

# 10 ANS DE BCHEF, NOUVEAU MENU, NOUVEAU VISAGE.

Après avoir passé 10 années à développer un concept parmi les plus performants du marché, BCHEF fait le choix de réinventer son concept fast-casual pour affirmer son positionnement différenciant sur le marché du burger.

Une réinvention qui commence par la carte, modifiée à 70%, et englobe la création d'une nouvelle identité de marque, pensée par l'agence Nash & Young. Cette transformation audacieuse symbolise la volonté de BCHEF d'offrir une expérience en restaurant plus mémorable et en phase avec les nouvelles attentes des Français.

En 2015, BCHEF est née d'un pari audacieux : offrir aux Français des burgers de qualité à un prix abordable. Dix ans plus tard, avec 60 restaurants implantés partout en France et plus de 3 millions de clients servis chaque année, BCHEF incarne plus que jamais une vision claire : être l'alternative numéro 1 aux géants du fast-food, sans compromis sur la qualité.

## UNE NOUVELLE CARTE POUR AFFIRMER LE POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

BCHEF affichera désormais clairement sa différence au sein du marché du burger.

Côté carte, l'enseigne se focalise désormais sur une viande hachée de qualité, fraîche, et issue d'élevages sélectionnés par son partenaire français Beauvallet. Composés par ailleurs d'un délicieux pain boulanger confectionné par la Boulangerie Thierry et d'une des sauces signatures de la marque, préparées en restaurant, les burgers sont vendus à l'unité à partir de 6,30€, en menu à partir de 9,90€ et déclinés au format Smash pour les amateurs.

BCHEF clarifie par ailleurs son positionnement sur les desserts, avec une gamme de pâtisseries plus courte, et sans concession. Les brownies et muffins sont préparés en restaurant chaque jour, à partir d'ingrédients bruts et majoritairement français, tandis que les glaces et les cookies sont fabriqués en France sans additifs ni conservateurs.



## UN NOUVEAU VISAGE QUI FAIT DE LA CONVIVIALITÉ SON PILIER CENTRAL

Pour faire écho à cette transformation, BCHEF dévoile une nouvelle identité visuelle, dont la signature « *Burger convivial* », illustre la volonté de l'enseigne de se démarquer en offrant une expérience unique à ses clients. « *Au-delà d'être un bon produit à un prix raisonnable, un Burger BCHEF doit devenir un véritable moment de convivialité* », affirme Julien Perret, fondateur de BCHEF.

Le logo, un renard espiègle enroulé sur lui-même, évoque la forme des buns moelleux de BCHEF, tandis qu'une palette de couleurs, allant du bleu profond à l'orange terre battue, apporte sérénité et chaleur.

« *Julien et son équipe avaient réussi un virage majeur en termes de produit, et désiraient que cela se traduise en un concept lisible et dans les codes de son époque. C'est à travers le prisme du confort des lieux et de la simplicité de la carte que nous avons revu le concept* » explique Vianney Bourgois, dirigeant de Nash & Young, agence à l'origine du rebranding de BCHEF.



Une nouvelle identité qui se retrouvera dans l'architecture des restaurants, complètement transformée pour l'occasion. L'utilisation de bois naturel et de textiles offriront une atmosphère accueillante et chaleureuse, qui sera renforcée par un emblématique rideau de lumières chaudes, situé à proximité de l'entrée. Comme l'explique Julien Perret, « *Nous souhaitons briser les frontières qui séparent la restauration rapide de la restauration traditionnelle, en proposant un lieu qui incite à prendre son temps.* »

A ce titre, le parcours client a lui aussi été repensé pour séparer plus clairement la salle des zones de prise de commande et de livraison, afin que les clients déjeunant sur place puissent profiter pleinement du moment qu'ils passent.

Pour accompagner ce mouvement vers la convivialité, le service à table sera déployé dans la majorité des restaurants du réseau en 2025. Il permettra aux clients de se concentrer sur leur repas, tout en renforçant le lien qu'ils entretiennent avec la marque.



## UN FORT DÉVELOPPEMENT AVEC DES OUVERTURES À VENIR PARTOUT EN FRANCE

Le premier restaurant intégrant la nouvelle image de marque ouvrira la semaine du 21 avril au Havre. Tous les restaurants de l'enseigne passeront au nouveau concept au cours de l'année 2025, alors que trois établissements au format Drive doivent voir le jour au cours des 12 mois à venir.

### À PROPOS DE BCHEF

Créée en 2015, BCHEF est une enseigne française de restauration rapide qui compte 60 restaurants répartis dans toute la France. L'enseigne propose des burgers, wraps, salades et pâtisseries préparées sur place, le tout à un prix accessible pour tous. Portée par des valeurs de convivialité et de qualité, BCHEF s'impose comme une alternative incontournable aux chaînes de fast-food et aux restaurants gourmets.