



Dossier de presse

Avril 2013



Louis Le Duff
Fondateur et Président du Groupe Le Duff

Fondé en 1976 par Louis Le Duff, le Groupe Le Duff est aujourd'hui le 2^{ème} acteur mondial du *Café Bakery* et le 1^{er} indépendant du secteur.

En 2013, le chiffre d'affaires du groupe a franchi la barre symbolique de 1,5 milliard d'euros à la suite de deux nouvelles acquisitions en Amérique du Nord : les enseignes *Timothy's Coffee* et *Mimi's Café*.

Le groupe se compose d'enseignes complémentaires : les restaurants et boulangeries *Brioche Dorée*, *Del Arte*, *Fournil de Pierre*, *La Madeleine*, *Bruegger's*, *Timothy's Coffee* et *Mimi's Café* ; une activité de production de pâtes (à pain, à pizza, à viennoiserie...) avec *Bridor* et de plats cuisinés avec *La Ferme des Loges*.

Ces enseignes sont toutes orientées *tradition et nutrition*. « **Le plaisir et la santé sont dans l'assiette** ». C'est ce positionnement défendu depuis toujours avec force par Louis Le Duff qui caractérise les produits du groupe. Toutes les recettes sont conçues et mises au point en France, par des maîtres boulangers, professionnels hautement qualifiés de la boulangerie pâtisserie et de la restauration. Elles sont élaborées pendant plusieurs années en collaboration avec des chefs Meilleurs Ouvriers de France (MOF) et des nutritionnistes. Attentif à la santé et au bien-être de ses clients, le Groupe, précurseur dans le domaine, a mis en place une politique de contrôle et d'analyse des processus de fabrication, de la matière première au consommateur final.

Le Groupe Le Duff compte 72% de restaurants et boulangeries en succursale et 28% en franchise et *joint ventures*.

Le groupe exporte le savoir vivre à la française sur 4 continents et dans plus de 60 pays. Il s'implante chaque année sur de nouveaux territoires.

Le plaisir et la santé dans l'assiette

Le renforcement de la présence du groupe en Amérique du Nord

Deux acquisitions importantes en 2012-2013

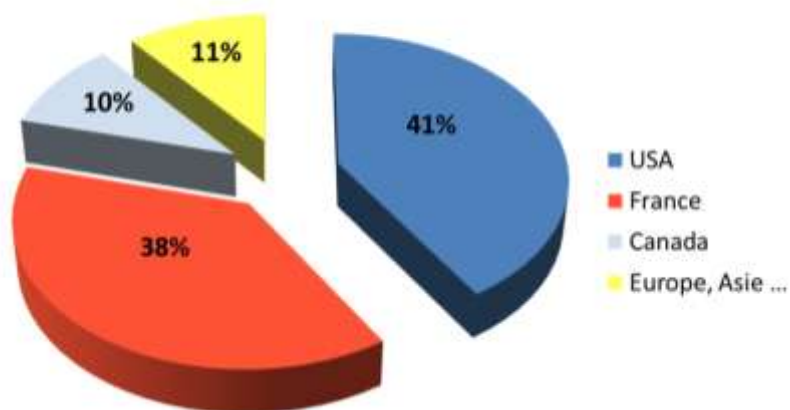


En 2012, le Groupe Le Duff a repris 100% du capital de la chaîne de coffee bakeries **Timothy's Coffee**. Cette enseigne compte 110 établissements au Canada. Cette chaîne de restaurants est basée sur le principe des salons de thé-café accompagnés de pâtisseries et d'une restauration de qualité. Ce concept haut de gamme sera « francisé » pour son développement en Europe.



En janvier 2013, le Groupe Le Duff annonçait la reprise de l'enseigne **Mimi's Café**. Fondée en 1978 en Californie par Arthur J. Simms, un américain tombé amoureux de la France et de sa tradition gastronomique, l'enseigne compte 145 établissements en succursale implantés dans 24 États.

