 / 门店运营支持
- 10 / 我们的愿景
- 11 / 全球业务
- 12 / 消费者历程
- 13 / 多元客户
- 14 / 产品和菜单
- 16 / 网点设计
- 18 / 类型
- 20 / 案例
- 22 / 店内交流
- 24 / 加入我们
- 25 / 我们的服务
- 26 / 关键数据

宣言

Délicrance相信平常的日子可以过得不寻常。
我们的哲学: 享受甜蜜生活, 活出美味的每一天。

在实践中, 我们用技术和热情烘焙出美味, 唤醒您的感官, 给日常生活带来新乐趣。从农民到磨坊主, 从面包师到员工, 再到客户, 所有人都对自己的工作倾情相待。我们尊重和继承传统, 对产品质量和产品采购不断改进和创新, 并大力推广可持续农业。

Délicrance
LIVE EVERYDAY DELICIOUS

我们的 故事

Délices拥有超过36年的经验，
历史根源可追溯到20世纪初的
巴黎大磨坊。





巴黎大磨坊成立于1919年，家族企业，专门从事面粉生产，距今已有100多年的历史。作为法国领先的面粉生产商，巴黎大磨坊在欧洲冷冻烘焙业占据重要地位。

1929年，巴黎大磨坊创立了巴黎面包培训学校和巴黎糕点培训学校。这两所学校为法国未来的面包师和糕点师提供了掌握行业相关技能的优质环境。1935年，学校获得了法国的“公共事业学位”认可，并在1995年成为法国第一家颁布专业学士学位的面包和糕点培训学校。

1984年，Délifrance第一家门店在荷兰阿姆斯特丹和比利时安特卫普开业，公司迅速发展壮大，将法兰西美味带到了世界各地。

近期，Délifrance和巴黎面包培训学校荣幸加入Vivescia集团。通过此强强合作，Délifrance将直接受益于法国领军的谷物合作社，确保产品中的谷物品质达到最佳。

Délifrance致力发展可持续农业，坚持以环境为导向采购原料。

Délifrance 里程碑



1984

第一家Délifrance门店在荷兰阿姆斯特丹开业



1985-1986

Délifrance门店在新加坡和香港开业



2008
2019

Délifrance 门店遍布全球，包括日本，斯里兰卡，印度，意大利，迪拜和比利时

我们的 理念

Délicrance的核心价值观: 创意、激情、分享。通过不断提高产品和服务质量, 确保品牌的永久声誉。尊重过往和将来, 细心呵护我们赖以生存的环境。

创意、激情、分享!



总加盟合作伙伴

我们向每一位总加盟合作伙伴承诺:

- 提供加盟店开业支持
- 提供在巴黎面包培训学校接受培训的机会
- 持续分享我们的最佳运营经验



建设更美好的世界

只有保护好我们生存的环境, 才能确保每个人公平地受益于这个世界。对于农民而言, 保护环境意味着保证小麦的品质。我们通过投资诸如大数据和无人机监控等尖端技术, 帮助农民更好地照料农作物。

Délicrance有三种不同的加盟形式。我们会与贵方根据市场、位置、客户和文化, 选取最合适的合作形式。



Délices 被授予JANUS标签

Délices荣幸地获得了法国国家设计学院颁发的JANUS标签。该标签是对饮食业创造性做法的认可。我们将法国的价值观通过产品表达出来，珍爱我们的面包师，并以令人信服的方式展示我们的历史。



INSTITUT
FRANÇAIS
DU DESIGN



企业社会责任

企业社会责任感已融入
Délicrance的基因，
尊重自然，代代相传。



自1919年起，巴黎大磨坊就开始为有需要的人提供面粉。该传统延续至今，巴黎面包培训学校定期将学生烘烤的面包和糕点捐赠给一家叫“贫苦小姐妹”的慈善机构。

我们承诺为客户提供最环保的产品，在享受生活的同时，确保我们留下的每一痕迹都具备可持续发展的环保意识。我们承诺优良的品质，并不断改进自己的食谱和做法。为此，我们发起了“清洁行动”倡议，简化食谱和产品，从而减轻地球的负担，增进动物和地球的幸福。

