



## DOSSIER DE PRESSE

# SUBWAY® leader mondial de la franchise en restauration rapide au



**8 & 9 juin 2011 - HANGAR 14 - BORDEAUX**

**STAND n°10**

### Contacts presse SUBWAY® France

agence becom!

T. 01 42 09 04 34

Justine Guillard, j.guillard@becomagence.com

Mathilde Heidary, m.heidary@becomagence.com

[www.becomagence.com](http://www.becomagence.com)

### En savoir plus :

[www.subwayfrance.fr](http://www.subwayfrance.fr)

Contact salon : Bertrand Lepineau  
Agent de développement Aquitaine /

Midi Pyrénées

**06.21.79.08.98.**



## Communiqué de synthèse

Avec, en deux ans, un chiffre d'affaires multiplié par 2.3, 50 restaurants ouverts par an, une clientèle qui a plus que doublé et le lancement de ses premières campagnes de publicité à la télévision, SUBWAY® France poursuit son ascension et doit son succès à 3 facteurs clés :

- Le marché très porteur de la restauration rapide
- Un concept inédit de réalisation des sandwiches, wraps et salades à la demande et sous les yeux des clients
- Un système de développement en franchise accessible et avantageux

L'objectif de l'enseigne est d'atteindre les 1400 restaurants en 2015 et d'être présente dans tous les départements français. Pour cela, elle s'appuie sur un réseau d'agents de développement et sur les salons dédiés à la franchise et à l'entrepreneuriat, véritables plateformes d'échange entre l'équipe d'encadrement SUBWAY® et les candidats à la franchise. Ces moments en direct avec les porteurs de projet permettent à l'enseigne de présenter les nombreux avantages de sa franchise :

### AVANT : SE LANCER AVEC SUBWAY®

De ses conditions d'accès très avantageuses, en passant par son concept fort en phase avec les tendances de consommation à sa notoriété internationale, la franchise SUBWAY® a toutes les raisons de séduire un porteur de projet.

### PENDANT : DEVELOPPER SON ACTIVITE AVEC SUBWAY®

De l'organisation de l'enseigne pour accueillir et former les nouveaux franchisés de toute la France, au soutien et à l'accompagnement des franchisés en région par les agents de développement pour la mise en place et le suivi des projets sur le terrain.

### APRES : EVOLUER AVEC SUBWAY®

Des différentes possibilités d'évolution au sein du réseau, aux outils mis à disposition des franchisés par l'enseigne pour accompagner l'évolution de ses franchisés.

- ➡ **Le marché français devrait arriver à maturité après l'ouverture de plus de 2 000 restaurants. Les opportunités pour les franchisés sont donc encore nombreuses !**

## Se lancer avec SUBWAY®

Si l'enseigne SUBWAY® a réussi à se hisser au premier rang mondial des opportunités de franchise en restauration rapide, c'est qu'elle bénéficie de trois atouts : des conditions d'accès à la franchise très avantageuses, un concept fort en phase avec les tendances de consommation et une notoriété internationale.

### Des conditions d'accès avantageuses

*"78% des personnes désireuses de créer leur entreprise déclarent qu'elles se lanceraient plus aisément dans ce projet si le financement leur était accessible<sup>1</sup> !"*

SUBWAY® l'a bien compris et propose donc un investissement initial très accessible, notamment en raison d'un droit de franchise particulièrement bas pour une chaîne de notoriété internationale : 10 000 €.

▪ <b>Droits d'entrée</b>	10 000 €
▪ <b>Investissement global</b>	entre 150 000 € et 200 000 €, pour un restaurant clés en main (travaux, équipement, décor, mobilier), hors pas de porte, soit 1 600 €/m <sup>2</sup> en moyenne
▪ <b>Prix du local</b>	de 0 à 450 000 €
▪ <b>Fonds de roulement</b>	30 000 €
▪ <b>Apport personnel</b>	1/3 de l'investissement total
▪ <b>Royalties</b>	8 % du CA HT
▪ <b>Redevances publicitaires</b>	4,5 % du CA HT (budget destiné à organiser des campagnes régionales et nationales et exclusivement gérés par des comités de franchisés élus)
▪ <b>Durée du contrat</b>	20 ans

<sup>1</sup> D'après l'étude IFOP Paris de janvier 2011 « Regards croisés jeunes/seniors sur la création d'entreprise » pour le salon Franchise Expo 2011



## Un concept fort qui a fait ses preuves

SUBWAY® est connu à travers le monde pour son concept fort de sandwiches, salades et wraps réalisés sous les yeux des clients avec les ingrédients de leur choix. **Un concept parfaitement en phase avec les nouvelles tendances de consommation<sup>2</sup>.** Et si les SUB®

(désignation des sandwiches de l'enseigne) proposés en deux formats (15 cm : SUB® 15 et 30 cm : SUB® 30) sont appréciés dans le monde entier, c'est justement parce qu'il sont **réalisés à la demande, « sous les yeux » du client**, en toute transparence.