Répartition CA Groupe



Ces deux acquisitions s'inscrivent dans la continuité de la stratégie *coast to coast* du groupe en Amérique du Nord, entamée en 2010 avec le rachat de l'enseigne Bruegger's. Le Groupe Le Duff est ainsi devenu numéro 2 sur le continent nord-américain dans le segment café Bakery avec plus d'un milliard de dollars de chiffre d'affaires.

Le Groupe réalise désormais plus de 50% de son chiffre d'affaires en Amérique du Nord alors que la croissance repart Outre-Atlantique.

5 enseignes majeures sur le continent nord américain



Le Groupe Le Duff est désormais présent d'Est en Ouest, en Amérique du Nord grâce à 5 enseignes majeures : Brioche Dorée, La Madeleine, Bruegger's, Timothy's Coffee et Mimi's Café



140 établissements au Canada



531 établissements aux États-Unis

L'expansion internationale s'amplifie

15 ouvertures supplémentaires hors de France en 2012

La croissance organique du groupe se poursuit avec, en 2012, l'ouverture de 13 établissements Brioche Dorée et 2 Del Arte à l'étranger. Le groupe a notamment renforcé sa présence au **Moyen-Orient**. Il prévoit d'ailleurs d'y ouvrir 16 nouveaux établissements en 2013 : Dubai, Abu Dhabi, Doha, Arabie Saoudite, Égypte, Liban et Maroc.



Restaurant Brioche Dorée à
Abou Dhabi

L'Asie : nouvelle zone de développement du groupe

En 2012 le Groupe Le Duff est parti à la conquête de la **Chine** où il a ouvert 3 établissements Brioche Dorée à Shanghai et Pékin. Le groupe ambitionne de disposer d'une cinquantaine d'établissements à l'enseigne Brioche Dorée en Chine dans les 4 ans qui viennent.

Le groupe a par ailleurs signé un contrat d'ouverture de 80 établissements Brioche Dorée sur 10 ans en **Corée du Sud**. Les 3 premiers ouvriront à Séoul en 2013.



Restaurant Brioche Dorée à Shanghai en Chine

Le développement du groupe se poursuit aussi en Europe

En 2012, le groupe a également ouvert son premier établissement Brioche Dorée en **Géorgie** alors qu'en 2011 il s'implantait en **Irlande** avec Del Arte et au **Danemark** avec Brioche Dorée.

Le groupe innove avec le lancement de *Bruegger's Bagels & Coffee* en France

3 ans après le rachat de l'enseigne américaine Bruegger's, le Groupe Le Duff va développer en France le concept New Yorkais de *Bruegger's Bagels & Coffee* ; le premier établissement ouvrira prochainement à Rennes puis à Paris.

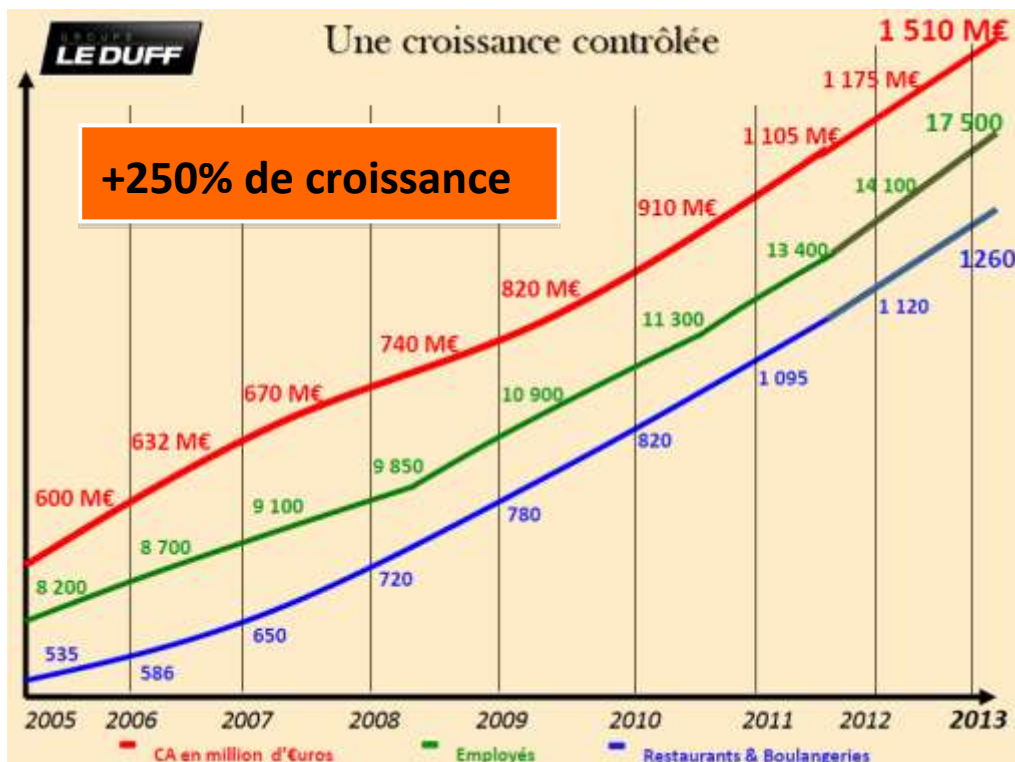
L'identité visuelle de l'enseigne et les menus proposés ont été adaptés pour répondre aux attentes des consommateurs français.