我们的产品改进包括：



将欧洲制造的羊角面包和巧克力的成分减至最低



确保欧洲制造的产品中使用的鸡蛋100%来自无笼养殖场



降低产品中的盐分，2021年减少5%，2025年减少10%



继续开发有机，无麸质，纯素和素食菜单选项



通过“清洁行动”；
在保证品味的前提下，
为客户提供多样灵活的选择。

门店运营支持

我们会为开设门店的每一步骤提供专业的技术和知识支持，确保运营成功。



1

开店之前

与贵方一起了解和寻找最适合市场需求的加盟形式。通过综合研究多种因素，我们会在从门店设计，建造到装修等一系列重大决策中提供支持。



2

培训

面包师将赴巴黎面包培训学校进行培训，根据客户的口味和需求烘焙出量身定制的产品。

签署总加盟协议之后，我们将提供以下培训课程：

- 专业法国烹饪讲习班（高级厨师）
- 专业烘焙培训(巴黎面包和糕点培训学校)
- Délicrance烹饪和烘焙顾问（米其林星级厨师）
- 国际工具和仓储设备合作伙伴提供的相关专业培训



3

开店

我们的运营团队将在现场协助门店开设，包括评估产品和消费者历程接触点



4

开店之后

门店开业后，我们随时提供日常运营建议，新产品开发研讨会，以及营销和传播材料，如视觉效果、模板、数字和印刷材料等。



我们的 愿景

加盟Délicrance，意味着加入一家享誉世界的知名公司。

世界不断进步，
产品推陈出新

加盟Délicrance。联手Nutrixo, Vivescia和巴黎面包培训学校，确保从田间到餐桌的价值增递。在供应高质量的本土产品同时，让客户在烘焙中体验到法兰西的点点滴滴。

Délicrance可复制的完善的加盟模式在世界各地都得到了良好的认可。无论何处，我们都能为加盟商提供所需支持，扩大门店知名度，灵活融合本土产品和开发适应当地消费的菜单，确保在本土市场的精准定位。

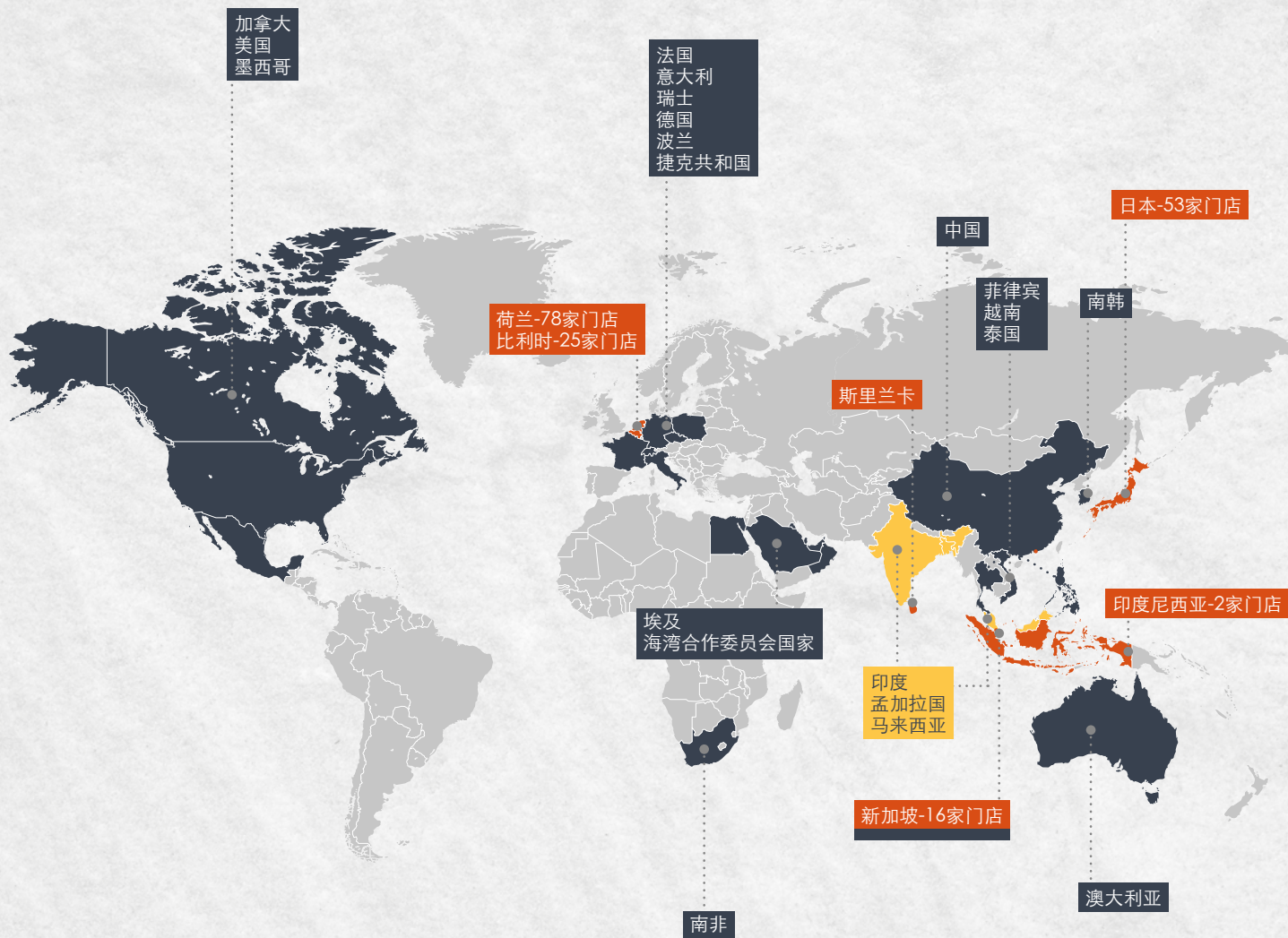
世界不断进步，产品推陈出新。Délicrance正在高速实现数字化，通过食品订购程序收集信息，吸引客户。

