



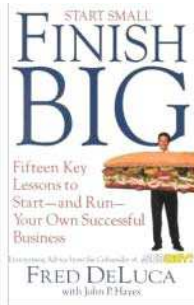
Dossier de Presse

Subway France

HISTORIQUE.....	2
LE CONCEPT SUBWAY® / LE MENU.....	3
LA CHAINE SUBWAY® EN FRANCE.....	4-5
LA CHAINE SUBWAY® EN EUROPE.....	6

“START SMALL, FINISH BIG”...

En 1965, trois semaines avant de commencer sa première année à l'Université de Bridgeport dans le Connecticut (États-Unis), Fred DeLuca ouvrit une sandwicherie appelé « Pete's Super Submarine Sandwiches ». Fred avait 17 ans quand il se lança dans ce commerce afin de gagner de l'argent pour payer ses frais de scolarité.



« Pete's Super Submarine » allait devenir **la plus grande chaîne de restaurants de grands sandwiches et la deuxième chaîne de restauration rapide**. Les restaurants SUBWAY® sont apparus pour la première fois hors des frontières de l'Amérique du Nord lorsqu'ils ont ouvert leur premier établissement dans la petite île-Etat de Bahreïn, au Moyen-Orient, en décembre 1984.

Depuis cette date, le concept SUBWAY® a fait le tour du monde avec l'ouverture de restaurants aussi bien en Argentine qu'en Zambie.

De fait, avec **plus de 29 000 restaurants dans le monde et un chiffre d'affaire annuel de plus de \$11,3 milliards (2007)**, la chaîne SUBWAY® est un leader dans le secteur de la restauration rapide.

En 2000, Fred DeLuca a publié « Start Small, Finish Big : Fifteen Key Lessons to Start and Run Your Own Successful Business ». Ce livre offre des conseils pratiques et reste une inspiration pour les millions de personnes qui rêvent de lancer leur propre entreprise et pour les millions d'autres qui l'ont déjà fait. « Ce livre parle de gens ordinaires qui commencent leur propre petit commerce d'une manière tout à fait ordinaire ».



FRED DELUCA : L'HOMME DERRIERE LE SANDWICH

A l'été 1965, l'avenir paraissait brillant. Mais c'est cet avenir même qui préoccupait le **jeune Fred DeLuca, alors âgé de 17 ans**. En effet, il lui paraissait pratiquement impossible alors de pouvoir payer ses études à l'université. C'est par un dimanche après midi de juillet de cette même année que naquit une relation commerciale qui allait changer pour toujours le secteur de la restauration rapide.

De fait, en ce dimanche après midi, le jeune DeLuca dévoila ses inquiétudes au **Dr Peter Buck**, un ami de la famille DeLuca quant au paiement des frais des études de médecine qu'il envisageait. Lequel lui répondit « Tu devrais te lancer dans la vente de grands sandwiches ». « Quoi ? Quelle chose bizarre à dire à un jeune de dix-sept ans » pensa d'abord Fred, mais à sa grande surprise, il s'entendit répondre « Comment est-ce que ça marche ? ».

Pour Pete Buck, les choses étaient simples. Louer un magasin, monter un comptoir, acheter des ingrédients, faire l'ouverture et Fred aurait bientôt assez d'argent pour payer ses cours à l'université. Si Fred voulait se lancer, Pete serait son partenaire. Il lui remit alors un chèque de \$1000, représentant son apport dans leur nouvelle activité commune.

Dans le mois qui suivit, le **28 août 1965** très exactement, le duo entreprenant ouvrait sa première sandwicherie à Bridgeport, Connecticut. Après quelques temps, DeLuca abandonna ses études de médecine et obtint une maîtrise de psychologie. Mais avec le développement de la chaîne, il choisit de s'investir dans sa carrière dans les sandwiches, pensant que cela était plus prometteur.

Après tout ce temps, **Fred est toujours un énergique jeune homme de 60 ans** et continue de mener et d'inspirer la famille SUBWAY®. Fred est toujours très activement impliqué dans l'entreprise et passe beaucoup de son temps à visiter des restaurants SUBWAY® dans le monde entier, rencontrant les franchisés et cherchant toujours à améliorer l'entreprise pour celui-ci et pour l'expérience des clients.

Le Concept SUBWAY® En Bref

La franchise SUBWAY® est une marque forte et en croissance, connue pour ses sandwiches sains et excellents, qui représentent une alternative à la restauration rapide traditionnellement hypercalorique.