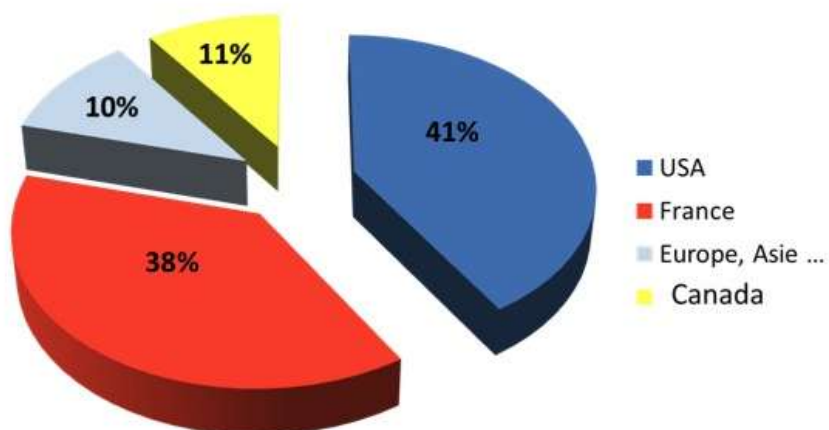
Plan de la version française des restaurants Bruegger's



Une croissance régulière et contrôlée



Répartition CA Groupe



- 1,51 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2013
- + 250% de croissance en 8 ans
- Une croissance qui double tous les 5 ans depuis 25 ans
- 1 260 restaurants et boutiques
- 5 usines de production Bridor
- 17 500 collaborateurs

La France reste un marché stratégique

Le Groupe continue d'ouvrir de nouveaux restaurants en France

- En 2012 : 35 ouvertures
 - 20 Brioche Dorée (7 en succursale et 13 en franchise)
 - 15 Del Arte (2 en succursale et 13 en franchise)
- 6 000 employés dont 500 créations nettes d'emplois en 2011 et 2012

- En 2013 : 46 établissements devraient ouvrir en France
 - Brioche Dorée : 9 en succursale et 16 en franchise
 - Del Arte : 3 en succursale et 18 en franchise

La France est largement en tête des investissements du groupe

365 millions d'euros investis en 3 ans dans le monde entier (France, Europe, Amérique du Nord et Afrique) dont 60% en France et 40% à l'étranger

Le groupe développe sa production industrielle hexagonale

- Rachat de Berthon à Valence en 2011 devenu Bridor Pâtisserie, spécialisé dans les mignardises (macarons)
- Construction d'une usine Bridor à Laval (création de 150 nouveaux emplois à partir de 2014)
- Acquisition d'un site industriel basé à Agen en 2011 pour la fabrication et la distribution de légumes et plats cuisinés

Le groupe recrute en France et partout dans le monde

Les atouts du groupe dans un contexte difficile

Le groupe est désormais bien implanté en Amérique du Nord où la consommation repart à la hausse. Les nouvelles implantations du groupe en Asie, dont le développement est très rapide, permettent également de faire face à la crise.