加盟Délicrance，意味着拥有高认知度的法兰西品牌和充分的盈利能力。



全球 业务

自1984年以来，
Délicrance为大众在各种场合提供价格优惠、服务便捷、品质卓越的就餐体验。凭借与来自不同国家和地区加盟商的36年合作经验，我们将正宗的“美食之宝”带到世界各地的Délicrance门店。



- 我们的门店
- 新店开张
- 新兴市场发展

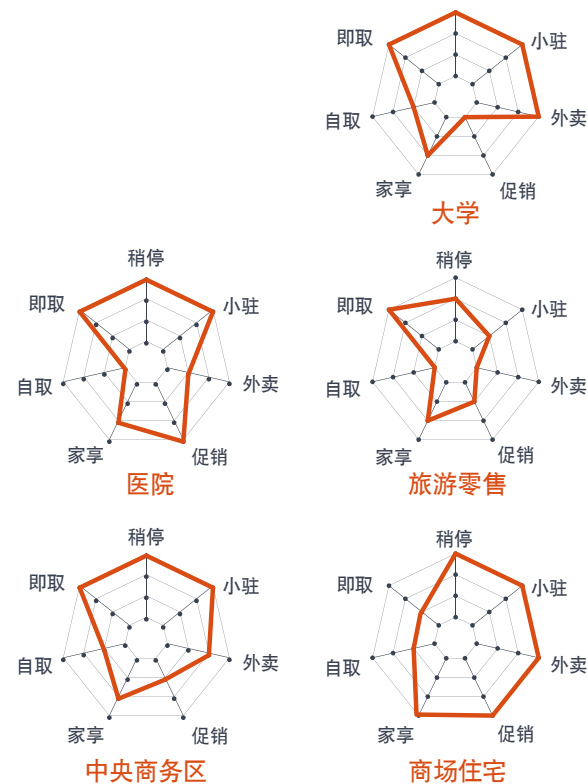
消费者 历程

了解消费者历程及客户的店内体验对于门店成功至关重要。只有充分了解客户与门店的互动方式，之间的痛点以及如何从中受益，门店才可充分发挥其潜力。客户需求千差万别，为了给每位客户提供最适合的产品和体验，Délicrance的品牌价值会最大程度与消费者相连。



消费者历程取决于门店类型。Délicrance建立了完整的消费者与Délicrance品牌的互动体验。根据客户的意图，心情和时间，体验时长5-40分钟。

根据门店类型，消费时间和门店位置（医院、大学、大型购物中心等），我们可绘制精准的消费需求，以最恰当的方式为客户提供Délicrance最佳的产品和服务。



多元 客户

每天，Délifrance为万千客户提供便捷美味的服务。根据当地文化、消费习惯、口味偏好和当前消费趋势，我们巧琢匠心，确保门店盈利。同时，我们仔细分析各区域具体情况，以识别目标市场的潜在客户，量身定制促销策略。



