



Restauration rapide ou à emporter : Burger King conserve son titre de “Top Enseigne”

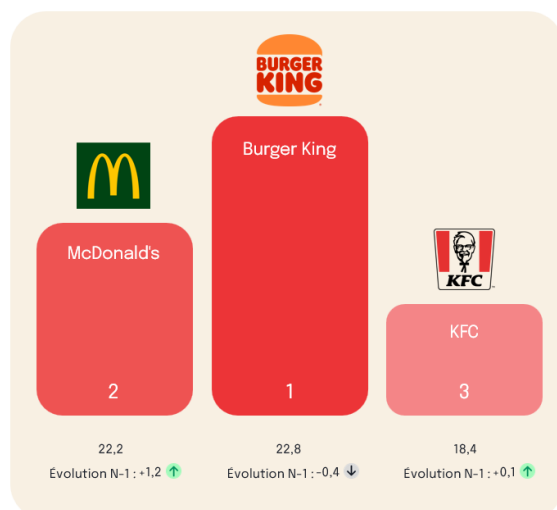


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution de leur attractivité depuis un an. Dans le secteur de la restauration rapide ou à emporter, 38 enseignes ont été évaluées selon 11 critères comme la variété de l'offre, la facilité d'accès en restaurant en passant par le rapport qualité prix.

Télécharger
l'étude



Burger King conserve son titre de Top Enseigne – secteur restauration rapide ou à emporter



Dans le secteur de la restauration rapide ou à emporter, l'indice secteur s'élève à 15,5. Il s'agit de la moyenne des notes obtenues par l'ensemble des enseignes sur les 11 critères étudiés. Cette année, le classement du top 3 reste inchangé. Burger King qui compte plus de 350 restaurants en France conserve son titre de Top Enseigne, avec un indice de 22,8 (-0,4 points vs l'an dernier). McDonald's se classe toujours en deuxième place avec un indice de 22,2 (+1,2 points), réduisant ainsi l'écart avec Burger King par rapport à l'an dernier. KFC arrive en troisième position avec un indice de 18,4 (+0,1 points).

Les écarts-types sur le secteur de la restauration rapide ou à emporter sont élevés sur le critère de la facilité d'accès au restaurant. C'est toujours le critère le plus important sur ce secteur pour se différencier. On observe aussi des écarts-types significatifs sur les critères liés au prix (attractivité prix et rapport qualité prix) qui mettent en lumière de fortes disparités entre les restaurants.

— Les Top Enseignes 2026 – Restauration rapide ou à emporter – sur chaque critère d'attractivité commerciale

Dans le secteur de la restauration rapide ou à emporter, plusieurs enseignes se distinguent selon les critères étudiés.

Fort de son réseau de plus de 1 500 restaurants sur le territoire, les restaurants McDonald's restent les plus faciles d'accès. Nouveauté cette année : l'enseigne détrône Burger King sur deux critères liés à l'offre (pertinence et variété). En revanche, Big Fernand conserve la première place sur la qualité de l'offre.

Burger King continue de se démarquer par son rapport qualité-prix, son attractivité prix et l'expérience d'achat en magasin.

Du côté des critères promotionnels, Green is Better enregistre une belle progression et prend la place de Gong Cha. Le bar à salades aux ingrédients frais se distingue désormais par l'utilité et la générosité de ses promotions. En matière de fréquence des promotions, Domino's Pizza progresse nettement et dépasse McDonald's.

Enfin, sur le critère de la responsabilité sociétale, Bohébon Love & Poké confirme sa position de leader et conserve le meilleur indice d'attractivité commerciale.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Burger King	26,8	17,7	+0,3
Rapport qualité prix	Burger King	33,3	22,7	-0,4
Utilité des promotions	Green is better	18,6	11,1	+4,3
Générosité des promotions	Green is better	16,4	9,4	+1,9
Fréquence des promotions	Domino's Pizza	19,2	10,9	+1,8
Pertinence de l'offre	McDonald's	28,7	21,9	+2,9
Qualité de l'offre	Big Fernand	29,2	19,2	+1,2
Variété de l'offre	McDonald's	30,2	23,3	+2,9
Facilité d'accès au magasin	McDonald's	40,5	23,7	+0,8
Expérience d'achat en magasin	Burger King	24,8	19,9	-1,2
Responsabilité sociétale	Bohébon Love & Poké	19,8	8,7	+1,5

Méthodologie



Echantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 000 personnes. 359 enseignes étudiées, réparties sur 20 secteurs d'activité.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées du 19 septembre au 4 octobre 2025.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : " Baromètre réalisé par Ipsos BVA pour Bonial – 2^{ème} édition – 2025 "et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Les 38 enseignes – Restauration rapide ou à emporter – analysées : Bagelstein, Basilic & co, Big Fernand, Bohébon Love & Poké, Brioche Dorée, Burger King, Class Crouste, Columbus Café & Co, Crêp'eat, Domino's Pizza, Dreams Donuts, Eat Salad, Five Guys, Gang of Pizza, Gong cha, Green is better, KFC, La boîte à pizza, La croissanterie, La mie câline, La panetière, Le Kiosque à Pizzas, McDonald's, Mezzo di pasta, O'Tacos, Paul, Pitaya, Pizza Hut, Pokawa, Pomme de pain, Prêt à manger, Quick, Starbucks, Subway, Sushi Daily, Sushi Shop, Waffle factory et Yogurt factory

Contacts presse

Agence VIANOVA

bonialpresse@vianova-rp.com

Hamza Chemrakhi : +33 6 70 05 78 98

Justine Turc-Guiborat : +33 6 71 23 32 22

Bonial | Emily Tamazirt

emily.tamazirt@bonial.fr

+33 7 69 20 93 87



Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site

