

Le succès du «drive» prive les centres-villes de McDonald's

[Isabelle de Foucaud](#) Journaliste Chef de service adjointe au Figaro.fr/

Économie Twitter : [@idefoucaud](#)

22/08/2012 à 08:34



A ce jour, McDonald's France compte 350 établissements en centre-ville et centres commerciaux, et 950 McDrive.

Crédit Photo : BERTRAND LANGLOIS/AFP

De Lyon à Montpellier, en passant par Béziers ou Narbonne, les restaurants [McDonald's](#) s'exilent des [centres-villes](#). Fin juin, c'était au tour du fast-food de Carcassonne de baisser le rideau, vingt ans après son inauguration.

«Depuis deux ou trois ans, le 'McDo' du centre subissait une érosion de sa fréquentation de l'ordre de 10 à 15 % par an», expliquait Alain Grand, le directeur de l'établissement, à la tête de quatre franchises dans l'Aude, à

[Midi Libre](#)

.

Selon lui, les habitudes de consommation ont changé ces dernières années. Le

succès du «drive», en particulier, force la chaîne à revoir sa stratégie d'implantation de ses restaurants. «La majeure partie de nos clients en est adepte», témoigne le franchisé, pour qui ce modèle a l'avantage d'être moins coûteux, notamment en loyers ou travaux de mise aux normes. Ces deux dernières années, il a ainsi investi 1,5 million d'euros dans son adresse de l'hyper-centre, contre une enveloppe globale de 700.000 euros pour deux établissements situés en périphérie de [Carcassonne](#). Le modèle serait aussi plus rentable: le plateau moyen commandé dans un McDrive est parfois deux fois plus cher que celui consommé dans un [restaurant](#) classique, ce qui compense une plus faible fréquentation.

A ce jour, McDonald's France compte 350 établissements en centre-ville et centres commerciaux, et 950 McDrive qui proposent une restauration sur place. Un réseau qui a servi 1,8 million de repas par jour en moyenne en 2011, selon l'enseigne, qui garde secrète la part des commandes prises au [«drive»](#). D'après les estimations d'Armand Chaigne, manager au cabinet Eurogroup Consulting, le poids du «drive» dans le chiffre d'affaires total de McDonald's France (4,2 milliards d'euros en 2011) graviterait autour de 35%, grâce au niveau élevé du ticket moyen. «Ce sont encore le 'sur place' et la vente 'à emporter' qui génèrent le plus de chiffre d'affaires», juge l'expert. S'appuyant sur des données fournies par le groupe, il relève toutefois que «pour les 950 restaurants qui en sont pourvus, le 'drive' représente en moyenne 48% de leur chiffre d'affaires».

La fièvre du «drive» s'étend à la distribution

De son côté, Vincent Quandalle, directeur général délégué Réseau et franchise de McDonald's France, reconnaît que le groupe est «amené à déplacer certains sites». Et d'ajouter: «Ces déplacements de restaurants sont guidés par notre clientèle puisqu'ils sont décidés suite à des évolutions de zones de chalandises ou à des changements de générateurs de trafic, comme une modification des voies routières ou piétonnes.» Un ajustement du réseau qui touche «trois à quatre restaurants» par an, sur un parc total de près de 1300

établissements. Le dirigeant nie toutefois la volonté de McDonald's de désertier les villes au profit des zones périphériques. «Ces déplacements concernent autant les centres-villes et centres commerciaux que les McDrive et sont concentrés sur l'ensemble du territoire français, sans distinction entre le Nord et le Sud», insiste-t-il.

McDonald's préfère mettre en avant le développement continu de son réseau en France, où la chaîne ouvre une quarantaine d'établissements chaque année. «Parmi ces ouvertures, nous continuons d'en prévoir en centre-ville avec, par exemple, l'installation de quatre nouvelles adresses à Toulouse, Marseille et Grenoble en 2012», souligne Vincent Quandalle. Toujours est-il que le «drive», qui est arrivé en France dans les années 1980 sous l'impulsion de la restauration rapide, [poursuit son essor](#). La fièvre a [gagné la grande distribution](#) ces dernières années. Après la sortie au restaurant, la «virée courses» va être modifiée en profondeur, parie Kantar Worldpanel. Dans [une étude](#), l'institut estime que 4,5 millions de clients vont se mettre au «drive» d'ici à la fin 2015.

LIRE AUSSI:

» [McDo teste la commande sur mobile et Internet](#)

» [L'aberration des McDonald's implantés dans des hôpitaux](#)

» [Le «drive» séduit aussi en dehors de l'alimentaire](#)