- **Des produits excellents** : nos menus variés donnent à nos clients un nombre infini d'options (voir ci-dessous).
- **Simplicité** : nos restaurants ont des procédures opérationnelles simples.
- **Assistance** : nous avons mis en place des systèmes pour venir en aide à nos franchisés au niveau de leur publicité, de leurs commandes d'approvisionnement et de leurs autres besoins opérationnels.
- **Contrôle** : nous apprenons aux franchisés à utiliser des méthodes de contrôle exceptionnelles qui leur permettent d'exploiter leur restaurant efficacement.

Rejoindre La Famille SUBWAY®

Franchisé : l'investissement initial dans une franchise SUBWAY® est **limité**, notamment parce que le droit de Franchise est exceptionnellement bas pour une chaîne de la taille de SUBWAY® (7500 euros à compter du 1er juillet 2008 en Europe). Les franchises supplémentaires peuvent être ensuite acquises à prix réduits. La **rentabilité des restaurants** dépend ensuite de deux éléments à savoir : l'emplacement du restaurant et la manière dont le restaurant est tenu. L'investissement personnel dans le restaurant est également un élément déterminant. Nos **programmes de formation** ainsi que l'assistance de l'agent de développement et du siège permettent aux franchisés d'avoir à disposition les outils pour faire de leur restaurant une affaire qui marche, et bien !

Agent de Développement : après six mois d'expérience en tant que franchisé, il est possible de devenir un "AD", c'est à dire l'acteur clef sur un territoire pour le développement du nombre de restaurants, de leur chiffre d'affaires et de la marque.

MENU

Notre objectif, dans chaque restaurant SUBWAY®, est de fournir un **produit de qualité qui est réalisé spécifiquement selon le goût de chaque client et devant lui**. Les sandwiches SUBWAY® sont confectionnés sur commande, exactement comme le client le veut et sont servis sur des pains blancs, complets, à base d'une variété de pains gourmets ou encore sur un wrap (tortilla). **Le pain est cuit chaque jour dans chaque restaurant**. Les crudités proviennent de fournisseurs locaux, tandis qu'un large assortiment de viandes est disponible, accompagné d'une sélection de nos sauces et condiments spéciaux à choisir librement.

Quel que soit l'endroit où les restaurants SUBWAY® sont implantés, le **menu de base reste toujours le même**, à l'exception de certaines variations culturelles et religieuses. Les globe-trotters peuvent compter sur la même qualité des ingrédients, partout où ils se rendent.



Subs 15cm		Salades	
	Valeur énergétique ▶	Calories	Lipides (g)
Végétarien	237	2,8	
Dinde *	290	3,5	
Dinde * et Jambon *	298	3,8	
Jambon *	287	3,9	
Bœuf en Tranches	309	4,0	
Subway Club **	309	3,9	
Poulet **	346	4,5	
Poulet Teriyaki **	384	5,0	

Salades			
	Valeur énergétique ▶	Calories	Lipides (g)
Végétarienne	52	1,0	
Poulet **	138	2,8	

6 grammes de lipides et moins
Subs 15 cm & Salades contenant 6 grammes de lipides et moins

Le menu SUBWAY® offre une sélection de **sandwichs faibles en gras** avec 6 grammes et moins de lipides pour 384 calories au plus. Ces sandwichs peuvent être incorporés à un régime et à un programme d'exercice afin de maintenir un style de vie plus sain et équilibré.

Au fil des années, la chaîne de restaurants SUBWAY® a acquis une solide réputation en offrant à sa clientèle un choix alternatif à la restauration rapide traditionnellement grasse.



Les Restaurants SUBWAY® En France



Le premier restaurant en France a ouvert en 2001 à Paris, dans le quartier historique de La Bastille. Compte-tenu du succès des restaurants auprès des consommateurs, le développement de la chaîne s'est ensuite structuré et accéléré, sous l'impulsion de **Marc Kreder, Directeur de la chaîne SUBWAY® en France**, (photo ci-contre). La France compte actuellement 95 établissements (mi Juin 2008) et atteindra les 100 restaurants avant l'été 2008, première étape pour atteindre l'objectif de 400 restaurants d'ici à 2010.

Les restaurants en France sont principalement situés **en région parisienne, dans le Nord, en Normandie, dans la région PACA et autour de Lyon**. Nous sommes également présents à Bordeaux, Nantes, Pau, Toulouse et Montpellier, et ouvrirons très bientôt des restaurants à Colmar, Strasbourg et Nancy.

