

PRESSE · 01/03/1996

Franchise Magazine

TYPE

DATE

Article de presse

01/03/1996

FICHE DE SYNTHÈSE

Article de presse « Ça se passe comme ça... » — Franchise Magazine · mars 1996

Aperçu : article de presse signé Philippe Malterre, publié dans Franchise Magazine (mars 1996), consacré au développement de McDonald's en France et à son modèle de franchise.

L'essentiel

L'article présente McDonald's comme une enseigne dont les prévisions de développement restent en deçà des résultats réels. Il indique, pour l'exercice écoulé :

- 78 nouveaux restaurants ouverts en France, dont 32 en franchise, et 3 900 emplois créés ;
- 431 points de vente au total, dont une partie en filiales, et 202 franchisés ;
- un chiffre d'affaires réseau de 6,7 milliards de francs en 1995, en hausse d'environ 17 % ;
- une surface moyenne d'environ 350 m² par point de vente et un chiffre d'affaires moyen de l'ordre de 14 MF par unité.

Il souligne la stabilité des prix depuis trois ans malgré la hausse de la TVA, l'enrichissement de la carte, la multiplication des partenariats et l'ambition de s'implanter dans les villes moyennes et les centres-villes. Il annonce que Denis Hennequin prend la présidence du syndicat de la restauration rapide (SNARR) et rapporte, malgré un contrat de franchise décrit comme « draconien » d'une durée de vingt ans où le franchisé n'est propriétaire ni des murs ni du fonds, une forte affluence de candidats.

Portée

Élément de contexte : ce document de presse, contemporain du litige, éclaire le modèle économique et les conditions contractuelles de la franchise McDonald's que Bernard Collorafi conteste dans son procès.

Fiche établie automatiquement à partir de la transcription du document.

Source : bernardcollorafi.org/pièces/franchise_magazine_01_03_1996/ — Dossier documentaire du procès Bernard Collorafi c/ McDonald's France (Antibes, 1987–2002). Le scan original fait foi.