



L'occasion de franchise d'A&W

Joignez-vous à une entreprise de
PREMIER RANG

Avec plus de 850 restaurants, A&W est la deuxième plus grande chaîne de restaurants de hamburgers au Canada et celle qui connaît la plus grande croissance. Avec votre aide, cette croissance ne sera que le début.

Nous offrons présentement des occasions de franchise multi-emplacements à travers le Canada. Voici votre chance de vous joindre à une marque de restauration de premier rang.



Notre ENTREPRISE



A&W a une longue et riche histoire, mais notre succès s'explique par notre capacité à nous adapter et à innover continuellement afin de répondre aux besoins en constante évolution des consommateurs.

1956 A&W inaugure son **premier restaurant avec service à l'auto à Winnipeg**.

Le concept devient un élément important de la culture de l'automobile et de la musique de la fin des années 50 et des années 60.

ANNÉES 60 Les restaurants avec service à l'auto continuent à se multiplier, et on **en compte 200** avant la fin de la décennie.

ANNÉES 70 Face aux fluctuations du marché et à la croissance rapide des centres commerciaux, A&W enclenche **une nouvelle stratégie** et conquiert les aires de restauration.

ANNÉES 80 Mettant l'accent sur ses forces en matière de goût et de qualité des aliments, A&W active son **expansion en ouvrant des restaurants autonomes** dans l'Ouest canadien.

ANNÉES 90 Après avoir fait **une refonte majeure** de son menu, de ses systèmes d'exploitation et du design de ses restaurants autonomes, A&W lance un important programme d'expansion.

ANNÉES 2000 A&W met en œuvre un programme **d'expansion des restaurants autonomes** en Ontario et au Québec. Une première : des occasions de développement multi-sites. A&W consolide ainsi sa position de meneur.

ANNÉES 2010 A&W innove encore. La chaîne lance son **nouveau concept de restaurant urbain**. Elle présente aussi un design repensé qui rehausse la visibilité de ses restaurants autonomes. L'Oncle Burger™ fait également son arrivée dans la famille A&W. D'autres innovations au niveau du menu incluent le Buddy Burger™, les frites de style maison et les sandwichs et wraps au Poulet Chubby Chipotle Piquant®.

2013 A&W lance son **«Meilleur bœuf»**, annonçant que tous ses restaurants serviront du bœuf élevé sans ajout d'hormones ou de stéroïdes. Étant la première compagnie à faire ceci à une échelle nationale, A&W montre son engagement à offrir aux Canadiens des hamburgers qu'ils peuvent savourer avec confiance, sans additifs ni agents de conservation.

2014 A&W lance **la nouvelle Garantie sur ses œufs et son poulet**, continuant de faire ses preuves en tant que compagnie engagée à offrir des ingrédients de premier choix, produits de la meilleure manière qui soit. Une fois de plus, A&W se distingue de ses concurrents en devenant la première chaîne de restaurants de hamburgers nationale à offrir du poulet élevé sans antibiotiques et des œufs provenant de poules nourries de manière végétarienne, sans sous-produits animaux.

2015 A&W lance **la Garantie sur son café** et décide d'offrir à ses invités un café certifié biologique et équitable[†], préparé par Van Houtte[†].

2016 A&W lance son **Programme d'associé de franchise urbaine** : un tout nouveau modèle de franchise à investissement initial modeste conçu pour les jeunes entrepreneurs dynamiques.



CHEMINEMENT

A&W a une longue et riche histoire, mais notre succès s'explique par notre capacité à nous adapter et à innover continuellement afin de répondre aux besoins en constante évolution des consommateurs.

1972

Unilever Canada Limitée acquiert Services alimentaires A&W. Depuis, A&W a été détenue et exploitée au Canada indépendamment des restaurants A&W en activité aux États-Unis.

1995

La direction de A&W, de concert avec un groupe d'investisseurs institutionnels, rachète l'entreprise de restauration A&W à Unilever Canada Limitée.

2000

La direction de A&W fait l'acquisition des actions des investisseurs institutionnels pour faire de A&W une entreprise détenue et exploitée par des intérêts exclusivement canadiens.

2002

Le «A&W Revenue Royalties Income Fund» est inscrit à la Bourse de Toronto (TSX: AW.UN) par le biais d'une offre publique initiale. Le Fonds est propriétaire des marques de commerce de A&W et octroie une licence à Services alimentaires A&W qui poursuit ses activités indépendamment.

2015

Lors du premier quart de 2015, A&W atteint 1 milliard de dollars en ventes annuelles.

Prix et DISTINCTIONS



A&W est une compagnie accomplie et toujours à l'avant-garde dans l'industrie des restaurants à service rapide. Nous sommes membres du temple de la renommée de l'Association canadienne des franchises et nous sommes le commerçant derrière la Root Beer A&W, la racinette la plus populaire chez les Canadiens.

