

# bim<sup>®</sup>

BODY IN MOTION



**TODAY'S**  
RESTAURANT CONCEPT OF  
**TOMORROW**

**Body In Motion** grundades 2008 för att vara ett koncept som fokuserar på människan och en helhet kring hälsa, mat och ett hälsosamt leverne. Under 5 år reste grundarna och skaparna av BIM världen runt för att söka inspiration och samla fakta från bland annat forskning för att kunna bygga upp en plattform för ett unikt koncept som fick namnet Body In Motion (BIM).

BIM är ett hälsokoncept för den moderna människan, anpassat till dagens samhälle där vi vill äta det som är rätt och bra för kroppen, och det ska gå snabbt.

Konceptet vänder sig till alla. Allt från det stora antalet människor som är nöjd med hur de lever sina liv, men gärna vill vara del av ett hälsosammare leverne genom vad man äter och dricker. Eller den som bestämt sig för att vilja må bättre genom träning och mat. Eller idrottspersonen som vill få en större effekt av sin träning.

Vi blir allt mer intresserade av vår hälsa och vårt utseende. Marknaden för utseende relaterade produkter växer årligen med Mer än 100%. Forskning visar dessutom att i framtiden kommer så mycket som 60% av befolkningen att lida av övervikt, som i sin tur kan förorsaka en mängd sjukdomar. De flesta av oss vill leva ett hälsosamt och energifullt liv, men har varken tid eller kunskap om hur. I dagens tidseffektiva samhälle behöver vi hjälp för att lyckas med detta.

BIM skapades därför att vara det första hälsokoncept som erbjuder inte bara god hälsomat som passar alla, utan också kunskaper om hälsa och motion för att Vägleda till ett hälsosammare liv. BIM tar en plats på marknaden där det i dag inte finns några aktörer eller konkurrens. Det finns ingen i dag som har alla de delar som BIM erbjuder sina kunder/gäster. Helhetskonceptet innehåller tre restaurangkoncept Coffe-shop, Daily Dining (Grab & Go), och Fine Dining. Därutöver även produkter anpassade för att säljas i dagligvaruhandeln.

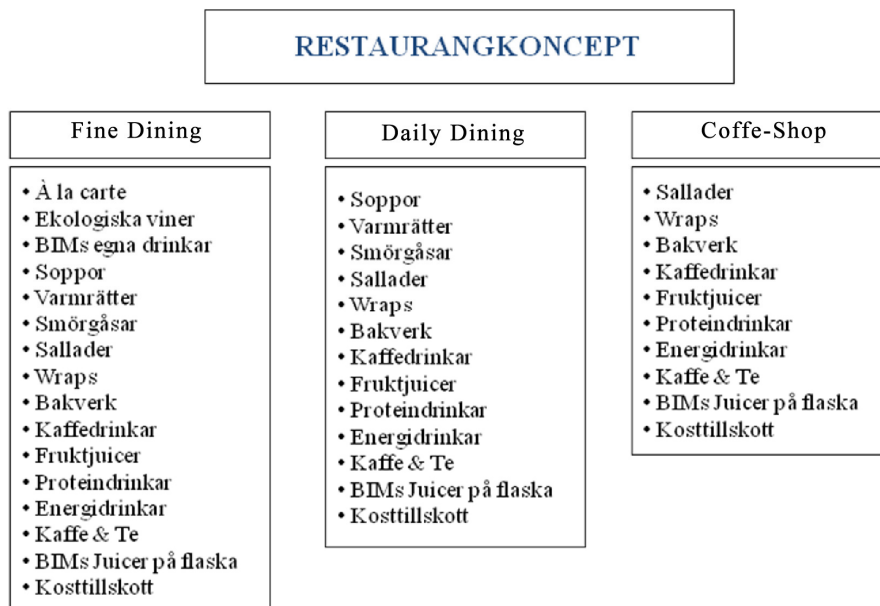
BIM har lyckats etablera en unik nytänk i en redan mycket etablerad bransch.

BIMs uniktet speglar sig även i den matkoncept som restaurangen har valt att placera sig inom. BIM har skapat en egen väg som är en korsning mellan Fresh Food, Fast Food och Helath Food. Där även samtliga rätter och dryck finns i form av Take Away.



## Restaurangkoncept

Restaurangkonceptet består av tre olika del-koncept som kan vara fristående eller fungera som en helhet. Dessa del-koncept är: **Coffe-shop**, **Daily Dining** (Grab & Go) samt **Fine Dining**. Till detta tillkommer försäljning av det egna kaffe- och temärket samt egna juicer tappade på flaska. Bägge kan säljas i dagligvaruhandeln såsom i de egna koncepten.



Konceptet BIM kräver en lokal, med öppen planlösning i AAA läge på yta mellan 80m<sup>2</sup> och 450m<sup>2</sup> beroende på typ av enhet.

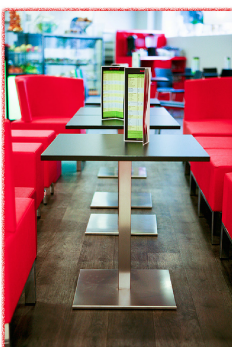
Inredningen består av en blandning av den moderna Amerikanska kontra den harmoniska Asiatiska stilen.

Komforten och den visuella lockelsen prioriteras högt utan att ge avkall på funktionaliteten.

Café och restaurangdelen ska ge kunden en upplevelse som är rik på olika dofter av frukter, kaffe, choklad och vanilj.