Un concept qui permet de concilier les goûts et les envies de tous, et qui laisse libre cour à la créativité des clients d'autant plus qu'il s'applique aux autres produits de la carte tels que les salades et les wraps. La carte des restaurants SUBWAY® propose également des recettes classiques et spécifiques de sandwiches que les globe-trotters retrouveront dans tous les restaurants SUBWAY® à travers **les 95 pays d'implantation de la chaîne**.

- ➔ **Ce concept fort en phase avec les nouvelles tendances de consommation constitue la première garantie de réussite pour les franchisés de l'enseigne !**

**Le principe est simple : le client choisit tout !** Son pain cuit sur place chaque jour (parmi 5 variétés), son ingrédient de base (bœuf, jambon, poulet, dinde, pepperoni, salami, thon, steak végétal, etc.), son accompagnement (fromages et légumes frais découpés du matin) et son assaisonnement. Ainsi, son repas est forcément à son goût !

<sup>2</sup> Source : Gira Conseil enquête sur les tendances de consommation 2010

## Le rayonnement d'une enseigne internationale

➔ SUBWAY® est l'enseigne n°1 en nombre de restaurants dans le monde !

Cette notoriété internationale bâtie par la marque depuis 1965 constitue la seconde garantie de réussite pour les franchisés de l'enseigne !

**COTE MONDE**, en 2009, pour la 17e fois en 20 ans, SUBWAY® est classé 1re opportunité de franchise mondiale (sur 500 franchises référencées) par le magazine nord-américain Entrepreneur. En mai 2011 l'enseigne compte **34 559 restaurants, dont 247 en France, dans 98 pays, sur 5 continents**. Une notoriété internationale très importante quand on sait que :

**"37 % des porteurs de projets déclarent préférer la franchise pour le bénéfice image de marque et notoriété de l'enseigne<sup>3</sup>."**

**COTE FRANCE**, en deux ans, l'élargissement continu du parc de restaurants et l'augmentation de la présence de l'enseigne dans les médias ont déjà permis à SUBWAY® de s'installer comme la **1re enseigne « hors burgers » en France**. Selon l'étude de notoriété réalisée par TNS Sofres en février 2011<sup>4</sup> :

- SUBWAY® est la 3<sup>e</sup> enseigne de restauration rapide citée spontanément
- SUBWAY® est la 1<sup>re</sup> enseigne de restauration rapide « hors burgers » citée spontanément
- SUBWAY® atteint 71% de notoriété globale

### La restauration rapide : un secteur très porteur !

Avec près de 2 milliards de sandwiches vendus chaque année en France pour un CA annuel de 10 Mds € et des indicateurs à la hausse depuis plusieurs années (+5,4% de taux de croissance moyen par an depuis 2000), **le secteur dynamise le marché global de la restauration** et continue à générer des emplois (entre 8000 et 10 000 en 2009). Les changements structurels des habitudes alimentaires ont été favorables au boom de ce secteur : **le temps consacré aux repas a considérablement diminué passant de 1h38 en moyenne en 1975 à 31 minutes aujourd'hui** (Source : GIRA conseil 2010). SUBWAY® a parfaitement su répondre à ces nouvelles tendances et s'inscrire dans cette logique d'évolution. **L'enseigne a fait de son concept d'offre qualitative «sur-mesure» un véritable atout différenciant !**

<sup>3</sup> D'après l'étude IFOP Paris de janvier 2011 « Regards croisés jeunes/seniors sur la création d'entreprise » pour le salon Franchise Expo 2011

<sup>4</sup> Etude menée sur un échantillon d'hommes et de femmes représentatifs de la population nationale, âgés de 15 à 40 ans et sur la base d'un benchmark de 12 concepts et réseaux : Brioche Dorée, KFC, Burger King, Class'Crôûte, Flunch, Grande Distribution, La croissanterie, Mc Donald's, Paul, Pomme de Pain et Quick.



## Développer son activité et évoluer avec SUBWAY®

“33% des personnes qui envisagent de créer leur entreprise ne s’en sentent pas capables tout seuls<sup>5</sup>. ” Affronter les risques financiers, faire face aux démarches administratives parfois longues et périlleuses, acquérir l’expérience propre au domaine d’activité qu’on a choisi sont autant de freins à la création d’une entreprise. SUBWAY® facilite la vie de ses franchisés en les soutenant, en les accompagnant de la conception jusqu’à la pérennisation de leur projet.

