

**Nos ingrédients.
Votre chef-d'œuvre.**



**Votre entreprise.
Notre expérience.**

SUBWAY



450
restaurants
en France



44 000+
restaurants
dans **112** pays



350+ franchisés
en France



3 000+
emplois
en France



En moyenne
6 équipiers
par restaurant



≈ 20 millions
de clients par an
en France



Notoriété
assistée* : **97,7%**

2017

2018

Subway®

Marché

Subway®

Marché

+ 2%

- 1,1%

+ 1%

- 1%



**Chiffres
d'affaires****



Bonjour,

Vous avez entre les mains la brochure de notre belle enseigne. Elle raconte notre histoire et véhicule toutes les valeurs qui nous animent.

Rejoindre Subway®, c'est entreprendre avec passion dans un esprit commerçant.

Plus qu'une enseigne, Subway® est une famille solidaire et ambitieuse. Notre concept, très proche du client, est un véritable moyen d'expression de nos valeurs humaines : proximité, plaisir, service, altruisme et excellence.

Nous sommes très enthousiastes d'intégrer de futurs chefs d'entreprise qui se reconnaissent dans ces mots. Notre terrain de jeu est loin d'être totalement exploité et les meilleures places sont à prendre maintenant. Alors venez nous rencontrer, afin de partager un moment d'échanges sincères et parler d'avenir.

Cédric Giacinti
Directeur France & Belgique

NOS VALEURS

Innovation **ETHIQUE**
EXCELLENCE Autonomie
 Bienveillance **Plaisir**
ALTRUISME Solidarité
 Confiance **PARTAGE**
 Créativité **Engagement**
 Proximité **Service**

Fred De Luca, jeune américain de 17 ans crée le concept Subway®

1965



L'enseigne inaugure le 100ème restaurant en France et son centre de formation

2008



La marque Subway® introduit sa nouvelle signature « Subway®, C'est Vous Le Chef! » et fête ses 15 ans en France

2016



2001

Ouverture du premier restaurant Subway® en France, à Paris



100



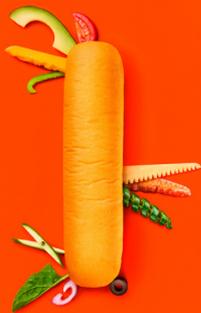
2012

Le réseau dépasse les 400 restaurants



2018

Subway® reçoit le Label Capital «Leader du service 2018» pour la 2e année consécutive.



Un concept fort

Comptant parmi les leaders de la restauration en franchise dans le monde depuis de plus de 50 ans, Subway® place **le client au cœur** de ses préoccupations et appuie son offre sur un concept fort : **la personnalisation des sandwiches**, appelés «Sub» et **des salades**. Le client choisit parmi plus de **40 ingrédients** pour créer un repas en fonction de ses propres goûts et ses envies du moment. **La variété de produits** proposés (pains, protéines, légumes, sauces et condiments) donne un nombre infini d'options.

Une nouvelle identité visuelle

En 2016, l'enseigne lance sa nouvelle **signature** : « **Subway®, C'est Vous Le Chef !** », une invitation pour les consommateurs à affirmer leur créativité et leur singularité.

Fin 2017, Subway® dévoile une **nouvelle identité visuelle** ludique, décalée et aux couleurs pop, valorisant la variété des ingrédients disponibles en restaurant.

Le **logo Subway®** a été revisité afin de capturer l'essence et la fraîcheur de la marque sans oublier son héritage, faisant référence au logo de 1965.

Un tout **nouveau symbole** vient s'ajouter à cette palette. Il saisit, quant à lui, l'empreinte de la marque de façon plus percutante, avec des flèches symbolisant le passé et l'avenir.





Une nouvelle campagne de communication pour des consommateurs «uniques»

Le **spot publicitaire** est un véritable manifeste de la marque. Traité «façon clip», il s'adresse à des consommateurs en quête de singularité, une génération attachée à sa liberté, soucieuse de ne pas «rentrer dans des cases».

Pop et rythmé, il rassemble autour d'un écran central emblématique du mode de consommation des Millennials (15-35 ans) et de la génération Y, des jeunes gens qui aspirent à exister et à s'exprimer en tant qu'individus «uniques».

La campagne «Be Unique» met en avant leur style personnel, permet à chacun de créer sa «propre signature», ce qui constitue l'ADN de Subway®.

Tout au long de l'année 2018, la campagne sera déclinée en télévision, sur les réseaux sociaux et au travers d'activations commerciales.