Digitaliserade skärmar i syfte att marknadsföra och lyfta fram produkter, säsonger och övriga uppmärksammade händelser i och kring företaget användas. Produkter exponeras på väl sorterade hyllor med raka linjer.

Avskiljning mellan olika tillverkare & produkter sker genom en tydlig avgränsning i form av rörliga reklambilder, affischer och skyltning med exklusiva bilder. Ljussättning har en stor betydelse för hela lokalen.



## Maten

BIMs mat-idé bygger på att inget steks eller friteras, utan tillagas i ångugnar efter BIMs egna unika recept med inspiration från Asien, Medelhavet och USA. Alla maträtter och dryck är innehållsdeklarerade i form av kalorier, kolhydrater, fett, protein och GI.

All mat hos BIM har nämligen en fullständig innehållsdeklaration för att man som gäst ska veta exakt vad man äter och hur mycket näringsämnen man får i sig.

**SMÅK, KONSISTENS, INNEHÅLL** och den **VISUELLA FRAMSTÄLLNINGEN** är de fyra hörnstenar i matkonceptet.

I dagens kosthållning finns en obalans mellan kolhydrater, fett och protein. BIMs unika mat försöker höja proteinvärdet (som är byggstenen i våra muskler) genom väl utvalda ingredienser. De utvalda råvarorna ska dessutom hjälpa till att höja blodcirkulationen, vara energi-förhöjande via sin sammansättning och ha ett låglaktos innehåll. Mängden kalorier är låg i BIMs mat och 90% av alla rätter är helt fria från tillsatt socker och fett.

| Näringsstabelle          | Energi (Kcal) |        | Protein (g) |        |
|--------------------------|---------------|--------|-------------|--------|
|                          | Per portion   | Medium | Per portion | Medium |
| <b>VARMRÄTTER</b>        |               |        |             |        |
| Kyckling, Bulgur, Sallad | 392           | 736    | 39          | 74     |
| Kycklinge, Ris, Sallad   | 387           | 777    | 35          | 67     |



BIM är ensam i Sverige att kunna erbjuda mycket annat utom varmrätter. Menyn består bland annat av olika varmrätter, mackor och baguetter, fruktjuicer, kaffedrinkar, protein- och energidrinkar, diverse bakverk och bakelser. Där alla rätter är helt unika genom att de innehåller någon typ av tillskott (Protein, Creatin, Ginseng, etc) som inte erbjuds på någon annan café eller restaurang.



## Marknad och målgrupp

Målgruppen för BIMs koncept är alla konsumenter i åldrarna 5 till 75.

Men för att kategorisera kundgruppen ytterligare kan kunderna delas i tre grupper:



### Primära gruppen:

De som motionerar regelbundet idag på gym - och fitnessanläggningar.

Detta är en grupp som gärna följer de trender som råder och är villiga att betala för detta. Denna stadigt ökande grupp har en stor medvetenhet och kunskap gällande trender och mode.

Träning och andra kringaktiviteter utförs inte enbart för en bättre hälsa. Utan detta är en livsstil som individen har valt att ta till sig. Dessa individer tillhör en köpstark grupp. Där prislappen saknar betydelse.

### Sekundära gruppen:

De som har valt andra motionsformer där gymmet inte är det huvudsakliga redskapet för motion.

Denna grupp är en stor grupp som består av många potentiella kunder. Motionärer som utövar andra motionsformer i grupp eller individuellt, är en grupp som inte är utsatta för någon större marknadsförings insatser av de befintliga aktörerna inom nutrition idag.

### Övriga:

De som inte hör till de regelbundna motionärer men som däremot har ett intresse och nyfikenhet kring detta ämne. Det är framförallt Cafétet och restaurangen som kommer att locka denna grupp till BIM.

### Visionen & Möjligheter

BIM ser en helhet i människors liv och vägleder gällande sådant som påverkar din kropp, nämligen den mat du stoppar i dig och hur du rör dig. För att öka effekten av träning kan du tillföra kosttillskott och vitaminer. Du följer upp det med din mobiltelefon och på webben, där du även kan få hälsoråd. Denna unika kombination är man ensam om. BIM är morgondagens stora koncept som alla vill ha på samma sätt som McDonald's varit fram till början på 2000-talet. BIM är rätt i tiden och trendigt. BIM är för den medvetna människan mitt i karriären som lever sitt liv i det höga tempo som kännetecknar dagens värld.



Möjligheterna inom nutrition och friskvård är extremt stora.

Den stora efterfrågan och den begränsade tillgången ser till att det finns en lukrativ marknad i denna bransch.

Att sprida BIMs koncept till de större städerna i landet, är endast första steget.

Att ha ett eget varumärke både gällande kläder, accessoarer och kosttillskott hör till strategin för att stärka BIMs position bland konkurrenterna.

BIM ska vara en välkänt varumärke och koncept i Sverige och Skandinavien inom de närmaste fem åren.





The information contained in this document is privileged and confidential, and is intended only for the use of the individual named below and others who have been specifically authorized to receive it. If you are not the intended recipient, you are hereby notified that any dissemination, distribution or copying of this communication is strictly prohibited. If you have received this communication in error, please contact the below sender at BIM Franchise Group AB.

**BIM Franchise Group AB**  
**Bergsgatan 80**  
**SE-852 36 Sundsvall**  
**SWEDEN**  
**+46 70 606 61 00**  
**info@bodyinmotion.se**

**WWW.BODYINMOTION.SE**