En 2009, A&W devient **membre platine du groupe des Sociétés les mieux gérées au Canada.**

En 2015, la division britanno-colombienne de l'American Marketing Association nous décerne **le prix de Commerçant de l'année.** Nous recevons aussi **le Prix Pinnacle pour la Compagnie nationale de l'année.**

En 2016, le Conseil québécois de la franchise nous décerne le prestigieux **Maillon d'or dans la catégorie du Franchiseur de l'année.**

Occasions de FRANCHISE



Notre chaîne de restaurants se développe rapidement dans plusieurs régions à travers le Canada. Nous offrons présentement trois concepts de franchise.

RESTAURANTS DE CONCEPT URBAIN

Nos restaurants de concept urbain ont été conçus pour prospérer au cœur des centres urbains animés.

- Situés dans des centres urbains densément peuplés avec une circulation piétonnière élevée.
- Ouverts 24 heures.
- Ambiance et apparence moderne.
- 1 500 à 2 000 pieds carrés.
- Jusqu'à 45 places assises.



RESTAURANTS AUTONOMES AVEC SERVICE AU VOLANT

Nos restaurants autonomes avec service au volant sont généralement situés dans les banlieues et les petites villes. Ils nécessitent un terrain d'une superficie d'environ 25 000 pieds carrés.

- Ouverts 24 heures.
- Ambiance et apparence moderne.
- 1 860 à 2 178 pieds carrés.
- De 45 à 60 places assises.



RESTAURANTS DE COMMODITÉ

Nos restaurants de commodité sont situés sur des sites partagés avec une station d'essence, un dépanneur et un stationnement.

- Situés dans des zones de circulation automobile élevée.
- Service au volant.
- Ambiance et apparence moderne.
- 1 100 à 2 000 pieds carrés.
- Jusqu'à 40 places assises.



QUALIFICATION



A&W traite la sélection de nouveaux franchisés avec beaucoup de soin et d'importance. Pour cette raison, nos exigences de qualification sont plutôt élevées.

Ces exigences comprennent :

- Excellent sens des affaires et parcours professionnel pertinent.
- Succès démontré en affaires.
- Capacité de gestion et compétences interpersonnelles prouvées.
- Valeur personnelle nette de 400 000 \$ à 800 000 \$.
- Fonds non grevés disponibles de 300 000 \$ à 450 000 \$.

INVESTISSEMENT

Investir dans un A&W coûte entre 800 000 \$ et 1 400 000 \$. Les nouveaux franchisés doivent être prêts à verser au moins 35 % de l'investissement total en fonds non grevés.

Le coût de l'investissement comprend :

- La construction d'un bâtiment, la rénovation et les améliorations locatives.
- L'équipement, les enseignes et l'ameublement.
- Les coûts de lancement.
- Les frais de franchise.

Ce coût ne comprend pas :

- Le terrain sur lequel se trouve le restaurant.
- Les fonds de roulement pour un établissement existant, s'il y a lieu.
- La marchandise.

FRAIS

A&W offre une structure de frais compétitive :

- Frais de service : 3,5 % des ventes brutes.
- Contribution au fonds publicitaire : 2,5 % des ventes brutes.
- Frais de franchise initiaux : 55 000 \$ pour une entente de 20 ans.



Qualifications pour candidats de franchise site-unique seulement.

Veuillez communiquer avec un directeur du développement des franchises pour en savoir plus sur nos occasions de franchise multi-emplacements et les qualifications requises.

PROFITEZ DE NOTRE SYSTÈME DE SOUTIEN *aux franchises*



De votre formation initiale aux opérations quotidiennes, en passant par la publicité, nous serons avec vous à chaque étape pour nous assurer que votre entreprise ait tout ce dont elle a besoin pour prospérer.

DÉVELOPPEMENT INITIAL ET AMÉNAGEMENT DU RESTAURANT

Les décisions initiales, telles que le choix du site et l'aménagement du restaurant, auront un impact majeur sur sa capacité à attirer une clientèle et sur l'efficacité des opérations. Voilà pourquoi, durant le développement initial du restaurant, les experts en développement d'A&W seront impliqués dans chaque aspect du choix de site, de la négociation du bail et de l'aménagement du site et du restaurant.

FORMATION/ORIENTATION

Vous recevrez une formation en gestion intensive de six semaines. Durant ce programme, nous vous enseignerons comment gérer votre restaurant avec succès. Lors de l'ouverture de votre restaurant, vous serez entouré d'une équipe chevronnée.

FINANCEMENT

Nous entretenons de très bonnes relations avec les plus éminents prêteurs au Canada. Ceux-ci travailleront avec vous pour en arriver à une entente de financement parfaite pour vous.

