

# ÇA SE PASSE COMME ÇA...

**McDonald's (18 300 restaurants dans le monde) demeure l'une des rares enseignes dont les prévisions de développement restent en-dessous des résultats réels.**

PHILIPPE MALTERRE

Cette année, le roi du hamburger a ouvert 78 nouveaux restaurants en France, dont 32 en franchise, et créé ainsi 3 900 emplois. Il compte désormais 431 points de vente (dont 31 filiales), et 302 franchisés gèrent 93 % des sites.

Le chiffre d'affaires-réseau qui a atteint 6,7 milliards de francs en 1995 est en hausse de 17%.

Ces résultats impressionnants sont l'aboutissement d'une politique. Les prix n'ont pas varié depuis trois ans, en dépit de l'augmentation de la TVA de l'été dernier. La carte des produits s'est enrichie de nouvelles salades et de sandwiches saisonniers, comme le McTimber, par exemple. Les partenariats se sont multipliés pour atteindre des zones de chalandise inédites : gares, RER, stations service, espaces multi-restauration.

La chaîne, qui veut maintenant faire oublier ses origines américaines, vise désormais les villes moyennes de 10 000 à 15 000 habitants. Elle dis-

cute avec le gouvernement pour être présente sur les zones qui vont se créer dans les banlieues difficiles. L'effort sera également porté sur les centres-villes qui cherchent à se revaloriser.

A partir de cette année, l'un des trois directeurs-généraux de l'enseigne, Denis Hennequin, assumera la présidence du syndicat professionnel de la restauration rapide, le SNARR.

Le recrutement 1996 est fixé à 80 unités dont 40 nouveaux franchisés, « un objectif qui sera atteint sans problèmes », commente son président Michel Antolinos. En effet, malgré un contrat de franchise draconien d'une durée de 20 ans, et le fait que le franchisé n'est propriétaire ni des murs, ni du fonds, il se présente pour chaque unité une centaine de candidats, majoritairement des cadres. Rappelons que la surface moyenne d'un point de vente est de 350 m<sup>2</sup> et le CA moyen/unité de 14 MF. Avis aux professionnels...