Enfin, alors qu'en France le pouvoir d'achat des Français baissait pour la 1^{ère} fois en 2012 et que le chiffre d'affaires de la restauration reculait de près de 6% en 1 an, celui du secteur de la restauration rapide ne baissait que de 2,5%.

Le Groupe Le Duff prévoit près de 1000 recrutements en 2013 en France

L'ouverture de nouveaux établissements et le développement de restaurants existants va permettre de recruter en 2013 environ 1000 personnes, notamment des cadres et des franchisés :

- Brioche Dorée va recruter 400 employés (vendeurs – préparateurs) et ouvrir 40 postes d'encadrement dont des directeurs de restaurants
- Pour Del Arte 400 emplois devraient être créés
- Bridor et Bridor Pâtisserie vont créer 70 postes en 2013 et plus de 150 recrutements seront réalisés pour l'usine de Laval en cours de construction à partir de 2014 avec 500 emplois à terme

Une politique de ressources humaines qui met l'accent sur l'évolution des collaborateurs

- Grande fidélité des personnels : 94% de collaborateurs en CDI
- L'enseigne permet à ses collaborateurs d'évoluer au sein du groupe : 70% de l'encadrement actuel est issu de la promotion interne

L'histoire du Groupe Le Duff

Lancement d'un concept novateur

1^{ère} enseigne du groupe, Brioche Dorée a vu le jour en 1976. Son concept de restauration rapide de tradition française a germé dans l'esprit de Louis Le Duff dans les années 1970 lors de ses années d'études aux États-Unis. L'ouverture de son premier restaurant « *qui regroupe sous un même toit le pain du boulanger, le beurre du crémier, le jambon du charcutier et la salade du marchand de fruits et légumes* » a lieu à Brest en 1976. L'année suivante un nouveau restaurant est inauguré à Nantes, puis à Rennes, Lille... En quelques années les restaurants Brioche Dorée apparaissent dans toute la France.

En 1986 s'ouvre la 1^{ère} enseigne à l'étranger, à Montréal. L'expansion internationale se poursuit depuis dans plus de 60 pays.

Diversification des activités du groupe

En 1983 le groupe diversifie ses activités avec la création de la chaîne Pizzeria Lucio qui fusionne avec Del Arte lors de son rachat au Groupe Accor en 1996.

Le Groupe Le Duff poursuit sa stratégie de diversification avec l'acquisition du Fournil de Pierre en 1989. Pour rationaliser et continuer à garantir la qualité et le savoir faire du groupe, Louis Le Duff crée en 1988 Bridor, l'outil de production de pains, viennoiseries et pâtisseries du groupe. Cette unité de production dessert non seulement les enseignes du groupe mais aussi l'hôtellerie, la restauration et les artisans haut de gamme dans le monde.

En 2010, à la suite de ces acquisitions, Louis Le Duff décide de créer sa 1^{ère} enseigne de plats préparés positionnée sur le marché bio et naturel : la Ferme des Loges.

Développement des activités en Amérique du Nord et à travers le monde

Dans les années 2000, le Groupe Le Duff passe à la vitesse supérieure.

En 2002, il commence à consolider son positionnement aux États-Unis en rachetant la chaîne de restauration à la française La Madeleine présente dans le Sud et l'Est du pays. En 2011 il fait l'acquisition du géant américain, Bruegger's, présent dans 26 États américains. En 2012 le groupe se porte acquéreur de Timothy's Coffee, puis en 2013 de Mimi's Café.

Une stratégie de croissance gagnante

Le pari réussi de la franchise

Au delà de la qualité de ses produits et de son service, le succès du Groupe Le Duff repose également sur le choix de son modèle économique. S'inspirant des États-Unis, le secret de Louis Le Duff a été de jouer la complémentarité de succursales et de franchises à une époque où la France était encore très frileuse dans le domaine.