千禧一代

消费者概况

他们是谁：

年轻职场人士、学生、创业者、旅行者

心理概况：

活跃、善于交际、信息灵通、精明的消费者、超强的时间观、高度的健康意识、良好的文化水准，善于在现有的选择中做出最佳选项。

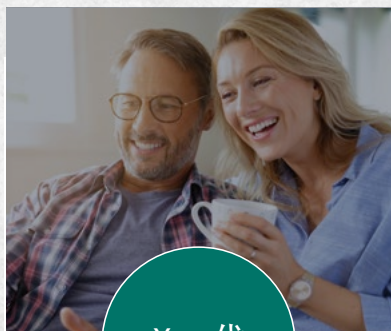
人口概况：

1981年-1996年
37岁-22岁

男性和女性
(女性为主，我们的客户群主要为女性)

普通地理位置

高档地理位置



X一代

消费者概况

他们是谁：

专业人士、前途无量的职场人士

心理概况：

活跃、有教养、良好的文化水平、中高收入的成熟购物者、期望高档产品

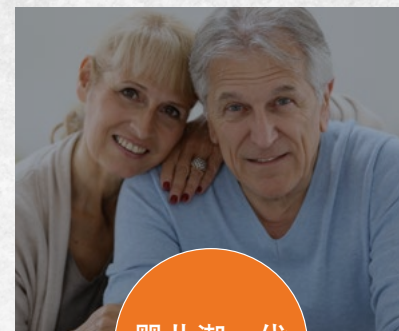
人口概况：

1965年-1980年
53岁-38岁

男性和女性
(女性为主，我们的客户群主要为女性)

普通地理位置

高档地理位置



婴儿潮一代

消费者概况

他们是谁：

退休人士、家庭主妇、老年人

心理概况：

自信忠诚的Délifrance客户、家庭为重、尊老爱幼

人口概况：

1946年-1964年
72岁-54岁

男性和女性
(女性为主，我们的客户群主要为女性)

高档地理位置

产品和菜单

我们的产品都经过精挑细琢。众所周知，品味和消费欲望取决于诸多因素，如客户群，门店位置以及四季变化。为此，我们创建了一个产品地图，以深入研究这些因素。该工具可帮助门店制定最佳的产品菜单和价格，对顾客需求作出充分回应。