Le concept SUBWAY® permettant de s'adapter à toutes sortes de configurations, nos établissements sont de tailles très variables : entre 50 et 200 mètres carré. Certains se consacrent essentiellement à la vente à emporter, d'autres ont plus de 100 places assises. De même, nos restaurants peuvent se situer aussi bien dans un centre commercial que dans une rue ou encore une université.

Nos restaurants emploient entre six et quinze personnes, ce qui fait que la **chaîne SUBWAY® en France emploie plus de 1000 personnes** et créera d'autant plus d'opportunités qu'elle ouvrira de nouveaux restaurants.

La chaîne se développe sur l'ensemble du territoire. Nous estimons que le marché français devrait arriver à saturation à 1500 – 2000 restaurants. Nous pensons atteindre ce seuil autour de 2020. Notre objectif à moyen terme est de **400 restaurants en 2010**. Les opportunités pour nos franchisés sont donc encore très nombreuses.



Trois Questions à Aladin Goulamhousen, Franchisé SUBWAY®

Comment avez vous connu le concept SUBWAY®?

« J'ai découvert la marque SUBWAY® à l'étranger, principalement aux USA et au Canada, pays dans lesquels je voyage encore fréquemment. Les restaurants SUBWAY® y font partie du paysage urbain. La communication autour de la chaîne et le succès de ses offres auprès des consommateurs leur donnent une grande visibilité. En France, j'ai noué mes premiers contacts au salon de la Franchise en 2003 »

Quand avez-vous ouvert votre premier restaurant SUBWAY® ?

« J'ai signé mon premier contrat de franchise en 2003 et j'ai ouvert mon premier restaurant au public en février 2005. C'est l'unité de la Gare du Nord à Paris. S'en est suivie une deuxième ouverture, celle du restaurant de Richelieu-Drouot, à Paris également, en juin 2007 »

Qu'est-ce qui vous a fait penser que le concept SUBWAY® allait marcher en France ?

« Ce qui m'a plu, c'est la fraîcheur des sandwiches divers et variés, la préparation sous les yeux du client, la multitude d'offres repas équilibrés, et aussi l'immense possibilité de combinaison d'ingrédients laissant une large place à la création pour le client.

En France, le concept SUBWAY® arrive à un moment où le client est de plus en plus regardant sur la qualité de ce qui lui est offert sur le plateau, sur la notion de nourriture équilibrée. De plus, le réseau se positionne sur un secteur qui connaît une forte croissance du fait d'une population de plus en plus nombreuse à prendre ses repas à l'extérieur et à réduire son temps de pause déjeuner. La conjugaison de ces deux phénomènes me laisse à penser à un potentiel certain de réussite pour les franchisés qui, comme moi, investissent dans ce concept, et donc de développement de la chaîne en France. L'objectif de 400 restaurants en 2010 représente un défi à la mesure de ce potentiel, ambitieux mais réaliste et constitue le socle de prise du grand envol ! »

Les Raisons du Succès en France

Une Offre de Restauration Rapide Originale



La restauration rapide en France est marquée par un choix entre la traditionnelle boulangerie et le burger-frites. **Les restaurants SUBWAY® proposent une offre alternative** avec une gamme de sandwiches à la saveur originale.

Différents de la baguette traditionnelle, nos pains sont savoureux, toujours frais car cuits dans les restaurants. En même temps, nous nous différencions du fast-food traditionnellement gras en proposant une offre équilibrée. Par exemple, vous ne trouverez ni frites ni glaces dans les restaurants SUBWAY®, mais une sélection de « SUB » (sandwiches) de moins de 6 grammes de lipides et 384 calories au plus. Cela répond aux tendances structurelles d'évolution des modes de consommation: à la fois une demande pour un **service rapide** (particulièrement le midi et dans les grandes villes) et des **produits équilibrés**.

Quelques Chiffres !

70 franchisés en France **pour 95** restaurants ouverts

400 restaurants en France d'ici 2010

+ de 12 000 sandwiches et salades servis chaque jour en France

Une marque de renommée mondiale, clairement identifiable....



Comme le dit **Emmanuel Cossart**, Agent de Développement pour la région Nord « **la franchise consiste à copier une réussite**. C'est une recette qui permet à des entrepreneurs de se lancer en bénéficiant d'une visibilité et d'une sécurité accrues ».

Avec plus de 29 000 restaurants dans 86 pays, la marque SUBWAY® a fait ses preuves et jouit d'une renommée mondiale. Notre menu reste le même partout en France, et même dans le monde, à l'exception de quelques variations culturelles et religieuses.

Plus encore, **le décor de nos restaurants est standardisé**. Inspiré par la beauté des paysages toscans, il dégage une atmosphère chaleureuse et accueillante qui se retrouve dans tous les restaurants SUBWAY® du monde.

