



## **DOSSIER :**

# **STRATEGIE ET DESIGN DES DIFFERENTS CONCEPTS MAC DONALD'S**

Brio fait un état des lieux des différents concepts récemment implantés en France par Mac Donald's. Evidemment nous ne parlerons pas aujourd'hui de stratégie culinaire pour nous concentrer uniquement sur la stratégie design de l'enseigne...

Depuis quelques années la marque tend à faire évoluer son image. Après la mise au placard de Ronald, du jaune criard et des jeux pour enfants Mac Do a entamé un ambitieux travail de relooking de ses restaurants. Le numéro un mondial des fast-foods a en effet investi des millions de dollars pour donner un air plus chic à ses « restaurants du peuple ». Voici les 8 concepts déployés en France ces dernières années, leur positionnement et leurs caractéristiques principales :

## LIM / Edge

Un concept qui se veut proposer un environnement chaleureux et tendance. Des finitions murales peintes dans une gamme de tons chauds d'automne fournissent une toile de fond pour de grandes formes graphiques abstraites qui sont accentuées par des éclairages directionnels. Des couleurs douces mettent en valeur les meubles et les stores en bois et soulignent l'esprit cosy de l'ambiance du restaurant. Étudié pour une implantation plutôt centre-ville, ce concept cible les clients souhaitant profiter du wifi, ou déjeuner entre collègues.



## LIM / Fresh

Cette déclinaison du décor Lim est plus particulièrement destinée aux familles, jeunes adultes ou étudiants. Un univers très coloré crée une ambiance joyeuse et vivante. Simples et élégants, les chaises et fauteuils au design reconnu de tous complètent le concept et attirent l'oeil. Les revêtements muraux sont peints dans une gamme de teintes permettant de fournir une toile de fond à de grandes formes graphiques abstraites qui sont accentuées avec un éclairage directionnel.





## LIM / Food

La déclinaison dite "food" veut placer le client au centre de la scène dans un espace qui se concentre sur l'offre et les valeurs que veut mettre en avant la marque. En combinant nourriture et personnes sur les images, l'enseigne veut renforcer les liens avec la diversité des clients qui s'y rendent. Un concept destiné à une cible large : jeunes, âgés, hommes, femmes, visiteurs seuls, en famille, et groupes d'amis. Sur les murs des graphiques parlent de la marque et de ses activités.



## LIM / Extreme

Le design LIM Extreme est un concept "urbain". Le concept veut refléter les influences de la vie d'aujourd'hui en milieu citadin. La démarche de conception a vraiment poussé le concept à l'extrême, tant en travaillant sur le mobilier que sur les couleurs et les finitions. Les images graphiques qui sont utilisées dépeignent le contraire, esprit graffiti et grunge, la quintessence de la culture et de l'art urbain.





## Qualité

Un concept "premium" grâce à la qualité de ses murs, de son plancher et de ses finitions de meubles, en bois naturel et en cuir. Des visuels de produits sont visibles dans tout le restaurant, les revêtements muraux présentent des fruits, salades, pommes, tomates, pommes de terre et de la laitue. Tout en naviguant à travers les messages affichés sur la qualité des aliments. Différents espaces sont dédiés aux différentes typologies de clientèle : la clientèle dite 'd'affaires' bénéficiant d'un espace "bar" avec tables et chaises hautes, tandis que les jeunes et les familles peuvent se détendre et bavarder sur les canapés en cuir aux formes courbes.



## Qualité Environnement

Le décor "Environnement", constitué de photos, de panneaux, et d'écrans pédagogiques, est destiné à partager avec les clients, comme son nom l'indique, les grands enjeux environnementaux tout en informant sur les initiatives conduites par l'enseigne en France. Peut-être le concept le plus révélateur du changement que la marque veut opérer dans la perception qu'en ont ses clients.





## Wood & Stone

Ce concept rassemble une gamme d'éléments éclectiques et disparates répartis dans tout le restaurant. Les sièges sont d'un design classique, des canapés Chesterfield aux bancs de jardin. Les cloisons et les revêtements muraux sont en bois et donnent à l'ensemble des formes, des formats uniques et inhabituels chez Mac Do. Une recherche d'authenticité.





## Racine

Le concept "espace à vivre", avec différents scénarios en fonction des besoins de chacun. Une architecture de bois qui de par sa fluidité "pousse" dans un espace pour accompagner et créer des ambiances différentes : intimité, convivialité, partage, échange, famille. Objectif : faire d'un restaurant plusieurs espaces dans un seul lieu. Une attention particulière est apportée aux sens : l'acoustique, la lumière, la couleur en touches, autant de points primordiaux qui veulent contribuer à se sentir bien dans un espace choisi.



Sources et crédits photo : Mac Donald's France