产品图谱

1. 产品消费

- 备餐
- 就餐

2. 产品定位

- 憧憬：优质、健康、瘦身、素食及纯素系列
- 现代：简约的美食风格，适应潮流
- 传统：延承传统工艺的法国本土特产

3. 产品分类

4. 消费者概况

- 普通地理位置：X一代、千禧一代
- 高档地理位置：婴儿潮一代、X一代、千禧一代



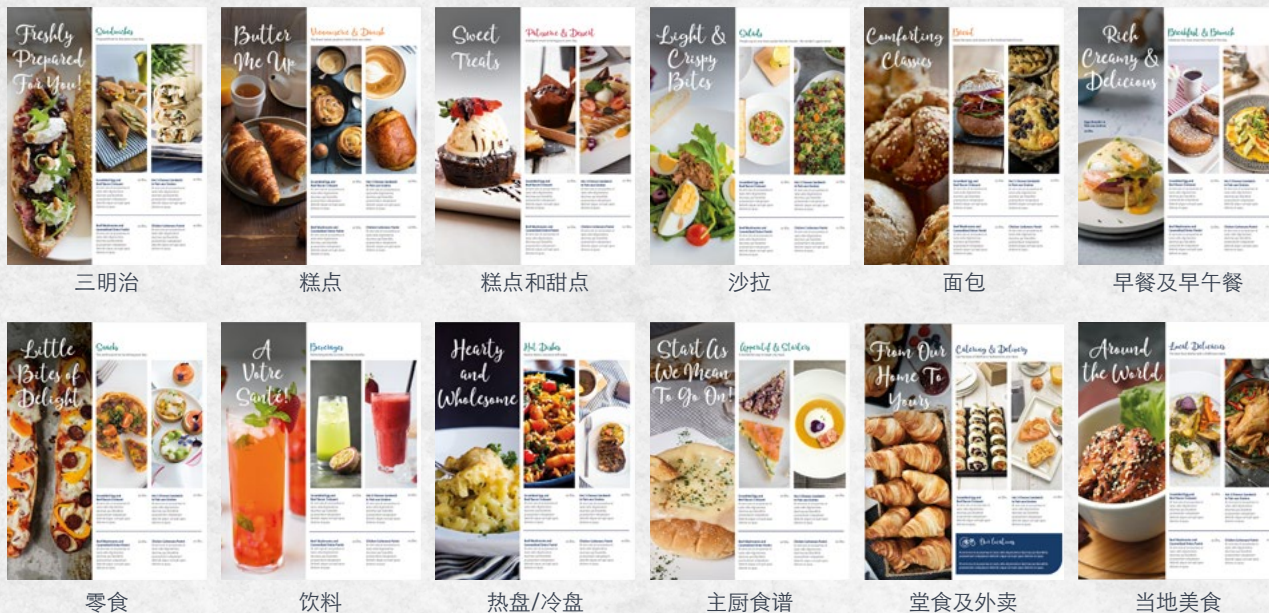
产品类别

我们的菜单选用本地最佳食材，新鲜健康，所有菜肴均由 Délicfrance 的面包师和著名厨师亲自设计。既可在当地门店购买，也可通过外卖直送家中。

所有菜品均可
在线订购。



产品



价格

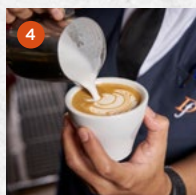
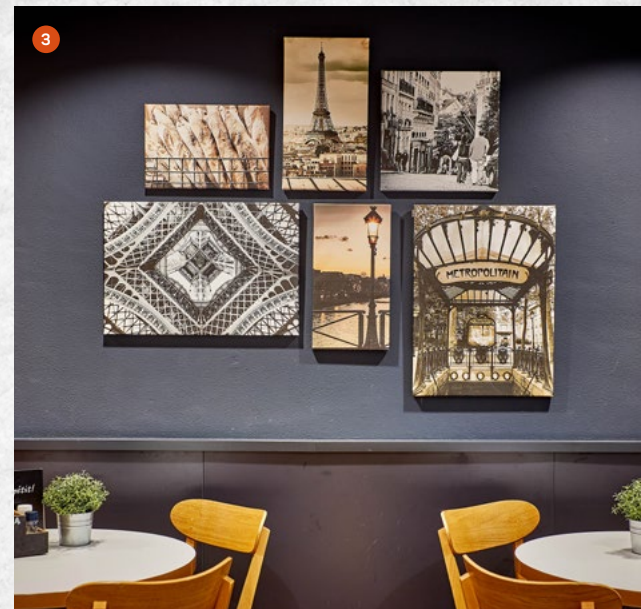