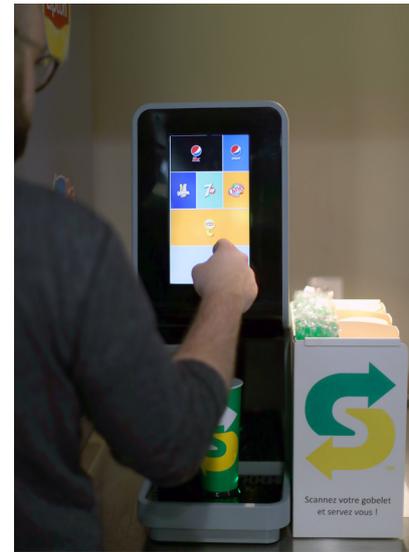
Un nouveau décor de restaurant

Le 26 janvier 2018, le premier restaurant arborant le nouveau décor de l'enseigne a ouvert ses portes à Metz en Moselle (57). Organisé autour d'un espace ouvert, lumineux et accueillant, ce nouveau décor a été pensé autour de l'expérience clients à chaque étape de leur visite, que ce soit avant, pendant ou après leur commande.

La part belle est faite à l'utilisation de technologie digitale, la mise en valeur des produits et ingrédients. Des nouveautés sont également mises en place en back office pour se focaliser sur la satisfaction clients.



Des nouveautés en restaurant



Les clés du nouveau décor Subway® :

- Digital : menus à écrans digitaux, fontaine à boissons PepsiCo digitale et tactile
- Sublimation des ingrédients : grands bacs de présentation des légumes frais, nouveaux présentoirs à pains et cookies...
- Expérience en restaurant renforcée : décor lumineux, musique d'ambiance, tables et sièges confortables munis de ports USB, connexion WI-FI gratuite



Christophe Gavroy
Multi-franchisé Lescar, Ibos et Pau

Christophe Gavroy est franchisé Subway® depuis 2013 dans le Sud-Est de la France. Après une carrière de commercial, pour le journal Le Parisien notamment, il a souhaité découvrir l'entrepreneuriat. Un ami franchisé Subway® lui a parlé de son expérience et l'a convaincu de se lancer.

«La Franchise est une forme de sécurité lorsque l'on sort du salariat. C'est rassurant de pouvoir échanger avec des personnes qui comprennent nos problématiques quotidiennes.»

Les conseils de Christophe Gavroy à toute personne qui s'intéresse à la franchise Subway® : **«Il faut être curieux, aimer les gens et être à l'écoute de ses clients et de son équipe. Il faut également être courageux et patient.»**

Avec 3 restaurants et 23 salariés, Christophe Gavroy ne compte pas s'arrêter là.

«Pour moi, l'aventure Subway® est un placement financier que l'on travaille au quotidien. Les seules limites qui existent dans la vie sont celles que l'on se donne.»



Chloé Daval et Alexandre Poiré
Associés, Franchisés à Metz

Chloé Daval et son beau-frère Alexandre Poiré ont ouvert leur restaurant Subway®, en mars 2015, dans le quartier d'affaires de Metz Technopole. Chloé, fraîchement diplômée en Commerce et Finance et Alexandre, enseignant en comptabilité, n'avaient aucune expérience dans la restauration, pourtant en se lançant dans une franchise reconnue depuis plus de 50 ans, ils n'ont pas douté.

Comment vous répartissez-vous les tâches au restaurant ?

Chloé : « Je gère l'opérationnel au quotidien, l'administratif et le management ».

Alexandre : « J'ai un rôle consultatif sur les décisions et je supplée également Chloé en restaurant, en cas de besoin. Je suis aussi membre du « Comité Marketing régional ». J'apprécie vraiment de participer aux décisions prises quant aux actions marketing mises en place en Alsace-Lorraine. »

De quoi êtes-vous fiers depuis que vous travaillez avec Subway® ?

« Nous sommes très fiers de l'équipe que nous avons réussi à mettre en place, avec très peu de turnover mais aussi de notre chiffre d'affaires en constante évolution. Nous sommes souvent classés parmi les 5 premiers de notre région et comptons bien y rester ! »



Marie-Pierre Mompontet
Franchisée à Bourg-en-Bresse

Marie-Pierre Mompontet a ouvert son restaurant en octobre 2011. Ancienne comptable et responsable administrative, sa plus grande fierté est d'avoir créé sa propre entreprise.

