



Communiqué de presse
Paris, le 19/09/2022

Subway marque une nouvelle phase d'accélération dans son développement, basé sur une refonte du modèle opérationnel et un changement de Direction Générale.

L'enseigne de restauration rapide présente en France depuis 2001 opte désormais pour un modèle de gestion en direct, devenant ainsi la première Business Unit mondiale du groupe Subway à mettre en œuvre cette stratégie.

Ce nouveau cap s'accompagne d'un changement de Direction Générale, avec la nomination de Sandra Chassan jusqu'alors Directrice Marketing et Communication, à la tête de Subway France, Belgique et Luxembourg à compter du 1^{er} octobre 2022.

Subway entreprend en France une profonde mutation de son modèle en internalisant les fonctions liées à l'animation et à l'expansion du réseau. Composé de près de 400 restaurants, Subway repense ainsi son mode d'accompagnement et de développement, et le conçoit désormais avec une proximité encore plus importante avec ses 270 franchisés. Cette transformation - qui s'achèvera dans les 6 prochains mois - a été pilotée avec succès par Raphaël Miolane, après une phase d'audit et de dialogue menée depuis le début de l'année 2022 avec toutes les parties prenantes. Elle traduit la volonté de l'enseigne d'actionner de nouveaux leviers de croissance tout en favorisant la franchise multi sites.

Pour mettre en œuvre et exécuter cette transition, Sandra Chassan succède à Raphaël Miolane, nommé début 2022 pour un mandat visant à conduire la nouvelle direction stratégique de l'enseigne. Subway France, Belgique et Luxembourg devient ainsi la première Business Unit au monde à opter pour un modèle de gestion internalisant son modèle d'accompagnement et de développement de ses franchisés. Cette mutation stratégique menée de concert avec l'international a été opérée plus rapidement que prévu, grâce à la dynamique commerciale de l'enseigne et à l'engagement des franchisés.

" Je tiens à remercier Raphaël Miolane pour sa contribution efficace à la transformation de l'enseigne. Sa vision et son expérience ont été précieuses pour conduire la nouvelle organisation du marché français : un modèle 100% intégré avec une internalisation des fonctions liées à l'expansion et aux opérations et une stratégie de développement plus proche des franchisés. Je souhaite à Sandra Chassan une pleine réussite et la félicite pour son parcours au sein du Groupe et les performances qu'elle a réalisées, qui ont contribué à la croissance des performances commerciales de Subway ces dernières années. J'ai toute confiance en elle pour diriger et exécuter la transformation en cours ", déclare Mike Kehoe, Président de Subway EMEA.

"Cette expérience chez Subway a été à la fois intense et enrichissante. Je remercie Mike Kehoe de m'avoir confié la tâche de diriger cette nouvelle ère pour Subway. Les six mois d'engagement et les leçons apprises pour conduire cette transformation et poser ces nouvelles bases n'auraient pas été possibles sans le soutien des équipes, de nos partenaires et surtout de Sandra. Son expertise, sa connaissance du secteur et sa proximité avec les équipes sont sans aucun doute ce qui contribuera à sa réussite à ce poste", déclare Raphaël Miolane.



Crédit photo : ©MilenaP

"C'est une véritable fierté de pouvoir évoluer au sein de cette marque et de l'accompagner dans sa prochaine phase d'expansion et de croissance. Depuis 5 ans, je suis animée par le souhait d'augmenter la désirabilité de notre marque, casser les codes, surprendre pour développer les ventes et la rentabilité du réseau. Je continuerai à porter cette passion et cet engagement pour aller plus loin avec une équipe que nous continuerons à consolider. Je suis par ailleurs très fière de pouvoir valoriser la promotion interne : la mienne et celle de Neyla Sanchez qui me succède à la direction du marketing. Neyla s'appuiera sur l'équipe en place, qui sera renforcée pour accélérer la dynamique vertueuse sur laquelle nous travaillons depuis quelques années ", explique Sandra Chassan, Directrice Générale de Subway.

Une nouvelle organisation fondée sur la proximité avec les franchisés et le marché

Pour accompagner cette transformation Subway renforce ses équipes avec une nouvelle équipe d'animateurs réseau, chargée de l'accompagnement opérationnel & commercial et d'une direction du développement. Un modèle qui favorisera une plus grande proximité entre les équipes opérationnelles et les franchisés et permettra notamment de soutenir l'enseigne dans ses objectifs ambitieux et durables.

Une expansion maîtrisée, pour une croissance encore plus forte

Subway France a prouvé son ancrage sur le territoire, et a, par sa force commerciale et marketing, développé son chiffre d'affaires par restaurant de +25 % sur les 5 dernières années. L'enseigne ambitionne désormais une expansion soutenue et raisonnée pour permettre un accompagnement pérenne des franchisés multi sites.

Le déploiement de cette nouvelle organisation est déjà à l'œuvre avec 144 restaurants en France en activité dans les régions. Sa poursuite sur le reste du parc se déroulera progressivement sur les 6 prochains mois.



“En croissance depuis 5 ans, le marché Subway et la taille de son réseau apparaissent suffisamment matures pour opérer cette transformation dans les meilleures conditions. J’ai confiance en nos équipes françaises et dans les franchisés du réseau pour relever le défi de cette transformation.”, conclut Mike Kehoe, Président de Subway EMEA.

A propos de Subway France

Subway est présente sur le territoire français depuis 2001, avec près de 400 restaurants gérés par des franchisés indépendants. L’offre de l’enseigne s’appuie sur un concept qui favorise l’audace et la liberté : la personnalisation des sandwiches « Sub », de salades et de wraps. Les clients choisissent leurs ingrédients pour composer un repas préparé à la demande qui répond à leurs goûts, leurs envies du moment et leur régime alimentaire, pour une commande sur place, en livraison et via la SUB APP. Chaque année chez Subway, ce sont 24 millions de Français qui créent des compositions à leur image.