Délicfrance 协助加盟商根据本地购买力创建合理菜单，制定合理定价，致力收入增长。

网点设计

受法国生活方式的启发，我们网点的外观风格与巴黎咖啡馆相似，舒适又优雅。我们还会协助将面包烘焙坊整合到门店中，在现场展现面包师的专业技能。





- ① 法兰西的生活艺术: 巴黎露台
- ② 面包剧场: 面包店现场展示面包制作的过程
- ③ 讲故事: 量身定制的解决方案, 展示品牌渊源和历史

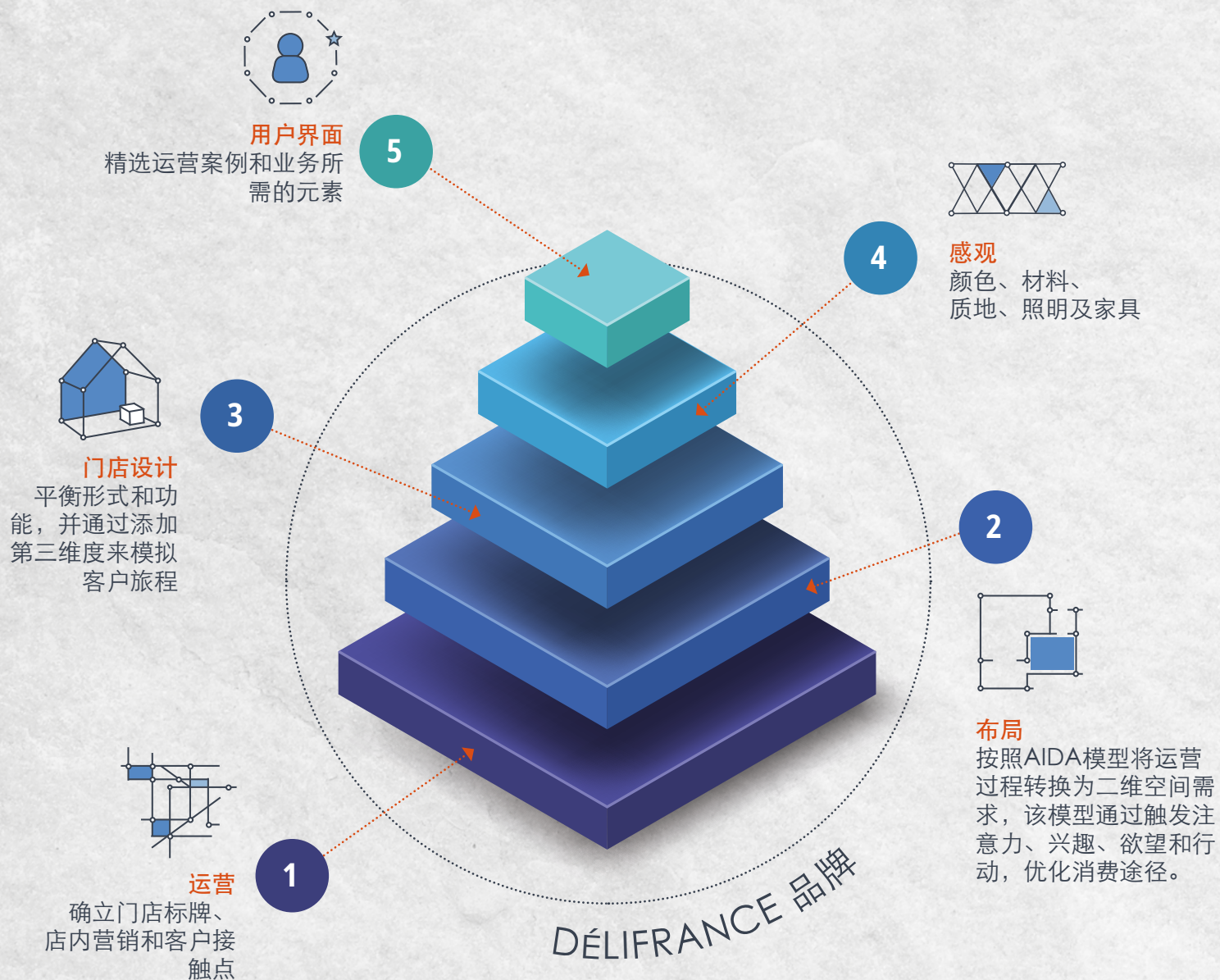
- ④ 法式优雅: 带有法国标志性千鸟格图案的商品陈列
- ⑤ 咖啡理念: 新鲜现煮咖啡, 即买即取
- ⑥ 零售货架: 展示法国经典产品到及本地定制的烘焙产品

类型

根据地理位置、客户群和本地消费趋势，各种经营类型都具备其独特的销售方案。加盟 Délicrance 之前，需考虑：

- 消费者历程
- 客户群
- 品牌价值及如何吸引所选地域的顾客
- 如何在加盟店融入 Délicrance 的理念和品牌

五层配方



功能



5 min

面包店

-
 咖啡
-
 POS
-
 沙拉
-
 面包
-
 糕点
-
 烤箱
-
 冷冻机
-
 冷水机
-
 ...

即取式服务，
消费者无需停留，
可在五分钟之内购买冷热饮品、
糕点、面包和沙拉。

15 min

烘焙

-
 咖啡
-
 POS
-
 沙拉
-
 面包
-
 糕点
-
 烤箱
-
 冷冻机
-
 冷水机
-
 ...

+ 咖啡馆

-
 稍停
-
 小驻
(小酒馆)
-
 放松

柜台及餐桌服务

35 min

面包

-
 咖啡
-
 POS
-
 沙拉
-
 面包
-
 糕点
-
 烤箱
-
 冷冻机
-
 冷水机
-
 ...