- ➡ Pour SUBWAY®, la pleine réussite des projets individuels est la garantie de la pleine réussite de la marque.

### Des franchisés soutenus et accompagnés au jour le jour

En mettant à disposition des franchisés, une panoplie d’aides techniques de la prise en main, à l’organisation, et le développement de leur restaurant, SUBWAY® continue de porter **les valeurs d’une entreprise à taille humaine** et marque sa volonté de créer **un cadre de travail serein et stimulant** :

- **Des réunions d’information** en amont pour expliquer le concept et répondre aux questions des intéressés
- **Des partenariats avec des cabinets de consultants** pour la recherche de financements
- **Des formations aux méthodes de contrôle** devant être maîtrisées dans le cadre de la réglementation régissant l’exploitation des restaurants
- **Des procédures d’accueil** et de service simples et éprouvées
- **Une organisation logistique nationale** pour gérer leurs approvisionnements et leurs différents besoins opérationnels
- **Des kits d’accompagnement** pour relayer les campagnes marketing et publicité,
- **Un audit mensuel** portant sur plus de 200 points de contrôle avec pour objet d’aider le franchisé à maintenir les plus hauts standards opérationnels afin d’augmenter son chiffre d’affaires et sa marge.

<sup>5</sup> D’après l’étude IFOP Paris de janvier 2011 « Regards croisés jeunes/seniors sur la création d’entreprise » pour le salon Franchise Expo 2011

## Les agents de développement : animateurs et accompagnateurs

*“75% des personnes intéressées par la création d’entreprise déclarent qu’elles s’engageraient plus facilement si elles bénéficiaient d’un accompagnement, d’un transfert de savoir-faire.”*

Le développement et le suivi de SUBWAY® en France s’appuie sur 13 agents de développement déployés sur l’ensemble du territoire. Ils sont la clé de voûte de l’organisation de SUBWAY® en région. Chargés du suivi et de l’animation du réseau dans sa région, l’agent de développement et son équipe sont de véritables points de repère pour les franchisés.

Toujours à leurs côtés, ils les conseillent, les accompagnent et leurs apportent l’assistance technique de proximité dont ils ont besoin pour se développer sereinement. Ils aident les franchisés à porter leurs projets jusqu’à ce qu’ils puissent être autonomes. Ces derniers savent qu’ils peuvent toujours compter sur eux par la suite. Par ailleurs, chaque franchisé est visité une fois par mois par son agent de développement.

- ➔ **13 agents de développement SUBWAY® partout en France pour conseiller, accompagner et assister les franchisés !**



*Bertrand Lepineau- Agent de développement Aquitaine Midi-Pyrénées*



### ▪ Ses missions :

- ✓ Informer sur la franchise, prodiguer des conseils,...
- ✓ Sélectionner les futurs franchisés lors d’entretiens individuels (évaluer la faisabilité des projets)
- ✓ Accompagner les franchisés (démarches administratives, formations, etc)
- ✓ Animer le réseau par diverses opérations (internes/externes)
- ✓ Développer la solidarité entre franchisés
- ✓ Renforcer le sentiment d’appartenance au réseau



# SUBWAY® en fiche

## SUBWAY® France – chiffres 2011

- Nombre d'établissements : 247 (dont 50 ouvertures en 2010) dans 129 communes
- Objectif 2015 : 1 400 restaurants
- Nombre de franchisés : 190 sous contrat de franchise dont 30 multi franchisés
- Nombre d'emplois créés par l'enseigne : environ 1 800
- Nombre de SUB® vendus : plus de 10 millions soit une longueur totale de plus de 3 000 kms !!
- Implantations : Ile-de-France, Nord, Bretagne, Pays de Loire, Normandie, PACA et région lyonnaise + Bordeaux, Clermont-Ferrand, Nancy, Besançon, Colmar, Strasbourg, Perpignan, Toulouse, Montpellier, Bayonne ...
- 16 territoires, dont 12 déjà animés par des agents de développement, les autres étant suivis directement par le siège France en attendant le recrutement de nouveaux agents.
- Ventes sous enseigne : environ 80 M€
- Ticket moyen : 7,80 € (7,50 € en 2009)
- Directeur Europe Sud : Thierry Rousset
- Siège social : 191 Avenue Aristide Briand - 94230 CACHAN  
Numéro Vert : 0800 904 140 Standard: 01 41 98 60 06 Fax: 01 46 64 59 29

Suivre le planning des réunions d'information en région :

<http://www.subwayfrance.fr/agenda.aspx>

Trouver l'agent de développement qui correspond à sa région :

[http://www.subwayfrance.fr/carte\\_de\\_subway.aspx](http://www.subwayfrance.fr/carte_de_subway.aspx)