

### KFC FRANCE PRÉSENTE UN BILAN POSITIF POUR L'ANNÉE 2022 MALGRÉ UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE COMPLIQUÉ ET POURSUIT SA TRANSITION VERS UN MODÈLE PLUS RESPONSABLE

- KFC France annonce un chiffre d'affaires de **740 millions d'euros** pour l'exercice 2022, soit une croissance de 20 % sur un an (12 % à périmètre constant).
- Malgré un contexte économique difficile, l'enseigne a poursuivi son développement avec un **nombre record de 25 ouvertures de restaurants** en 2022.
- L'enseigne a réalisé de nouveaux progrès en matière de politique **d'approvisionnement local**, de **qualité et de nutrition** et de **bien-être animal**.

#### **KFC France présente un bilan financier positif malgré un contexte économique incertain**

Isabelle Herman, Directrice Générale de KFC France, dévoile ce jour le bilan de l'enseigne et de bonnes performances pour l'exercice 2022. L'an dernier, l'entreprise a réalisé **un chiffre d'affaires de 740 millions d'euros**, soit une croissance par rapport à 2021 de **20 %** au total et de **12 %** à périmètre constant. Par ailleurs, l'enseigne a enregistré une croissance de **10,6 %** à périmètre constant par rapport à 2019, soit le dernier exercice complet pré-Covid.

Ce bilan est d'autant plus positif qu'il doit être analysé à la lumière d'un contexte économique compliqué, en particulier pour les restaurateurs : après la crise du Covid-19 qui avait forcé le secteur de la restauration à cesser ou à limiter fortement ses activités, l'année 2022 a été marquée par des pénuries de main-d'œuvre, une inflation sans précédent et, en raison de la crise ukrainienne, par des problèmes d'approvisionnement en matières premières et une importante crise des prix de l'énergie.

« Je suis très fière de la **belle performance de notre enseigne en 2022**, qui témoigne du **travail remarquable de nos franchisés et de nos équipes**. 2022 a été une nouvelle année hors du commun, marquée par une forte inflation, après des années de crise sanitaire. Malgré ce contexte économique compliqué pour notre secteur, nous avons su garder le cap et **maintenir une offre de qualité accessible** pour l'ensemble de nos consommateurs », explique Isabelle Herman, Directrice Générale de KFC France.

Par ailleurs, 2022 a été l'année du rééquilibrage des ventes entre les différents canaux de l'enseigne. La consommation sur place est en train de retrouver petit à petit les niveaux pré-Covid, représentant **33 %** des ventes. Le **drive et la vente à emporter**

ont continué à réaliser de très bonnes performances. Ils représentent respectivement **28 et 22 % des ventes**.

2022 a aussi été une année importante sur le plan du développement, avec un **nombre record de 25 nouveaux restaurants**, le plus grand nombre d'ouvertures jamais réalisé en un an depuis l'arrivée de KFC en France en 1991. L'enseigne a ainsi **franchi la barre des 300 restaurants** avec une inauguration historique au cœur de Rouen et un renforcement de sa présence dans plusieurs grandes villes de France : Paris, Lyon, Marseille, Nice et Toulouse. Chaque ouverture représentant en moyenne 40 emplois (ETP), KFC France a participé à la **création d'environ 1000 postes** à travers le territoire.

### **L'enseigne a également réalisé d'importants progrès en 2022 dans sa transition vers un modèle plus responsable**

KFC a réalisé ces derniers mois d'importants progrès en matière d'approvisionnement local en **doublant ses volumes de poulet français**. Grâce à un partenariat avec plus de **500 éleveurs du territoire**, la France est devenue le premier fournisseur de KFC représentant **40 % des volumes en 2022**, puis **47 % dès mars 2023** malgré l'inflation des prix. En conséquence, **100 % des filets de poulet des burgers et wraps** de l'enseigne sont désormais issus d'élevages français et l'enseigne propose des **ailles de poulet français** depuis janvier 2023.

« *L'approvisionnement français est un engagement qui nous tient particulièrement à cœur et sur lequel nous ne ferons aucun compromis. Dans ce contexte économique compliqué, nous sommes très heureux de renforcer notre engagement auprès des éleveurs du territoire* », précise Isabelle Herman.

Par ailleurs, KFC France est engagée depuis plusieurs années dans une démarche d'amélioration continue qui porte sur trois principaux piliers : **qualité et nutrition, bien-être animal et empreinte environnementale**. L'an dernier, l'enseigne a réalisé des avancées importantes sur chacun de ces chantiers :

#### • **Qualité & nutrition** :

- **L'enseigne a définitivement éliminé l'ensemble des produits classés Nutri-Score E de sa carte**. Aujourd'hui 70 % des produits de sa gamme permanente obtiennent un Nutri-Score compris entre A et C.
- **Par ailleurs, KFC France a lancé son premier burger végétarien** (certifié V-Label) à la rentrée 2022. Il est, depuis la fin d'année, présent à la carte de façon permanente.

#### • **Bien-être animal** : L'enseigne a dévoilé en septembre dernier [la nouvelle édition](#) de son tableau de suivi des indicateurs de bien-être animal, réalisé en partenariat avec l'association CIWF. Ce tableau confirme des **progrès sur l'ensemble des six indicateurs suivis**.

#### • **Empreinte environnementale** : KFC France a lancé avec un cabinet indépendant une étude pour mesurer son niveau d'émissions carbone et identifier des pistes concrètes pour les réduire le plus rapidement possible – dans la droite ligne des engagements pris au niveau international par le

Groupe KFC : **réduire de 46 % de ses émissions de CO<sub>2</sub> d'ici 2030 et atteindre la neutralité carbone en 2050.**

*« En 2022, nous avons réalisé de grandes avancées dans notre transition vers un modèle plus responsable. Je tiens à ce que nous allions encore plus loin en 2023 et c'est pour cela que j'ai souhaité que KFC France se dote d'une vision ambitieuse : **devenir un leader du « fast good » français**. Cela suppose pour nous de continuer à réaliser des progrès sur chacun des trois piliers de notre démarche d'amélioration continue tout en restant fidèles à nos consommateurs, en maintenant l'accessibilité de notre offre, et en poursuivant notre développement. C'est ma feuille de route pour les prochaines années », déclare Isabelle Herman.*

### **A propos de KFC France**

Filiale du Groupe Yum! Brands, KFC est présente en France depuis plus de 30 ans et compte plus de 320 restaurants répartis sur l'ensemble du territoire. Grâce à ses 12 000 collaborateurs, l'entreprise sert plus de 200 000 clients par jour. Spécialiste du poulet, KFC France propose à ses consommateurs une offre accessible fondée sur des produits de qualité.

Ceux-ci sont issus de filières d'approvisionnement rigoureusement sélectionnées et cuisinés selon des recettes uniques et un savoir-faire inimitable. KFC France est une entreprise engagée dans une démarche d'amélioration continue en matière de nutrition, de bien-être animal et d'environnement.