+ 餐厅

-
 厨房
-
 洗洁
-
 沙拉台
-
 面包
-
 糕点
-
 烤箱
-
 ...
-
 小酒馆
-
 放松
-
 小驻

45 min

55 min

烘焙

-
 咖啡
-
 POS
-
 沙拉
-
 面包
-
 糕点
-
 烤箱
-
 冷冻机
-
 冷水机
-
 ...

+ 咖啡

-
 稍停
-
 小驻
(小酒馆)
-
 放松

+ 餐厅

-
 厨房
-
 洗洁
-
 沙拉台
-
 面包
-
 糕点
-
 烤箱
-
 ...
-
 小酒馆
-
 放松
-
 小驻

+ 特殊服务

- + 即买即走
- + 餐后吧
- + 私人用餐
- + 社交角落

案例

Délicrance在荷兰和日本市场占有率很高，拥有50多家门店。

荷兰门店



市中心

- 靠近市中心、商业及交通枢纽
- 用餐区有宽大明亮的窗子
- 沙拉和三明治备餐区
- 以游客为主

服务模式

- 餐桌及柜台服务
- 外带和外卖

每周客流量	平均消费	空间	建筑投资
420,000	-	192 M ²	€250k

大型购物中心

- 宽敞的用餐区内划分为不同区域，适于举办不同的活动
- 沙拉和三明治备餐区
- 宽大明亮的窗子
- 以家庭及婴儿潮一代消费者为主

服务模式

- 餐桌及柜台服务
- 外带和外卖



每周客流量	平均消费	空间	建筑投资
250,000	€12	130 M ²	€242k

日本门店

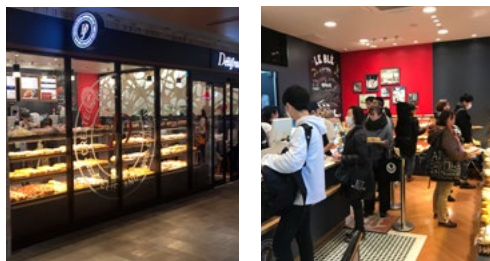
大型购物中心

- 2019年营业额150万欧元
- 大面积即买即走区域
- 柜台备有现成的三明治和饮料
- 商业-购物-铁路运输的客户组合

服务模式

- 即买即走80%
- 座位区及柜台服务20%

平均消费	空间	建筑投资
€6.45	145 m ²	€650k



火车站口

- 2016年营业额105.2万欧元
- 2017年全面重建装修
- 2018及2019年每年营业额：149万欧元

服务模式

- 即买即走
- 以千禧一代和X一代为主

平均消费	空间	建筑投资
€4.32	88m ²	€550k 全面翻新



店内交流

通过店内交流建立品牌形象，帮助客户更好地了解 Délicrance 的品牌和价值。

促进店内信息交流有助于客户更好地了解我们。通过数字、产品和信息，创建综合客户体验，以便消费者更好地了解Délicrance的品牌、历史、传承和目标，以及与Vivescia, Nutrixo和巴黎面包学校的隶属关系。通过店内信息交流，消费者将获得完整的品牌印象，增进忠诚度和回访率。