«Chez Subway®, on est libre d'organiser notre commerce comme on le souhaite (management, marketing local, zone de chalandise, partenariats, politique tarifaire...) et on bénéficie d'un cadre et d'un réel soutien de nos agents de développement et du siège. On ne se sent jamais seul. Je n'hésite pas à leur poser toutes les questions qui me sont nécessaires pour avancer.»

Quand un client pousse la porte de votre restaurant, à quoi peut-il s'attendre ?

«À un accueil sincère et chaleureux. Chez Subway®, nos clients ne sont pas des numéros. On réalise le sandwich qu'ils souhaitent devant leurs yeux. Je mise également sur un restaurant propre et agréable avec une qualité de produits sûre.»

Marie-Pierre Mompontet prévoit la reprise d'un restaurant à Nice pour le second semestre 2018.

«Subway® est en constante évolution. La Direction de Subway® France nous comprend et nous donne envie de nous investir encore plus dans nos restaurants. Nous avons vraiment un bel avenir en perspective.»



Christophe Dupont
Franchisé à Amiens

Franchisé Subway® en Picardie depuis peu (fin 2017), Christophe Dupont se dit « ambitieux ».

«J'avais envie d'entreprendre depuis longtemps. Après avoir travaillé dans la grande distribution et avoir été directeur de concession automobile, j'ai senti que c'était le moment de monter ma société.»

Pourquoi avoir choisi Subway® ?

«C'est une enseigne avec un fort potentiel et qui prend un nouvel essor grâce à la direction monde et France actuelle.»

Sur les conseils d'un ami, je me suis intéressé à la restauration et me suis rendu au Salon de la Franchise. J'y ai rencontré une équipe qui m'a donné envie de m'investir.

Par la suite, j'ai pu échanger avec 4 franchisés différents. L'un d'eux m'a également accueilli en immersion dans son restaurant pour que je puisse mesurer l'investissement requis.

Avant de faire la formation au siège, j'ai pu présenter mon dossier en Comité Projets et échanger avec la Direction de Subway® France pour consolider l'histoire que nous allions écrire ensemble. C'était très important pour moi »

Prévoyez-vous d'autres projets avec Subway® ?

« Ce serait pour moi une satisfaction personnelle. J'ai cette ambition ! Le modèle économique Subway® est basé sur la multi-franchise alors j'espère de tout cœur faire partie des franchisés qui possèdent plusieurs restaurants ».

Une formation complète



Formation Pratique
Découverte en restaurant
Maîtrise des opérations
Connaissance du système
de gestion

80h minimum



Université de Subway®
Procédures quotidiennes
en restaurant
Excellence de service
Management

10h de formation en ligne



Formation Théorique
Exploitation d'un restaurant
Gestion et rentabilité
Outils d'aide à la décision

50h de formation théorique
33h de formation pratique
en restaurant formateur

Un accompagnement au quotidien



Le siège de Subway® France dispose d'une équipe dédiée à l'accompagnement des franchisés pour le bon fonctionnement de leur activité au quotidien :

- le service coordination, contact privilégié des franchisés : pour le suivi de la construction des restaurants, le service client et toutes les démarches liées au fonctionnement de la franchise.
- le service marketing : pour toutes les questions liées à la promotion du point de vente (en local ou en national).
- le service des opérations : pour toutes les questions portant sur les procédures d'hygiène, des normes de sécurité alimentaire, et l'utilisation des équipements Subway®.



Les Agents de Développement et leurs équipes, répartis dans toute la France, sont en charge de l'expansion de leur territoire, du développement des ventes en restaurant et de la rentabilité des exploitations des franchisés.

Dans le cadre de leur fonction de développement du réseau, ils sont en charge du recrutement et de la formation des nouveaux franchisés.

Ils les accompagnent depuis le montage du dossier financier jusqu'à l'ouverture du restaurant.

Par la suite, leur mission consiste en priorité à étudier la rentabilité des restaurants en optimisant la marge, les process et tous les ratios impactant le résultat d'exploitation.



IPC Europe (Independent Purchasing Company Europe Limited) est une organisation à but non lucratif détenue par les franchises Subway® en Europe. Elle permet aux franchisés Subway® de tirer parti des rabais financiers et prestations préférentielles qu'offrent les volumes élevés d'achat et d'alimentation de produits.

