



## COMMUNIQUE DE PRESSE

**Brioche Dorée, enseigne pionnière et leader de la restauration rapide à la française, réinvente les codes avec un nouveau concept de magasin**

*Brioche Dorée, enseigne du Groupe Le Duff, mise sur une expérience client innovante pour séduire de nouveaux consommateurs et poursuivre son expansion*

**Paris, le 25 octobre 2019** – Enseigne historique du Groupe Le Duff née à Brest en 1976, Brioche Dorée figure parmi les success story à la française. Récemment élue Meilleure chaîne de magasin 2019/2020 dans la catégorie « Sandwicherie », et meilleure franchise 2019/2020, l'enseigne accueille chaque jour plus de 270 000 clients en France souhaitant se restaurer avec une offre de produits variée, qualitative et équilibrée. Au travers de ses 443 points de vente dans plus de 20 pays, Brioche Dorée démontre une nouvelle fois son dynamisme en présentant son nouveau concept pilote.

**Made in France à l'honneur, diversification de l'offre et cap sur la digitalisation : Brioche Dorée repense l'expérience client**

Au sein d'un marché en constante évolution, tant dans l'offre produit que dans les modes de consommation, Brioche Dorée fait le pari d'un nouveau concept basé sur la valorisation de l'histoire de l'enseigne, des produits et des hommes qui les confectionnent.



Brioche Dorée privilégie les circuits courts, les élevages et les chaînes de transformation des plus rigoureux. Avec 86% des matières premières qui proviennent de France (la viande - bœuf, jambon et poulet ainsi que les farines sont Origine France Garantie), Brioche Dorée revendique désormais clairement son engagement « **Made in France** » en affichant l'origine de ses produits en toute transparence. Les pains et viennoiseries sont quant à eux confectionnés dans les fournils du Groupe Le Duff à proximité de Rennes.

Le parcours client se voit entièrement repensé tout en conservant l'ADN de l'enseigne et son esprit commerçant. Les clients découvrent **une nouvelle génération de libre-service**, façon étal de marché et la **production instantanée**, fabrication, cuisson et assemblage des produits, grâce à l'ouverture totale de la cuisine.

Issue de son savoir-faire culinaire bâti depuis plus de 40 ans, **l'offre produit** se voit aussi élargie : personnalisation des recettes selon ses envies, jus pressés sur place, offre de produits d'accompagnement sucrés et salés (chips, barres chocolatées, confitures, miel ...) qui vient également compléter les recettes originales, issues de la collaboration historique avec des Meilleurs Ouvriers de France, ainsi que des offres éphémères, fruit de collaborations avec de petits producteurs locaux engagés dans une démarche sur le goût, l'approvisionnement et le respect de l'environnement.



Enfin, cap sur la digitalisation avec l'arrivée de **nouveaux services 2.0** permettant d'optimiser le temps en assurant une meilleure fluidité du trafic : mise en place de bornes de commande pour un retrait rapide en caisse, click & collect et service de livraison en partenariat avec les principales plateformes de commande, carte de fidélité dématérialisée viennent optimiser le parcours client.

« *Nous sommes très fiers de notre nouveau concept qui incarne une nouvelle génération de restaurants, modernes, chaleureux et accessibles. Nous avons fait le choix de mettre en valeur l'origine de nos produits, les hommes qui les confectionnent au quotidien tout en proposant une nouvelle expérience à nos clients en faisant de nos restaurants Brioche Dorée de véritables lieux de vie. Nous disposons de tous les atouts pour séduire les consommateurs en quête de qualité, de diversité et répondre aux défis d'un marché qui évolue rapidement* » précise Vincent Le Duff, Directeur Général Brioche Dorée.

Ce nouveau concept est actuellement dans une phase de modélisation en France et à l'étranger (ouvertures en Corée du Sud), et sera suivi d'un déploiement sur les 4 à 5 prochaines années.

### Une identité visuelle revue pour une nouvelle génération de restaurants



Issu de deux années de recherche, le nouveau concept Brioche Dorée imaginé par l'agence de design global *Saguez and Partners* marque un tournant et s'appuie sur un nouvel univers graphique, plus moderne et contemporain. Dans une ambiance inspirée des traditionnels bistrotis parisiens dotés de fresques murales représentatives de la ville qui reprend les sites emblématiques (monuments, lieux...), alliant bois clair et couleurs terracotta, Brioche Dorée se dote d'une surface de 150 m<sup>2</sup> et d'une capacité d'accueil allant de 50 à 80 places assises.

### A propos du Groupe LE DUFF

*Fondé par Louis LE DUFF en 1976, le groupe LE DUFF est aujourd'hui le leader mondial du Café Bakery et 1<sup>er</sup> acteur indépendant du secteur, avec ses enseignes comme Brioche Dorée, Fournil de Pierre, Kamps, Le Groupe est aussi présent en restauration traditionnelle en France avec une enseigne de spécialités italiennes, Del Arte ; et aux Etats-Unis, avec deux enseignes de cuisine française : La Madeleine et Mimi's Café. Le groupe performe également dans l'industrie, avec Bridor (boulangerie, viennoiserie, pâtisserie traditionnelle française) et de plats cuisinés avec Cité Gourmande.*

*Aujourd'hui le Groupe compte plus de 35400 employés répartis dans plus de 100 pays et réalise plus de 2 milliards de chiffre d'affaires. Chaque année, le groupe exporte le savoir vivre à la française sur 5 continents et recrute de nombreux talents en France et dans le monde.*

### Contacts presse France

#### Groupe LE DUFF

Edouard de Tinguy

t. : +33 1 2 99 22 23 24

[communication@groupeleduff.com](mailto:communication@groupeleduff.com)

#### Agence BCW

Alice Dalla Costa/ Bénédicte Pouilly

t. : +33 1 56 03 12 26 | mob.: + 33 6 21 81 07 9

[alice.dalla-costa@bcw-global.com](mailto:alice.dalla-costa@bcw-global.com)