我们会为每个加盟店提供宣传模板和资料，包括



门店外观

根据店面类型和菜单，需要什么门店外观？



面包店和专卖柜

如何销售产品？



菜单类型和选项

如何显示产品类型和创立菜单组合？



收银台

优先处理哪些信息？客户需要的关键信息是什么？



用餐区

是否开展促销活动等额外服务？



促销活动

开展促销活动的时机以及如何运作？

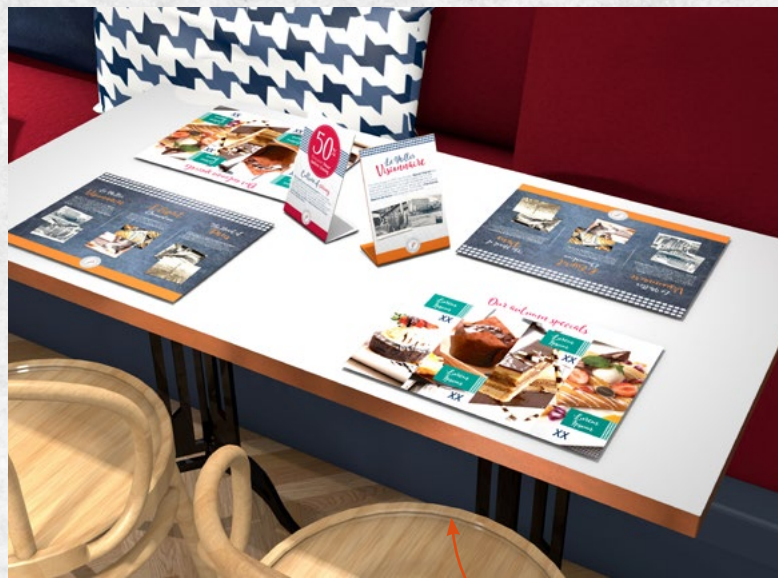


门店外观





促销活动



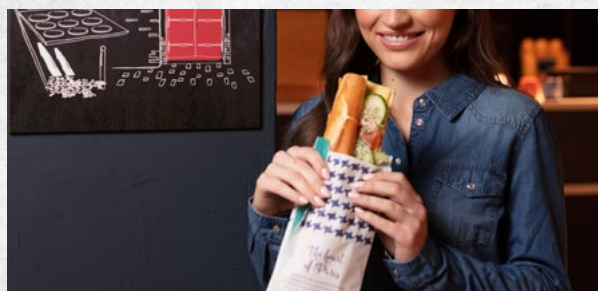
用餐区



菜单选项



面包店和柜台



打包



收银台

加入我们

加盟Délicifrance令人激动且富有成就感。从门店设计、建造和日常运营，加盟商会得到信赖的品牌的全力支持。如果贵方希望在目标地域开设多家加盟店，热爱Délicifrance的品牌和事业，诚挚欢迎您加入我们的大家庭。

我们的承诺

- 初始培训课程，传授我们的专业知识和工作方法，确保门店的有效运营
- 持续运营支持
- 持续反馈及建议新的工作方法，确保贵方在时间，金钱和精力上的投资获得回报

贵方的承诺

- 通过发展本地加盟，担当品牌的忠诚大使
- 行使品牌大使职责，确保品牌形象在门店、产品和市场营销中连贯一致

商业条件

递交商业计划书并双方协商相关条件后，即可签订20年可续签的的独家合同。

地域费

25万 - 50万
欧元
(视门店数量，类型及地域规模而定)

开店费

门店**2.5万**欧元
专卖柜**1.5万**
欧元

特权使用费

约净营业额的
5%

营销费

约净营业额的
3%



我们的服务

签订总加盟协议之后，我们的运营团队将为贵方提供个性化支持，开始加盟之旅。



1

可行性研究

- 产品供给
- 场地评估（经Délifrance批准）
- 财务可行性协议



2

产品开发

- 项目设计
- 产品图谱和菜单
- 技术及设备规格
- 建筑和门店装修



3

培训和人员招聘

- 预开业准备
- 职业培训
- 现场培训（时间长短取决于地点、门店规模和个人要求）



关键数据

让数字来说话！

以下是我们整个网点的
关键数据摘要，从每年售出的
法棍和牛角包数量到每个网点的
资本支出。

250 
个门店

每年售出

900 

万只法棍

自2015年5月，
已新开设62家概念店

每年

4100 

万客户

每年售出

200 

万个牛角包

门店翻新后营
业额平均递增

+25%

平均 

30%

的食品成本

每位客户
平均消费

6,74 €

品牌知名度
在香港高达

84%

意大利米兰
餐厅
156平方米

面包店的资
本支出拆分

人工和备料 约40%
设备 约35%
门店装修 约11%
管理费 约8%
初始成本 约6%

荷兰
混合型餐厅

饮品31%
三明治26%
热菜21%
沙拉和调味品9%
早餐9%
糕点4%

香港
机场
25平方米
专卖柜

专卖柜的资
本支出拆分

人工和备料42%
设备23%
门店装修20%
管理费8%
初始成本2%
其他 5%



Délifrance

LIVE EVERYDAY DELICIOUS

DÉLIFRANCE FRANCHISE INTERNATIONALE

地址: 99 rue Mirabeau 94200 Ivry-sur-Seine France

网站: restaurants-delifrance.com

