

# DES RESULTATS EN HAUSSE POUR LE GROUPE LEON DE BRUXELLES

Le groupe Léon de Bruxelles annonce **un bilan positif pour 2016** avec un **chiffre d'affaires de 129,7 millions d'euros et plus de 5,8 millions de clients**. Parmi les éléments expliquant ce dynamisme sur un marché pourtant fortement impacté par les attentats, **l'amorce d'un profond renouveau** au sein de l'enseigne avec une nouvelle offre plus que jamais centrée sur la fraîcheur et la variété, un repositionnement de marque et le lancement d'une offre de Vente à Emporter.

« Nous avons été touché de plein fouet par le climat de peur qui s'est répandu après les attaques du 13 novembre 2015, en particulier pour nos restaurants parisiens et en région parisienne, et le climat 2016 ne s'annonçait pas sous les meilleurs auspices. Notre campagne de communication massive autour de notre nouvelle identité de marque, de notre savoir-faire, du frais et les initiatives comme le lancement de la VAE ont porté leurs fruits et nous finissons l'année avec un CA en hausse de 4,3% hors Paris pour l'enseigne Léon de Bruxelles » soutient **Laurent Gillard, Président du Directoire du groupe Léon de Bruxelles**

**+ 4,3 %\***  
de CA pour l'enseigne  
Léon de Bruxelles

## 2016, l'année du renouveau pour Léon de Bruxelles

Après avoir lancé la fameuse moules-frites en France il y a 25 ans, **l'enseigne Léon de Bruxelles a repensé son offre en 2016** avec une carte modernisée centrée sur **le travail des produits frais**, une **nouvelle signature** « Léon de Bruxelles, la recette des bons moments », **de nouveaux services** comme la livraison à domicile et l'ouverture d'un **nouveau concept** urbain branché dans la capitale. Au cœur de **ce repositionnement, la fraîcheur, le nouvel étendard de l'enseigne**.

Offrant depuis toujours des moules fraîches cuisinées à la commande et moins de 48h après avoir été pêchées, Léon de Bruxelles est ainsi devenue la **1<sup>ère</sup> chaîne de restauration à proposer une frite fraîche** au bon goût authentique de pommes de terre françaises et belges. Autre évolution, une carte repensée avec l'intégration de spécialités incontournables comme **le fish & frites frais, des poissons pêchés en pleine mer, une sélection de viandes ou des planches à partager**.

**Léon**  
de Bruxelles

« Le succès de notre nouvelle carte est déjà au rendez-vous avec un taux de satisfaction en hausse au dernier semestre. Le fish & frites à base d'églefin frais est devenu un best-of de la carte et représente déjà 6% des ventes. Remettre en avant notre savoir-faire à travers le travail des produits frais semble être un pari gagnant ! » ajoute **Laurent Gillard**.

A l'heure de l'engouement pour les offres à emporter, tous les restaurants Léon de Bruxelles ont initié une formule « **Léon Box** » à emporter chez soi ou au bureau. Préparée à la commande et prête en 15min, cette alternative originale aux pizzas et sushis a séduit plus de **70 000 clients** pour les déjeuners au bureau, ou les dîners improvisés en famille ou entre amis.

Ce renouveau d'envergure a bénéficié d'un **soutien promotionnel massif** incluant affichage dans les métros et bus parisiens, une campagne média incluant TV et radio. Sur le terrain, le déploiement de la nouvelle identité dans les établissements et sur l'ensemble des éléments graphiques (cartes, plaquettes...), a aussi représenté un investissement conséquent. Sans oublier la formation des équipes à la nouvelle offre qui a nécessité plus de **2 500 heures de formation**.

**En novembre dernier**, le Léon de Bruxelles de Châlons-en-Champagne-Fagnières est le premier établissement à avoir adopté ces nouveaux codes. Revisitant l'esprit brasserie avec modernité, le **nouveau design** fait la part belle aux matériaux nobles avec des tables et boiseries en bois massif ou encore un véritable carrelage « métro ». La cuisine s'ouvre désormais sur la salle et une attention toute particulière est apportée au confort tout comme à la variété des assises et de l'éclairage.

2016 a également été marquée par **l'inauguration d'un 2<sup>ème</sup> établissement Léon de B.**, l'enseigne de Fast Good belge lancé par le groupe à Lyon en 2015. Ce site vitrine à Paris 19<sup>ème</sup>, avec cuisine ouverte et design résolument contemporain, a attiré une clientèle de jeunes urbains avec de très bons retours. Parmi les best-sellers, le Burger Fish frais ou le brunch gourmand.

2016 est enfin l'année de la **digitalisation de la marque** : nouveau site internet, nouveau site internet dédié au Club Léon, Community management (Facebook, Twitter, Instagram), enquête de satisfaction en ligne, investissement dans des campagnes media online.

**En 2017, le groupe souhaite avant tout capitaliser sur le travail initié autour de son renouveau et plus particulièrement de son savoir-faire autour des produits frais.**

« Cette année Léon de Bruxelles va continuer de s'imposer comme un leader et un acteur incontournable sur le segment du frais de la restauration à table ! » conclut **Laurent Gillard**.

## Repères 2016

**129,7**  
millions d'euros  
de volume d'affaires  
groupe

 **1 500**  
salariés

**250 000** euros  
pour la formation des  
équipes



**3 500**   
tonnes de moules  
fraîches



**80**  
restaurants  
dont 78 restaurants Léon  
de Bruxelles et 2 Léon de B



**1 200**  
tonnes de frites  
fraîches

**5,8**   
millions de clients  
(+3,1% hors de Paris)

**70 000**  
Léon Box



**450 000** euros  
d'investissement Média



## A propos du groupe Léon de Bruxelles

Avec ses restaurants Léon de Bruxelles, le groupe est devenu un leader du marché de la restauration sur le segment du frais, avec 10 tonnes de moules consommées chaque jour dans ses 80 restaurants qui attirent plus de 6 millions de gourmands par an en France. Soucieux d'être toujours plus proche des attentes de ses clients, Léon de Bruxelles a développé une offre de vente à emporter en lançant sa « Léon Box » disponible dans tous ses restaurants en France et en ouvrant une enseigne urbaine et jeune au cœur de la capitale, Léon de B.

Pour en savoir plus : <http://www.leon-de-bruxelles.fr/>

### CONTACT PRESSE BUREAU BLEU

Hélène Van Heems - 06 22 97 53 85 / 01 45 23 09 27 - e.hvanheems@bureaubleu.fr