Outre l'achat et l'alimentation des produits alimentaires sollicités et approuvés par Subway®, IPC Europe offre des solutions commerciales, d'emballage et d'équipement, ainsi que des prestations visant à aider les franchisés Subway® dans les domaines suivants : contrôle de qualité, gestion de l'assistance technique et de l'entretien, assurance, collectivités, services marchands, gestion des déchets, technologie et bien d'autres.

Nos engagements

Depuis 2008,
nous réduisons

45%

de la teneur
en sel
de nos produits
et ingrédients



Nos serviettes sont
fabriquées à

100%

à partir de matériel
recyclé et recyclable



Des pains cuits sur place



tout au long de la journée

Nos bols
à salades
et leurs
couvercles
sont
fabriqués à

95%

à partir de
bouteilles
recyclées



Des légumes découpés
tous les matins
en restaurant



Le (grain de) café
SUBWAY® est
100% certifié
Rainforest Alliance



Depuis 2009,
tous les produits
labellisés Subway® sont
exempts d'acide
gras saturés



Le 3 novembre 2017, à l'occasion de la Journée Mondiale du Sandwich (World Sandwich Day), Subway® France a été le premier acteur de la restauration rapide à s'être associé à la Fédération Française des Banques Alimentaires avec un dispositif inédit qui alliait don caritatif et opération spéciale.

Toute la journée, pour 1 SUB15® acheté en restaurant, 1 SUB15® était offert aux clients et Subway® reversait l'équivalent d'un repas aux Banques alimentaires (sous forme d'un don monétaire reversé à la suite de l'évènement).

Un système astucieux, qui a permis aux clients de faire une bonne action en se faisant plaisir. Une opération qui allie bon plan, partage et solidarité.

Dans plus de 60 pays, 40 000 restaurants Subway® ont proposé des offres similaires lors de cette journée pour contribuer à grande échelle à lutter contre la précarité.



Subway® France contribue au développement économique et commercial autour de chez elle par des actions menées en tant que membre associé de la Chambre de Commerce.



Summer Cleaning

Subway® organise un concours national annuel de nettoyage qui récompense les restaurants les plus propres de France. Un concours interne permettant d'engager les équipes et mettre un point d'honneur à la qualité de service et d'hygiène que l'enseigne souhaite proposer à ses clients.



En 2018, Subway® s'est illustrée comme l'une des meilleures enseignes pour sa qualité de service, en recevant pour la deuxième année consécutive, le Label Capital « Leader du Service » dans la Catégorie « Restauration Rapide ».

Devenir franchisé Subway® , c'est être...



COMMERÇANT

Accueillir les clients dans une ambiance **conviviale**, comprendre les concepts de **merchandising** et de **fidélité**, développer son **réseau local**.



GESTIONNAIRE

Gérer son restaurant de façon **opérationnelle** (approvisionnement, stock, comptabilité) mais aussi **financière** (mise en place de statistiques et analyses, rationalisation des coûts, rentabilité).



MANAGER

Constituer une **équipe à son image**, la **former**, l'**inspirer** et **s'impliquer** dans son **épanouissement**.

Les étapes



Les conditions d'accès au réseau

10 000€ HT	8% DU CA HT	4,5% DU CA HT	100 000€	330 000€ (hors droit au bail)
Droit d'entrée	Contribution aux frais de fonctionnement	Redevance Publicitaire	Apport personnel minimum	Investissement total*

*Il s'agit d'un montant estimé pour un investissement total en création d'un restaurant Subway® de 150 m².
Le coût final dépendra notamment de la configuration de l'emplacement choisi.

