

Brioche Dorée inaugure son flagship nouvelle génération à Paris – Place de l'Opéra

Un nouvel écrin pour incarner la transformation d'une marque française emblématique



Depuis près de 50 ans Brioche Dorée est le symbole d'un savoir-faire français dont le concept novateur s'est développé à travers tout l'hexagone : la restauration rapide à la française. De ses débuts à Brest jusqu'à son rayonnement international, l'enseigne a su évoluer, se développer et s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs sans jamais renier son ADN. Fidèle à son esprit pionnier, Brioche Dorée a dévoilé début 2024 son nouveau concept, devenant ainsi la seule marque de restauration rapide à se spécialiser dans la viennoiserie.

Un an plus tard, l'enseigne dévoile le flagship de ce nouveau concept : le site emblématique de la Place de l'Opéra à Paris, entièrement transformé pour refléter l'évolution de Brioche Dorée. Cette inauguration intervient en point d'orgue d'un ambitieux plan d'ouvertures et s'inscrit dans une stratégie d'innovation produit pensée pour répondre aux nouvelles tendances de consommation.

Brioche Dorée Paris Opéra, vitrine de la transformation de l'enseigne.

Véritable institution du réseau, le restaurant Brioche Dorée de la Place de l'Opéra bénéficie d'un emplacement exceptionnel au cœur de Paris. Inauguré le 31 octobre 1998, cet établissement historique emploie une équipe de 20 collaborateurs et sert en moyenne 600 clients par jour 7 jours sur 7, avec un panier moyen de 9€.

Ce lieu de vie chaleureux et convivial sur deux étages, qui a toujours été un pilier de l'enseigne, se métamorphose aujourd'hui pour offrir une expérience client renouvelée, en accord avec le nouveau concept Brioche Dorée. Les parisiens pourront y déguster les incontournables de Brioche Dorée (croissant au beurre AOP Charentes-Poitou et pain au chocolat pur beurre) et se laisser séduire par les nouveautés et innovations proposées par l'enseigne, notamment de nouvelles boissons signature gourmandes et créatives.

[En savoir plus](#)



Un nouveau positionnement **moderne et différenciant**

Un nouveau design et une
refonte des parcours clients

Le restaurant de la Place de l'Opéra à Paris est la vitrine du nouveau concept Brioche Dorée, recentré sur son cœur de métier : la viennoiserie. Présente dans deux tiers des paniers d'achat, elle devient le fil rouge de l'offre, à travers des classiques intemporels et de nouvelles créations innovantes.

Afin de traduire l'évolution du positionnement de Brioche Dorée, un nouveau point de vente a été développé pour conjuguer esthétique et praticité. Plus qu'un nouveau décor, il s'agit d'un retravail de fond des parcours clients et d'une véritable mise en scène de la nouvelle offre. Le four est installé au milieu de la ligne de vente pour une ambiance gourmande, et une restauration rapide de « vitrine » met en scène les produits prêts à être servis. L'expérience client est optimisée grâce à un lien constant entre clients et collaborateurs, et à l'intégration d'un desk dédié aux boissons signatures.



Une offre produits qui évolue
pour fidéliser et surprendre



Au cœur de l'évolution du positionnement de la marque, l'offre produit a été entièrement retravaillée pour répondre aux nouvelles habitudes de consommation. Brioche Dorée mise sur un équilibre stratégique entre 50 % de produits incontournables et 50 % de nouveautés, introduisant des créations inédites comme les cruffins, les pailles dorées, ou encore la brioche en plaques. L'enseigne renouvelle également son offre salée avec les Clubs Briochés, une revisite des sandwiches traditionnels qui repositionnent la brioche comme un incontournable. La gamme de salades est elle aussi repensée, en phase avec les tendances actuelles : des salades plus variées, enrichies en lentilles, quinoa, fèves...

Et pour séduire des consommateurs plus jeunes en quête d'originalité et de gourmandise, Brioche Dorée fait aussi évoluer son offre de boissons avec de nouvelles recettes inédites, pensées comme de véritables « viennoiseries à boire ». Chaque moment de la journée trouve ainsi son accompagnement idéal, des cafés et chocolats du matin aux thés glacés et boissons signatures de l'après-midi. En guise de touche signature, chaque boisson chaude est servie avec un demi mini-croissant, renforçant l'univers de la viennoiserie au cœur de l'offre Brioche Dorée.

[Je découvre](#)

D'ambitieuses perspectives de développement en **travel retail**

Portée par ce nouveau positionnement moderne et différenciant, Brioche Dorée déploie une stratégie de croissance ambitieuse pour les années à venir. Désormais, toutes les nouvelles ouvertures adopteront ce modèle, et une rénovation complète des restaurants succursales est prévue d'ici les cinq prochaines années.

Avec 40% de ses établissements situés en emplacements de travel retail, Brioche Dorée entend notamment renforcer sa présence sur ce segment clé grâce à son nouveau concept, parfaitement adapté aux flux voyageurs. L'enseigne a remporté en 2023 un appel d'offres stratégique lancé par Extime F&B Paris, lui permettant d'exploiter 13 nouveaux emplacements dans les aéroports Roissy Charles de Gaulle et Paris Orly jusqu'en 2034. Cette victoire confirme la compétitivité et l'attractivité de Brioche Dorée dans le domaine du voyage, un levier de croissance essentiel pour consolider son leadership sur ce marché en pleine expansion.

[En savoir plus](#)



Saga Brioche Dorée

Depuis 1976, Brioche Dorée raconte une belle histoire française. Celle d'un entrepreneur breton, Louis Le Duff, qui rêve un jour de réconcilier rapidité et qualité, modernité et tradition. De ce rêve naît à Brest un concept inédit : le « café-boulangerie », une restauration rapide à la française, chaleureuse et artisanale. Très vite, l'enseigne séduit, s'impose, rayonne. Elle grandit et s'exporte à l'international, tout en restant fidèle à ce qui fait sa force : l'authenticité des produits faits sur place, la convivialité et le savoir-faire à la française.

[Je veux voir](#)

À PROPOS DE BRIOCHE DORÉE

Enseigne pionnière de la restauration rapide à la française, Brioche Dorée compte 332 points de vente à travers le monde dont 271 en France. Engagée pour la qualité et l'authenticité d'une cuisine alliant fraîcheur, convivialité et simplicité, elle a su s'imposer comme une marque incontournable sur le secteur de la restauration rapide, avec 70% de notoriété assistée et un chiffre d'affaires de 241.8 millions d'euros en 2024. Forte de son attachement à la brioche, Brioche Dorée a lancé en 2025 la Journée nationale de la brioche, célébrant ainsi son produit phare et son héritage.