En 1974, alors que Brioche Dorée en est encore au stade de projet, Louis Le Duff s'attèle à un doctorat dont le sujet est la *franchise*. En raison de la croissance de son entreprise, il est contraint de mettre sa thèse entre parenthèse.

Il mettra en œuvre ses convictions quelques années plus tard en alliant un développement en succursales à une politique de franchise.

Le groupe a en effet, dans un 1^{er} temps, axé son développement sur des ouvertures en succursale. Ce n'est qu'après avoir fait la preuve de son succès, notamment grâce à une rentabilité importante lui permettant de conserver son autonomie et de poursuivre son développement, que Louis Le Duff a ouvert son réseau à la franchise. Aujourd'hui 60% des restaurants du groupe sont des succursales et 40% des franchises et *joint ventures*. Le groupe poursuit son développement en maintenant cet équilibre.

En 2004, 30 ans après l'avoir initiée, Louis Le Duff soutient avec succès sa thèse de doctorat sur « *les effets de levier de la franchise, outil de succès pour le franchiseur et le franchisé* ». De façon à rendre accessible à chacun son expérience, il écrit un livre sur ce thème : *Créez votre entreprise. Réussir... en toute franchise*, qu'il publie aux éditions GLD, puis un second ouvrage coécrit avec Hervé Novelli sur la création d'entreprise : *Entreprendre et réussir*.

Une croissance organique dynamique

Dès sa création, le Groupe Le Duff a fait de la localisation de ses restaurants un levier de croissance de première importance. Cette stratégie lui a permis de s'implanter année après année partout en France et dans le monde.

Lorsqu'en 1976 Louis Le Duff crée son 1^{er} restaurant Brioche Dorée, il prend le parti d'implanter son enseigne en centre-ville pour être au plus près des consommateurs. Ce nouveau concept est un succès, les centres-villes deviennent les lieux d'implantation de prédilection des restaurants Brioche Dorée.

Poursuivant cette stratégie de proximité, le groupe s'installe peu à peu également dans les centres commerciaux.

Avec l'acquisition des autres enseignes du groupe, notamment des "ristorante" Del Arte, le groupe se développe le long des axes à grande circulation et en périphérie des grandes villes. Il s'implante désormais dans les universités, les gares, les aéroports, les restaurants d'entreprise et les réseaux routiers...

Une croissance externe ambitieuse

Pour accélérer son développement, consolider son secteur d'activité, gagner du temps et mutualiser ses coûts de fonctionnement, le groupe a recours également à la croissance externe.

L'acquisition de nouvelles enseignes a toujours été guidée par la volonté de rester sur le cœur de métier et de porter les valeurs du groupe. Les enseignes acquises respectent le positionnement santé, nutrition et tradition du Groupe Le Duff.

Ces acquisitions se sont également effectuées avec pragmatisme. Ainsi, lorsqu'en 1996 le Groupe Le Duff rachète Pizza Del Arte au Groupe Accor, Louis Le Duff fait le choix de conserver le nom de l'enseigne à la notoriété bien établie. Il a ainsi renommé en Del Arte les restaurants Pizzeria Lucio qu'il avait créés en 1983. En 2010 la chaîne de restaurants a rajeuni son image, s'est dotée d'un logo plus moderne et a pris le nom Ristorante Del Arte, plus cohérent avec la variété de sa carte.

La croissance externe du Groupe s'illustre également par le rachat d'enseignes de restauration à la française à l'international, bien implantées sur leur territoire et adaptées aux consommateurs locaux. Ainsi, en 2002, le groupe, déjà très présent en Amérique du Nord, fait l'acquisition de la chaîne de restaurants La Madeleine, leader au Texas de la restauration de tradition française.

2011 marque un tournant dans la croissance externe du groupe avec l'acquisition de la chaîne américaine de Café Bakery, Bruegger's. En 2012, les acquisitions de Timothy's Coffee et Mimi's Café confirment l'implantation du groupe en Amérique du Nord, *coast to coast*.

