



Paris - Porte de Versailles  
Du 24 au 27 mars 2013

## L'enseigne SUBWAY® sera présente au salon Franchise Expo : Stand N63-P64

Du 24 au 27 mars 2013, l'équipe française de l'enseigne SUBWAY®, 1<sup>er</sup> réseau mondial de franchisés en restauration rapide, se tiendra à disposition des visiteurs du salon Franchise Expo. Avec 425 restaurants, 323 franchisés et 185 Ms € de CA en 2012 en France, l'enseigne poursuit son ascension et doit son succès à 3 facteurs clés : une offre inédite de sandwiches, wraps et salades réalisés sur-mesure sous les yeux des clients, un concept flexible qui s'intègre partout où il y a de la demande et un système de développement en franchise parfaitement rodé (39 ans d'expérience). Ce salon est l'occasion pour tous ceux qui rêvent d'entreprendre de découvrir les avantages du statut de franchisé SUBWAY® et de se projeter grâce à une simulation des premières étapes du projet.

### Entreprendre en franchise : pourquoi choisir SUBWAY® ?

#### Surfer sur une offre à la fois universelle et personnalisée facilement identifiable

Le concept SUBWAY® de réalisation de sandwiches, wraps et salades à la demande et sous les yeux des clients à un prix abordable répond parfaitement aux nouvelles tendances de consommation. Une offre à la fois universelle et personnalisée qui s'adapte aux goûts de chacun. Facilement identifiable, ce concept singulier participe à la forte notoriété de SUBWAY® partout dans le monde.

En France, entre 2010 et 2012, l'enseigne a gagné 30 points de notoriété globale en passant de 57 à 87% de reconnaissance dans un contexte concurrentiel stable (Source : étude de notoriété TNS Soffres). Une évolution liée aux actions marketing et communication impulsées par le réseau : présence TV soutenue, opérations régulières dans les restaurants, sponsoring et partenariats à forte notoriété...

#### Profiter d'un concept flexible qui s'intègre partout où il y a de la demande

Le concept SUBWAY® ne nécessite pas de système d'extraction de fumée et s'adapte à toutes les surfaces (de 7m<sup>2</sup> à 300 m<sup>2</sup>). On retrouve donc des restaurants SUBWAY® aussi bien dans des lieux classiques : centres villes, centres commerciaux et ZAC, que dans des zones « non traditionnelles » telles que les stations de métro, les universités, les gares, aéroports, les aires d'autoroute... formidables opportunités de développement.

En France, depuis 2010, ces implantations dites « non-traditionnelles » représentent un maillon essentiel dans la stratégie de développement de l'enseigne. L'adéquation de son concept aux cahiers des charges de ces emplacements, ainsi qu'une notoriété internationale sont autant d'atouts pour séduire les opérateurs.

#### Bénéficiaire de l'expérience du leader mondial de la franchise en restauration rapide

Les franchisés SUBWAY® bénéficient de la notoriété d'une enseigne internationale et du suivi et de l'assistance d'un réseau fort. L'enseigne SUBWAY® existe depuis 48 ans, fonctionne uniquement en franchise depuis 39 ans et est n° 1 mondial en nombre de points de vente avec près de 39 000 restaurants dans 100 pays. Le modèle de la franchise SUBWAY® a donc largement fait ses preuves. A noter : le droit d'entrée à la franchise SUBWAY® est particulièrement bas (10 000 €).

[...]



Paris - Porte de Versailles  
Du 24 au 27 mars 2013

En France, l'enseigne met un point d'honneur à soutenir ses franchisés, qu'elle accompagne de la conception jusqu'à la pérennisation de leur projet en s'appuyant sur **16 équipes de développement** réparties sur le territoire qui **s'assurent du suivi particulier de chaque franchisé.**

## Le profil du franchisé SUBWAY®

### Un entrepreneur, un commerçant et un manager avant tout

L'ouverture d'un restaurant SUBWAY® ne nécessite aucune expérience dans la restauration; rigueur et motivation suffisent ! Le franchisé SUBWAY® est surtout un entrepreneur, un commerçant et un manager. Etre franchisé SUBWAY® c'est s'engager pour la bonne marche, le développement et la pérennisation de son restaurant, en sachant que la qualité de service de chaque restaurant impacte directement l'image de l'enseigne dans tout le pays. **L'aptitude et l'attitude commerciale sont donc les 1<sup>ers</sup> critères de recrutement des franchisés SUBWAY®.**

Ce qui signifie travailler dur, car **il s'agit d'un métier où il faut d'abord s'impliquer pour obtenir le retour d'investissement que l'on mérite.** Connaître sa région d'implantation est un avantage considérable car un restaurant SUBWAY® est avant tout un commerce de proximité.

### Savoir s'approprier le concept SUBWAY® et le maximiser

Le réseau SUBWAY® propose un concept de franchise clé en main et s'efforce de fournir à ses franchisés les outils et les formations nécessaires pour diriger leurs restaurants et en faire des modèles de réussites locales. Une fois son 1<sup>er</sup> restaurant pérenne, tout franchisé peut avoir l'opportunité s'il le souhaite d'évoluer en ouvrant d'autres restaurants; il devient alors **multi franchisé.** Dans le monde, **plus de 70% des nouveaux restaurants sont ouverts par des franchisés SUBWAY® déjà propriétaires d'au moins un restaurant.**



### Sur le stand N63-P64

**Toute l'équipe de SUBWAY® France se tient à la disposition des visiteurs du salon**

#### Le siège :

Naëlle Lassen : Responsable Franchise

Mariem Beniahia : Responsable Régionale

#### Les agents de développements :

<http://www.subwayfrance.fr/contactez-nous.aspx>

### Contacts presse

Agence becom! - 01 42 09 04 34

Mathilde Heidary : m.heidary@becomagence.com

Justine Guillard : j.guillard@becomagence.com

[www.subwayfrance.fr](http://www.subwayfrance.fr)