SOUTIEN DES OPÉRATIONS

Lorsque votre restaurant sera opérationnel, les directeurs d'affaires d'A&W vous guideront à travers les différents aspects des opérations de votre entreprise, dont la gestion des employés, la gestion des coûts et la promotion au niveau local. Notre équipe de directeurs d'affaires est formée de gestionnaires chevronnés qui ont pour but unique de vous aider à réussir.

Vous serez aussi invité à vous joindre à nous lors de nos réunions régionales et de nos congrès nationaux, où vous pourrez apprendre et partager vos idées avec d'autres franchisés ainsi qu'avec les membres de la haute direction. Vous ferez partie

de notre équipe énergique et axée sur les résultats en un rien de temps.

PUBLICITÉ ET PROMOTION

Au siège social d'A&W, nous vous offrons notre soutien en faisant la promotion de la marque A&W, augmentant l'afflux de la clientèle et stimulant les ventes. Notre équipe de marketing est responsable de créer une stratégie publicitaire nationale dont le but est d'en faire bénéficier tous nos restaurants à travers le pays. Ce plan publicitaire est développé et exécuté par nos équipes de Publicité et communication de marque, Étude du marché, Promotion des ventes, Innovation et exécution du menu, Médias sociaux, et Aménagement et construction. Grâce à notre calendrier annuel de publicité télévisée rempli et à notre équipe de publicité numérique novatrice, nous atteignons des millions de Canadiens chaque année.

CONSEILS SUR LES NORMES À L'INTERNE

Chaque décision touchant à nos normes d'opération et au contenu de notre menu doit passer par notre Conseil des normes, un comité de direction formé de cadres supérieurs et de franchisés élus dans leurs régions. De même, chaque décision touchant aux dépenses publicitaires et à la programmation promotionnelle nationale doit passer par un groupe de franchisés élus et de membres de la haute direction qui forme notre Comité consultatif de la publicité nationale. Ces deux collectifs nous démontrent l'importance et l'efficacité du travail d'équipe lors de l'élaboration des programmes d'opération et des programmes publicitaires qui favoriseront le succès de votre entreprise.

Le nouveau visage du restaurant À SERVICE RAPIDE



En 2013, A&W s'est engagé à offrir des ingrédients de premier choix, produits de la meilleure manière qui soit.

Nos invités nous ont dit vouloir des ingrédients plus naturels et nous avons accepté le défi. À la fin de 2013, nous avons lancé la Garantie sur notre bœuf, devenant ainsi la première chaîne de restaurants de hamburgers nationale à servir du bœuf élevé sans ajout d'hormones ou de stéroïdes. En 2014, nous sommes allés plus loin en lançant la Garantie sur nos œufs et notre poulet. Nous sommes le premier restaurant de hamburgers national à offrir du poulet élevé sans antibiotiques et des œufs provenant de poules nourries de manière végétarienne, sans sous-produits animaux. En 2015, nous avons lancé la Garantie sur notre café et avons décidé d'offrir à nos invités un café certifié biologique et équitable[†], préparé par Van Houtte[‡].

D'après nos sondages, ces changements ont réussi à nous redéfinir auprès des consommateurs en tant que chaîne de restaurants qui offre des ingrédients purs et naturels. Notre part du marché augmente tous les mois grâce à nos invités, qui sont enchantés par les changements que nous avons introduits.

Notre engagement envers la durabilité ne s'arrête pas à nos ingrédients. Nous avons aussi décidé de nous concentrer sur la réduction de l'empreinte écologique de nos restaurants. En 2014, nous avons introduit des nouvelles assiettes en céramique ainsi que des ustensiles en acier inoxydable dans tous nos restaurants ayant leurs propres salles à manger; on en compte plus de 560 restaurants à travers le pays. Nous sommes toujours à la recherche de nouvelles stratégies pour réduire la quantité de déchets que nous produisons. L'un des plus grands changements que nous avons apportés fut le remplacement de nos sacs pour burgers en aluminium par des sacs en papier ciré compostables. Nous nous rapprochons progressivement de notre but ultime : éliminer toutes sources de déchets de nos restaurants. D'après une vérification des déchets récente, seulement 12 % des déchets produits par nos restaurants ne sont ni compostables ni recyclables. Nos initiatives écologiques ont réduit notre production de déchets d'environ 1 000 000 de livres par année.

LA GARANTIE
SUR NOTRE POULET

—  —
**ÉLEVÉ
SANS
ANTIBIOTIQUES**

LA GARANTIE
SUR NOTRE BŒUF

—  —
**ÉLEVÉ
SANS**
— *aucun ajout* —
**D'HORMONES
OU DE STÉROÏDES**

LA GARANTIE
SUR NOS ŒUFS

—  —
PROVENANT DE POULES
NOURRIES
— *sans aucun* —
**SOUS-PRODUITS
ANIMAL**

LA GARANTIE
SUR NOTRE BACON

—  —
PROVENANT DE PORCS
**ÉLEVÉ
SANS
ANTIBIOTIQUES**

[†]La marque FAIRTRADE est la propriété intellectuelle de Fairtrade International et est une marque internationale déposée.