Les enseignes du Groupe Le Duff



Première chaîne de restauration rapide à la française, Brioche Dorée allie à une large gamme, la qualité et la saveur de ses produits (boulangeries, pâtisseries, viennoiseries, sandwiches, plats cuisinés, salades, etc.). Idéalement située dans les centres-villes, les centres commerciaux, les gares, les aéroports, les restaurants d'entreprise ou encore les réseaux routiers, l'enseigne mise sur le savoir-faire de la tradition boulangère française.



Les « Ristorante Del Arte » proposent pizzas, pastas et autres plats traditionnels italiens dans un cadre inspiré des villas toscanes et marqué désormais du sceau de la modernité architecturale de la péninsule. Le dernier né de la chaîne à Rennes est symbolique de cette évolution.

Proche des lieux de vie et de travail de leurs clients, les établissements Ristorante Del Arte sont aussi implantés le long des axes de grande circulation, en périphérie des villes.

En 2012 Ristorante Del Arte poursuit son implantation internationale avec l'ouverture de nouveaux restaurants au Moyen Orient.



Artisan dans le produit et industriel dans la gestion, Bridor est la référence sur le marché de la viennoiserie fine et de la boulangerie surgelée. Unité de production des restaurants du Groupe Le Duff, Bridor fabrique pains, viennoiseries et brioches servis dans les restaurants du groupe. L'enseigne réalise aujourd'hui la plus grande partie de son chiffre d'affaires sur les quatre continents, dans plus de 60 pays, auprès d'établissements prestigieux de l'hôtellerie et de la restauration traditionnelle.

la Madeleine®

COUNTRY FRENCH CAFÉ

Numéro 1 du *French Casual restaurant* aux États-Unis, La Madeleine compte 60 cafés-restaurants dans le Sud et l'Est du pays. Idéalement installés en centre ville et dans les centres commerciaux, La Madeleine propose des plats chauds, sandwiches, plats traditionnels français, etc. dans un cadre convivial à la "French touch" revendiquée.



Fondée en 1983, Bruegger's compte plus de 300 « *Café Bakery* » de quartier répartis dans 26 États, ainsi que dans le District de Columbia et au Canada.

Bruegger's propose toute une gamme de produits pour le petit déjeuner et le déjeuner, dont des sandwiches et bagels, spécialités de l'enseigne. Des soupes, salades et bien sûr des boissons chaudes sont également « au menu ».



Timothy's Coffee est une enseigne de Coffee Bakery implantée au Canada. Elle compte 110 établissements. Cette chaîne de restaurants est basée sur le principe des salons de thé-café accompagnés de pâtisseries et d'une restauration de qualité.



Arthur J. Simms, un américain tombé amoureux de la France et de sa tradition gastronomique, créa en 1978, Mimi's café suivant un concept de restaurants d'inspiration française, alliant la saveur traditionnelle des plats et l'ambiance conviviale des cafés-restaurants traditionnels. L'enseigne compte 145 établissements en succursale implantés dans 24 États.



La Ferme des Loges réalise des plats cuisinés, entrées et desserts élaborés avec l'aide de grands chefs et des Meilleurs Ouvriers de France à partir de produits de très grande qualité, traditionnels, issus du terroir, sans additif ni colorant. Ces recettes allient le plaisir à l'exigence de santé du consommateur. Une large variété des produits « BIO » utilisés est issue de l'agriculture biologique, certifiée AB et complétée par une gamme « Nature » provenant de l'agriculture raisonnée. Ces recettes sont proposées aux restaurateurs et hôtels de grandes chaînes d'indépendants.

Le plaisir et la santé dans l'assiette

***« Encore plus de talent, plus que de l'intelligence,
et même plus que du génie, l'excellence naît de
l'effort et du travail en équipe »***

Contacts presse :

Groupe Le Duff

Caroline Fressonnet

Chargée de communication

cfressonnet@groupeleduff.com

+33 1 53 912 921

+33 6 22 33 00 77

Agence Yannick Le Bourdonnec Conseil

Sylvie Conan Charvin

Directrice associée

s.conan.charvin@ylbconseil.fr

+33 1 44 82 85 92

+33 6 19 92 54 78