



McDonald's Suisse ressent les effets du tourisme d'achats

La plus grande chaîne de restaurants avec 275 000 hôtes par jour

Crissier, le 22 mars 2016 – **Depuis plus de quatre ans, le marché local de la gastronomie affiche des chiffres négatifs. En 2015, McDonald's a également ressenti les effets du franc fort. Pour la première fois depuis 2003, l'entreprise de restauration a vu sa croissance stagner et ceci en particulier dans les régions frontalières. En 2015, McDonald's Suisse a réalisé un chiffre d'affaires de 702 millions de francs, en recul de 33 millions. Tout comme l'année précédente, l'entreprise détient plus de 3% de parts du marché de la gastronomie sur un marché global en recul.**

«L'abandon du cours plancher et le tourisme d'achats accru qui en découle ont eu une incidence importante sur l'économie suisse et sur notre entreprise également. Nos quelque 30 restaurants situés à proximité des frontières ont constaté clairement une baisse de fréquentation. En revanche, les restaurants McDonald's hors de nos frontières en Allemagne, Autriche, France et Italie ont, quant à eux, gagné de nouveaux hôtes – des consommateurs suisses», explique Harold Hunziker, Managing Director chez McDonald's Suisse. «En 2015, le rayon du touriste de consommation s'est encore étendu.» De novembre 2015 à janvier 2016, McDonald's a inauguré trois nouveaux sites, au PostParc de Berne, à la Löwenstrasse de Zurich et à Morat. Ces restaurants, ainsi que les deux ou trois ouvertures prévues en 2016, ne contribueront à la nouvelle croissance que cette année.

Attirer de nouveaux hôtes grâce au Pulled Pork Burger

«Nos hôtes continuent à apprécier le Big Mac, le produit qui génère le plus grand chiffre d'affaires, et le Cheeseburger, le burger le plus vendu», précise Thomas Truttmann, VP Marketing, Communications, Public Affairs & Supply Chain de McDonald's Suisse. «Grâce à nos nouvelles créations de la Signature Line, nous parvenons à attirer de nouveaux groupes cibles.» En mai prochain, sous la devise «Le Slow Food servi rapidement», McDonald's lancera sur le marché suisse un Pulled Pork Burger. «Nous

avons déjà testé ce burger à Zurich et à Genève d'octobre à décembre 2015. Cette variante de viande d'épaule de porc suisse qui a mijoté pendant quatre heures avant d'être finement effilochée a été très bien accueillie. Durant cette phase de test, nous avons vendu environ 75 000 Pulled Pork Burgers uniquement à Genève et Zurich», poursuit Thomas Truttmann. Il s'agit là d'une première mondiale «Made in Switzerland» dans le système McDonald's.

La plus grande chaîne de café de Suisse

Depuis 2003, McDonald's Suisse propose dans tous les restaurants des cafés issus de grains fraîchement torréfiés et moulus, produits de manière durable. En 2008, l'entreprise de restauration a inauguré à Vevey son premier McCafé, un espace café intégré au restaurant offrant une gamme complète de spécialités à base de café et de pâtisseries. Forte de plus de 72 McCafé, McDonald's est aujourd'hui la plus grande chaîne de café de Suisse. «Dès demain, nous irons encore plus loin en proposant une multitude de produits McCafé dans nos 163 restaurants. Ainsi, grâce à McCafé, nos hôtes dégusteront d'excellents cafés à un prix attractif dans toute la Suisse», annonce Harold Hunziker.

Les nouveaux habitués du matin

McDonald's propose aujourd'hui des menus chauds pour le petit-déjeuner dans quelque 50 restaurants – et cette offre a du succès. En comparaison avec l'année précédente, McDonald's Suisse a pu accueillir un demi-million d'hôtes supplémentaires entre 6 et 11 heures.

Des tests pour augmenter le service et la personnalisation

Pour assurer un service encore plus rapide – notamment aux heures de pointe – McDonald's a installé des bornes de commande dans 113 restaurants. A l'heure actuelle, une commande sur dix a lieu via une borne de commande. «Un autre test a également été mené dans 15 de nos restaurants: le service à table», fait savoir Harold Hunziker. «Ce test démontre que le temps pour être servi à table est à peu près égal à celui nécessaire pour commander au comptoir et emporter le menu à table. Même si les hôtes ont l'impression

55 que le service à table est plus rapide.» Dans les 15 restaurants concernés, environ la moitié
des hôtes choisissent de se faire servir à table.

Vous obtiendrez plus d'informations auprès de:

McDonald's Suisse

Aglaë Strachwitz, Communications & Public Affairs Manager

Tél: 021 631 12 40, e-mail: aglae.strachwitz@ch.mcd.com

60 www.mcdonalds.ch/mediakit, Twitter: @McDSuisse