



ÉDITO

Myriam Darmoni
 Rédactrice en chef

Quand janvier va, tout va !

Janvier 2025 est une date importante : la planète foodservice a rendez-vous à Lyon pour le Sirha, une édition qui s'annonce exceptionnelle, tant par sa surface (140 000 m²), le nombre d'exposants (4 000), de concours, de conférences et de networking. Et si le Sirha Lyon demeure incontournable, c'est bien que la RHD est une force de soft power de la France indiscutable. C'est ce que rappelait Didier Boudy, président de Mademoiselle Desserts lors des vœux de la FEB (dont il est président) au ministère de l'Agriculture : « Avec un chiffre d'affaires global de 9 Md€ dont 3 à l'export, nos croissants sont un moyen évident de faire rayonner la France à l'étranger. » Cette dernière est d'ailleurs le 2^e marché de la restauration rapide au monde juste derrière les États-Unis. Le cabinet Xerfi dévoilait dernièrement que le chiffre d'affaires du secteur était en hausse de 36 Md€ par rapport à 2019. Et la marge de progression reste immense : Xerfi comptabilise chaque année près de 370 millions de repas du midi qui sont sautés par les Français... autant de déjeuners à capter par les entreprises qui sauront se différencier. Et dans le paysage hyperconcurrentiel, celle qui sort particulièrement son épingle du jeu, c'est bien Burger King. Elle vient d'être sacrée enseigne la plus attractive de France en 2024 par Ipsos pour Bonial, avec un indice de 23,2 %. Les Français l'apprécient pour son rapport qualité-prix, la pertinence de son offre ou bien l'expérience achat en magasin. Pas pour rien que nous avons demandé à Alexandre Simon, son directeur général, de présider les premiers Ze Awards du Snacking, organisés par Zepros, qui se tiendront le 23 juin 2025. L'homme nous a accordé une interview dans laquelle il revient sur les spécificités de Burger King et ses attentes en tant que président du jury. Une interview à retrouver p. 6. Alors si vous aussi vous voulez faire partie de cette vibe de bonnes ondes, embarquez avec nous à bord de la fusée Zepros! ●



LA PHRASE DU MOIS

« Nous sommes fiers d'être reconnus comme la 2^e enseigne la plus attractive dans le secteur de l'alimentaire spécialisé avec un indice remarquable de 20,6. Marie Blachère poursuit son développement, notamment aux États-Unis et au Canada. »

Jean-Marc Conrad, directeur pôle franchise, développement international et travel retail chez Groupe Blachère.