

BRIOCHE DORÉE, PIONNIÈRE DE LA RESTAURATION RAPIDE À LA FRANÇAISE, SE RÉINVENTE AVEC UN NOUVEAU CONCEPT INÉDIT AUTOUR DE LA VIENNOISERIE

Brioche Dorée au Salon Franchise Expo
16 au 18 mars 2024 – Paris, Porte de Versailles
Stand L110-M111

A l'occasion du salon Franchise Expo Paris, Brioche Dorée a dévoilé en exclusivité son tout nouveau concept.

BRIOCHE DORÉE, ENSEIGNE HISTORIQUE DU SECTEUR DE LA RESTAURATION RAPIDE À LA FRANÇAISE

Inspiré par son expérience aux États-Unis et au Canada, Louis Le Duff a introduit un concept novateur dans le paysage culinaire français en ouvrant le premier point de vente Brioche Dorée à Brest en 1976. Immédiatement, l'enseigne se distingue par son identité et son positionnement uniques : l'alliance de la restauration rapide avec le savoir-faire et la tradition française.

Au fil des décennies, Brioche Dorée a déployé son concept à travers l'hexagone, s'adaptant aux évolutions de la société et des attentes des consommateurs. D'abord présente dans les centres-villes, elle s'est rapidement étendue aux centres commerciaux, aux aéroports, aux gares et aux aires d'autoroute, reflétant ainsi la mobilité de sa clientèle.

Aujourd'hui, Brioche Dorée est une enseigne incontournable sur le secteur de la restauration rapide, avec 70% de notoriété assistée*. Après 47 ans d'existence, Brioche Dorée s'impose parmi les marques françaises les plus attachantes et rassurantes. Au-delà de la qualité de ses produits, Brioche Dorée doit son succès à ses prix compétitifs, les plus accessibles du marché, et à ses recettes universelles, pensées pour répondre au goût du plus grand nombre.

Source : Etude Image & Notoriété – Toluna Harris Interactive pour Brioche Dorée – Novembre 2023

UNE MARQUE ET UN NOUVEAU CONCEPT QUI SE (RE)SPÉCIALISENT AUTOUR DE LA VIENNOISERIE À LA FRANÇAISE

S'appuyant sur les forces de la marque et sur l'évolution des attentes des consommateurs, Brioche Dorée dévoile en ce début d'année 2024 son nouveau concept avec pour objectif de positionner Brioche Dorée comme le spécialiste français de la viennoiserie.

Une restauration rapide viennoise unique et gourmande

A travers son nouveau concept, Brioche Dorée renoue avec ses racines en exploitant l'univers de la viennoiserie. Typiquement français, ce produit a toujours été au cœur de l'ADN Brioche Dorée.

Dans un contexte marché d'hyper spécialisation, Brioche Dorée mise sur la viennoiserie : un univers au cœur des tendances capable de rivaliser avec les tendances food anglo-saxonnes par son côté ultra-gourmand, instagrammable et nomade.

Brioche Dorée devient ainsi la seule marque de restauration rapide à se spécialiser dans la viennoiserie, fidèle à son positionnement originel.



Au cœur de l'évolution du positionnement de la marque, une expérience sensorielle et gourmande dans les points de vente

L'offre a été entièrement retravaillée pour proposer une gamme variée de produits sucrés et salés, allant des classiques revisités aux innovations les plus audacieuses.

La promesse faite aux clients est simple : plus qu'une simple pause, chaque visite chez Brioche Dorée est une parenthèse gourmande mémorable.

Tout est soigneusement pensé pour éveiller les sens des consommateurs : des vitrines aux espaces de cuisson en direct où les clients peuvent observer leurs viennoiseries favorites prendre forme, chaque détail contribue à créer une atmosphère unique et immersive.



Un nouveau design et une refonte des parcours clients



Traduction de l'évolution du positionnement de Brioche Dorée, le point de vente a été entièrement revu.

Pour proposer une ambiance gourmande et exprimer la sensorialité des produits de viennoiserie, le four est installé au milieu de la ligne de vente, comme la chambre de pousse, l'échelle et un espace de travail.

A travers ce nouveau concept, Brioche Dorée exploite pleinement l'attrait de ses produits tout en optimisant, via un parcours hybride, la fluidité du service. La ligne de vente se ponctue par un espace de préparation des boissons à la demande, dont l'offre a été entièrement revalorisée

UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT MISANT SUR LE MODÈLE DE LA FRANCHISE

Ouverte à la franchise depuis 1992 et aujourd'hui membre de la Fédération Française de la Franchise, Brioche Dorée a été récompensée à plusieurs reprises comme étant la meilleure franchise de l'année. L'enseigne affiche aujourd'hui un maillage territorial important, avec 274 points de vente en France. Un succès qui repose sur son implantation dans des lieux parcourus par les consommateurs chaque jour, notamment les centres-villes et les centres commerciaux, sur les grandes agglomérations et en région parisienne.

Brioche Dorée collabore étroitement avec ses franchisés dont elle garantit l'indépendance tout en leur procurant des échanges d'expérience. Après un parcours de formation initiale de 7 semaines alliant théorie et pratique, Brioche Dorée met à disposition de ses franchisés un accompagnement permanent par ses équipes terrain. En 2023, le chiffre d'affaires moyen par point de vente en France métropolitaine s'élevait à 850 000 euros hors taxe, démontrant la rentabilité et la solidité financière de ce modèle de franchise.

À PROPOS DE BRIOCHE DORÉE

Enseigne pionnière de la restauration rapide à la française, Brioche Dorée compte 336 points de vente à travers le monde dont 274 en France. Engagée pour la qualité et l'authenticité d'une cuisine alliant fraîcheur, convivialité et simplicité, elle a su s'imposer comme une enseigne incontournable sur le secteur de la restauration rapide, avec 70% de notoriété assistée et un chiffre d'affaires de 242 millions d'euros en 2023.