Des franchisés qui s'investissent personnellement...

Pour **Emmanuel Cossart**, être Franchisé SUBWAY®, c'est « Accepter de porter le maillot de l'équipe ». Cela signifie que l'investissement ne doit pas seulement être financier, il faut aussi s'impliquer dans la bonne marche de son établissement, car le service reçu dans chacun des restaurants a des répercussions sur l'image de la marque dans l'ensemble du pays.

C'est pour cela qu'Emmanuel a fait de **l'attitude commerciale** son premier critère de recrutement pour ses franchisés : « Tu es souriant, tu es commerçant » dit-il en citant le proverbe chinois. Tout en avertissant que cela signifie travailler dur : « **Ce qu'il faut savoir c'est que nous sommes dans un métier où l'on travaille pendant que les autres profitent de la vie. 7 jours sur 7. Il faut s'impliquer, après on a le retour sur investissement qu'on mérite** ».

LA CHAÎNE SUBWAY® EN EUROPE



Le premier restaurant SUBWAY® en Europe a ouvert en Espagne il y a treize ans. L'année suivante, en 1996, le premier restaurant du Royaume-Uni ouvrait ses portes à Brighton, Angleterre.

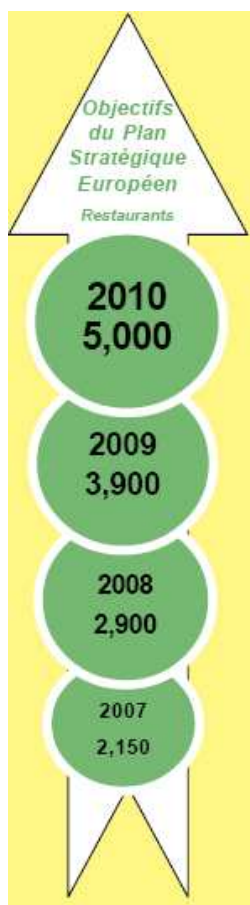
Au début des années 2000, on comptait moins de 100 restaurants en Europe, dont 50 au Royaume-Uni et en Irlande. La marque testait alors la réaction du marché européen. Sous l'impulsion de **Kevin Graham, Directeur régional pour l'Europe, Israël et l'Afrique du Sud** (photo), le développement s'est accéléré très vite. En mars 2003, l'entreprise a ouvert son bureau régional européen, situé à Amsterdam.

Au début du mois de décembre 2007, l'Europe a franchi l'étape des 2000 restaurants. Le premier marché reste le Royaume-Uni et l'Irlande, avec plus de 1000 restaurants. La marque est également très développée en Allemagne, où l'on compte près de 600 restaurants. Et elle est présente dans 26 pays européens, de l'Espagne à l'Islande en passant par l'Irlande à la Russie.

La chaîne SUBWAY® a pour objectif d'ouvrir **5000 restaurants en Europe d'ici à 2010** et d'être numéro 1 aussi bien en nombre de restaurants qu'en termes de préférence consommateurs.

La réalisation de ces objectifs ambitieux devraient permettre à la chaîne de conforter sa place de **première chaîne de restauration rapide dans le monde** en nombre de restaurants et de **premier réseau d'entrepreneurs avec près de 15 500 franchisés.**

Contacts: Subway France -191 avenue Aristide Briand - 94230 Cachan / 0141986005



Statement of Ownership and Restrictions on Use:

All materials contained in this guide whether in written, electronic, or other media are owned by Doctor's Associates Inc., ("DAI") and may not be copied, distributed, modified, reproduced, republished, reused, uploaded, transmitted, or otherwise used without the prior written consent of DAI. All proprietary information contained in this guide remains the sole property of DAI. These materials shall be considered Confidential Information in accordance with the terms of any Nondisclosure Agreement between the viewer, or the entity that they are employed by, and DAI or any of its affiliates.

Trademark Information: The following trademarks are registered to DAI in the U.S.A. and other countries: SUBWAY®, SUBWAY Sandwiches and Salads®, the SUBWAY® logo, B.M.T.®, SUBWAY My Way!®, SUBWAY The Place Where Fresh is the Taste®, SUB CLUB®, KIDS' PAK®, SANDWICH ARTIST®, SUBWAY MELT®, VEGGIE DELITE®, SACK OF SUBS®, SUBWAY MY WAY!®, SUBWAY CLUB®, SUBWAY POS®, SUBWAY eat fresh®, and FRUIZLE®. © 2004 Doctor's Associates Inc. All Rights Reserved.