Les typologies idéales



Centre-ville
Emplacement n°1
exclusivement



Centre commercial
de premier choix



Retail Park
Shopping Promenade

150 m²

minimum
de plain pied



Drive

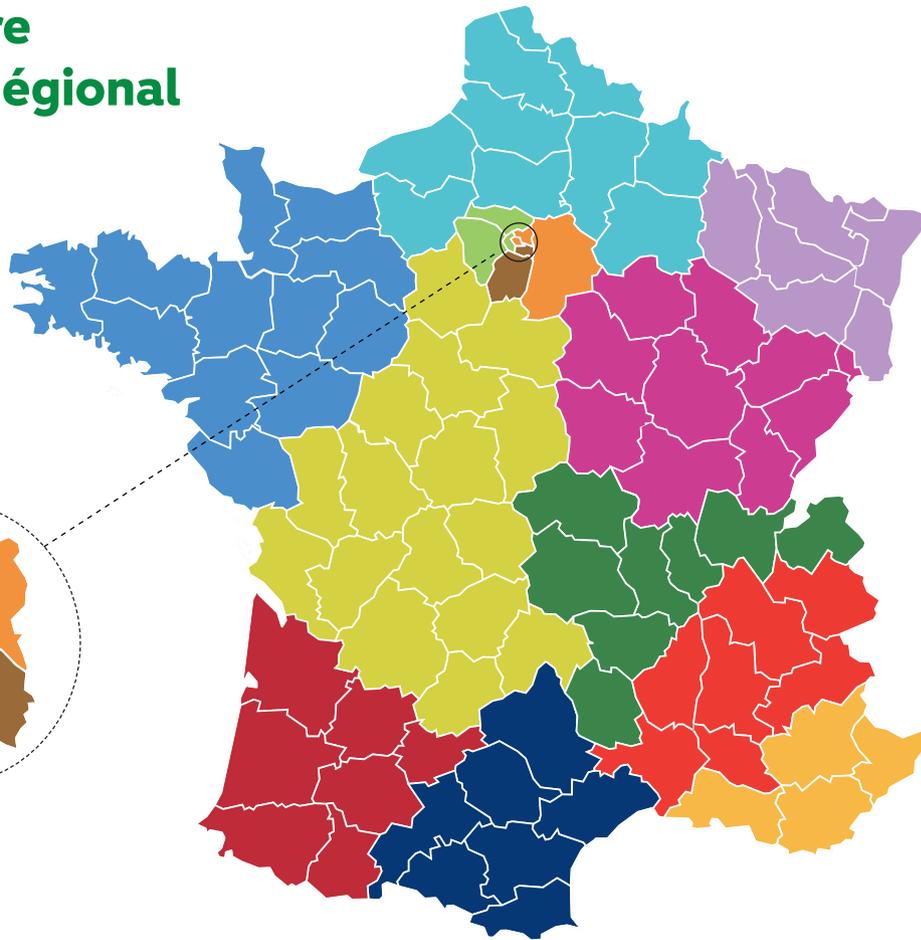


60 places assises
minimum
en intérieur



20-30 places assises
idéalement
en terrasse

Contactez votre Responsable Régional



Territoire Grand Nord (02-08-27-51-59-60-62-76-80)

Emmanuel Cossart - Tél. 03 21 79 09 35
contact@subwaynord.com

Territoire Ile de France Ouest (78-92-95)

Sébastien Lafitte - Tél: 06 20 06 37 44
lafitte_s@subway.com

Territoire Ile de France Sud (91-94)

Mariem Larifi - Tél: 06 77 70 55 02
larifi_m@subway.com

Territoire Paris & Ile de France Est (75-77-93)

David Ahnine - Tél. 01 55 43 02 20
ahnine_d@subway.com

Territoire Alsace & Lorraine (54-55-57-67-68-88)

Maxime Walter - Tél. 06 32 97 24 13
walter_m@subway.com

Territoire Grand Ouest

(14-22-29-35-44-49-50-53-56-61-72-85)

Patrick Rety - Tél. 09 72 33 85 40
rety_p@subway.com

Territoire Bourgogne & Franche-Comté (10-21-25-39-52-58-70-71-89-90)

Eric Mohand - Tél. 04 37 57 47 46
mohand_e@subway.com

Territoire Centre Ouest (15-16-17-18-19- 23-24-28-36-37-41-45-46-79-86-87)

Guillaume Rosenberg - Tél. 06 35 28 06 29
rosenberg_g@subway.com

Territoire Aquitaine & Midi-Pyrénées Ouest (32-33-40-47-64-65-82)

Pierre Pico & Stéphane Chanfreau
Tél. 06 79 67 26 14 | 06 80 61 98 42
pico_p@subway.com / chanfreau_s@subway.com

Territoire Rhône

(01-03-42-43-48-63-69-74)

Emmanuel Carzon - Tél. 04 37 57 47 46
recrutement.franchise@subdev.fr

Territoire Alpes & Languedoc-Roussillon (05-07-26-30-38-73-84)

Jean-Pierre et Frédérique Bousquet
Tél. 04 37 57 47 46
recrutement.subcompagnie@subdev.fr

Territoire Midi-Pyrénées Est (09-11-12-31-34-66-81)

Benoit Boudène - Tél. 06 71 37 48 04
boudene_b@subway.com

Territoire PACA & Monaco (04-06-13-83)

Jean-Michel et Christine Ahnine
Tél. 06 42 29 32 13 | 04 93 68 91 17
subdvppaca@gmail.com



www.subway.com