

POUR SES 15 ANS, SUBWAY® S'OFFRE UN NOUVEAU LOOK



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
MAI 2016

POUR CÉLÉBRER SES 15 ANS EN FRANCE, SUBWAY® SE RAPPROCHE DE SES CLIENTS ET LEUR RAPPELLE QU'ILS SONT AU COEUR DE SON CONCEPT : LA PERSONNALISATION. POUR CELA, SUBWAY® RENFORCE SA CULTURE DE MARQUE : NOUVELLE SIGNATURE « SUBWAY®, C'EST VOUS LE CHEF ! », NOUVELLE CHARTE GRAPHIQUE TOUT EN BICHROMIE ET TONS PASTELS, NOUVEAU TON DE COMMUNICATION AVEC LA CRÉATION D'UN SPOT TV ÉDIFIÉ EN MANIFESTO... UNE IDENTITÉ MODERNE QUI POSITIONNE SUBWAY® COMME UNE MARQUE INCONTOURNABLE SUR LE MARCHÉ DE LA RESTAURATION RAPIDE. COUP D'ENVOI LE 11 MAI, AVEC LA DIFFUSION DU SPOT TV SUR TF1 (20H40) ET M6 (20H50).

UNE NOUVELLE IMAGE DE MARQUE

La nouvelle image de marque de SUBWAY® se concentre sur :

1. La **nouvelle signature « SUBWAY®, c'est vous le chef ! »**, qui s'adresse personnellement à chaque client en lui rappelant qu'il est au cœur de l'expérience de consommation.
2. Le **nouveau spot TV édifié en manifesto**, où des personnages inspirants affirment leur style et leur mode de vie en poussant à l'extrême la personnalisation des produits SUBWAY®.
3. Les **nouveaux supports print, plus audacieux et plus tendances**, qui mettent en visu différents profils de consommateurs associés à leur Sub de prédilection. La bichromie et les tons pastels apportent un rendu ultramoderne à la marque.

Cette nouvelle image de marque réaffirme le concept de base de SUBWAY® : la personnalisation, à savoir une offre qui donne la possibilité à chacun de composer son Sub à tout moment, selon ses goûts et ses envies.

UNE COMMUNICATION PLUS VISIBLE ET PLUS IDENTIFIABLE

Pour décliner ce concept auprès des consommateurs et développer sa notoriété, SUBWAY® adopte un ton plus moderne et dynamique dans les médias. Objectif : être plus visible et plus identifiable auprès de tous les consommateurs de la restauration rapide. Le spot sera diffusé à partir du 11 mai 2016 sur de nombreux canaux, dont TF1 et M6 (TV), ou MyTF1, Youtube et Overviews (VOL) ainsi que sur les réseaux sociaux. Des campagnes d'affichage seront également développées en région.

SUBWAY® doit devenir une référence pour ses clients

Cédric GIACINTI, Directeur SUBWAY France



Au-delà d'une simple enseigne, notre objectif aujourd'hui est de faire de SUBWAY® une marque incontournable sur le marché de la restauration rapide, ancrée dans la culture et les usages quotidiens de nos clients. En réaffirmant notre concept de personnalisation pour le client, en optimisant notre stratégie média et en adoptant un ton qui nous permet de cibler un large public, SUBWAY® deviendra LA marque reconnue qui permet à chacun, à tout moment, de manger selon ses propres goûts et sa propre personnalité. C'est en cela que nous existerons de façon différente dans l'esprit des consommateurs.

SUBWAY® EN FRANCE

Aujourd'hui, l'enseigne SUBWAY® est présente en France avec près de 500 restaurants, exclusivement en franchise (2^e opérateur du marché en nombre de restaurants). Son offre s'appuie sur un concept fort : la personnalisation des sandwiches, communément appelés Sub, et des salades. Les clients choisissent leurs ingrédients pour composer un repas au plus près de leurs goûts et de leurs envies du moment, le tout préparé à la demande et sous leurs yeux. Les clients qui le souhaitent peuvent opter pour les recettes les plus légères grâce au programme « Alimentation & équilibre » signalé par des pastilles « < 6 grammes de lipides » sur les menus des restaurants.

À ce jour, SUBWAY® est implanté dans 111 pays et compte 44 500 restaurants, tous gérés par des franchisés indépendants. En Europe, l'enseigne vient d'inaugurer l'ouverture du 5 000^e restaurant à Livingstone en Écosse.

Contacts presse : agence becom! T. 01 42 09 04 34 • www.becomagence.com

Flora Darmon • f.darmon@becomagence.com - Marie Malher • m.malher@becomagence.com



Le hashtag

#SUBCVOUSLECHEF

complète la nouvelle signature de la marque pour permettre à chaque client de partager sa création sur les réseaux sociaux.



En restaurant, cette nouvelle image de marque sera visible des consommateurs via une **REFONTE DE TOUS LES SUPPORTS DE COMMUNICATION.**