



50, avenue du Président Wilson  
 Parc des Portes de Paris  
 Bâtiment 123  
 93214 La Plaine-Saint-Denis Cedex  
 T. 01 49 51 64 64  
[www.burgerking.fr](http://www.burgerking.fr)

2013 Rachat de la master franchise par Groupe Bertrand  
 2015 Rachat du réseau Quick : 400 établissements pour un chiffre  
 D'affaires de près d'un milliard d'euros permet de revoir à la hausse  
 les ambitions de croissance de l'entreprise , grâce à la transformation progressive du réseau Quick (70 à 90 restaurants transformés chaque année) d'une part et  
 à la construction de nouveaux restaurants (30 à 40 par an), d'autre part.

D'ici 2020, environ 600 établissements devraient être ainsi ouverts partout en France. + 30 000 collaborateurs sous enseigne.

|  |                      |
|--|----------------------|
| <b>Président du Directoire&amp;Directeur général</b> | <b>Jérôme Tafani</b> |
| <b>Directeur Marketing</b>                           | Alexandre Simon      |
| <b>Responsable Marketing Digital et Media</b>        | Alexandra Laviolette |
| <b>Directeur Achats</b>                              | François Tissandier  |
| <b>Responsable Qualité</b>                           | Nicaise Delette      |

**La carte :**

- Gamme de hamburgers à base de viande 100% pur bœuf/100% pur muscle cuits à la flamme, à la demande
- Offres variées de nuggets et autres accompagnements

**CA 2020 : 1050 Millions d'€ (- 22,5 %)**

**486 restaurants (+23)**

20 000 collaborateurs en France  
**Ticket moyen 15,90 TTC (+3.9%)**  
 208 millions de repas servis par an (avant la crise COVID)

Segment :

- restauration rapide hamburger
  - hamburger/poulet

### Les achats

Une équipe de 8 collaborateurs (acheteurs, coordinatrices)

Gestion d'un périmètre achats de 400 M€ (boeuf, poulet, porc, pain, sauces, produits laitiers, huile, emballages, boissons, salades, fruits, petit matériel, CO2)

Mise en place de cahiers des charges spécifiques sur filière boeuf, poulet, poisson, huile, pomme de terre, salades, tomates; oignons

Les critères de référencement reposent sur :

- les prix, la qualité, la capacité de production, la capacité à répondre aux cahiers des charges, la réactivité des fournisseurs et le respect des législations en vigueur
- la capacité d'investissement, la capacité d'innovation, la surface financière, la sécurité d'approvisionnement et la structure des fournisseurs
- Garant de la performance des conditions d'achats, de l'anticipation des évolutions des prix et de la sécurisation des flux marchandises.
- Pilotage de l'innovation produits
- Responsable de la bonne exécution du plan marketing
- Leadership au sein de l'entreprise sur projets liés à la réputation de la marque (achats responsables, plan zero plastique, logistique propre)

### **Objectif Made in France**

- Travailler avec des partenaires essentiellement implantés en France, et de s'appuyer sur l'agriculture et les industriels de l'agroalimentaire français, chaque fois que cela est possible.
- À terme, un sourcing 100 % origine France pour certaines références clés, comme le pain. L'accroissement de la part des approvisionnements français sera également source de création d'emplois indirects, car il implique, compte tenu de la spécificité des cahiers des charges et des volumes nécessaires à BURGER KING des usines dédiées

**La Sécurité alimentaire** est une priorité, un enjeu majeur et une responsabilité partagée avec les fournisseurs et les équipes.

Sélection des fournisseurs pour la qualité de leurs produits, mais également pour leur capacité à respecter la traçabilité des denrées, les normes sanitaires et les exigences techniques. Les plateformes de distribution, maillons essentiels de la chaîne alimentaire, sont auditées annuellement. Un plan de contrôle des matières premières est confié à un laboratoire externe agréé pour s'assurer du bon respect de tous les critères de sécurité alimentaire-

100 % des collaborateurs en restaurant ont suivi une formation à la sécurité alimentaire et suivent à minima tous les ans une formation de rappel