[‡] Trade-mark of / marque de commerce de Keurig Canada Inc. used under licence / utilisée sous permis.

Stratégie et CLIMAT



Fondations du succès d'A&W

A&W utilise le même procédé de renouvellement stratégique depuis les années 1970. Ce procédé est fondé sur l'idée que le renouvellement stratégique et le Climat sont indissociables. La combinaison de Stratégie et de Climat est puissante et assure le succès d'A&W depuis les 40 dernières années.

CLIMAT

A&W doit son succès à sa capacité de maximiser l'énergie, l'engagement et l'excellence de tous ses collaborateurs, dont ses employés, ses franchisés et ses fournisseurs. Nous devons cette capacité aux Objectifs de Climat. Nous devons cette capacité aux Objectifs de Climat, qui nous ont permis d'élaborer de vigoureux procédés opérationnels et de nous démarquer de notre compétition quant au développement et à la rétention des employés. Les Objectifs de Climat nous permettent d'atteindre nos objectifs stratégiques en nous munissant de façons de faire et de comportements essentiels. Ils nous guident dans notre travail d'équipe et définissent le Climat idéal dans lequel nous – un groupe d'humains diversifié – mettrons en œuvre notre stratégie.

Afin que les opérations de tous les jours puissent bénéficier des principes du Climat, les dirigeants des opérations apprennent à mener des réunions sur l'Amélioration du Climat avec leurs employés et à enseigner d'excellentes techniques de Climat à leurs gérants et à leurs superviseurs. Lors de leurs formations, les nouveaux employés sont instruits sur nos Objectifs de Climat à travers des vidéos d'entrevues avec des franchisés et des employés. Chaque formation comprendra des conversations approfondies sur le Climat. Les Objectifs de Climat sont utilisés lors des réunions de Climat tenues deux fois par année par chaque restaurant, département, équipe de gestion et équipe fonctionnelle de A&W.

Un bon Climat permet aux franchisés de créer de meilleures relations de travail dans leurs restaurants, ce qui à son tour augmente la productivité des employés, diminue le roulement du personnel et augmente la rentabilité de leurs entreprises. Ces initiatives permettent aux dirigeants des opérations de maximiser l'avantage stratégique que procure le Climat – un avantage non négligeable dans le marché du travail complexe d'aujourd'hui.



Pour COMMENCER



En téléchargeant ce document à partir de notre site Web, vous avez fait le premier pas vers votre demande de candidature.

Nous recherchons des franchisés qui ont les qualités nécessaires pour prospérer au sein de notre entreprise. Pour cette raison, notre procédé de sélection des franchisés est plutôt rigoureux.

La prochaine étape sera de remplir et soumettre notre formulaire d'application, que vous trouverez au **awfranchise.ca**.

Lorsque vous aurez soumis le formulaire de contact, un membre de notre équipe de Ventes de franchises vous contactera.



Foire aux QUESTIONS



COMBIEN COÛTE UN RESTAURANT A&W ?

Le prix d'un nouveau restaurant dépend de son emplacement, du type de concept, etc. L'investissement total coûte entre 800 000 \$ et 1 400 000 \$ et les nouveaux franchisés doivent verser au moins 35 % de l'investissement total en fonds non grevés.

QU'EST-CE QUI EST COMPRIS DANS CE MONTANT ?

Ce montant comprend la construction du bâtiment, l'équipement, l'ameublement, les coûts de lancement et les frais de franchise.

Par contre, ce montant ne comprend pas le terrain sur lequel se trouve le bâtiment, les fonds de roulement pour un établissement existant ou la marchandise.

COMBIEN COÛTENT LES FRAIS DE FRANCHISE ?

Les frais de franchise initiaux sont de 55 000 \$.

DURANT COMBIEN DE TEMPS L'ENTENTE DE FRANCHISE EST-ELLE VALIDE ?

L'entente de franchise initiale est de 20 ans.

COMBIEN COÛTENT LES FRAIS DE SERVICE ?

Les frais de service coûtent 3,5 % des ventes brutes de votre restaurant.

COMBIEN COÛTENT LES FRAIS DE PUBLICITÉ ?

2,5 % des ventes brutes de votre restaurant seront versées à un fonds publicitaire.

QUI EST RESPONSABLE DE TROUVER UN EMPLACEMENT ET DE NÉGOCIER LE BAIL ?

Nous vous aiderons à trouver le meilleur emplacement pour votre nouveau restaurant. Nous vous guiderons à travers le développement initial et nous vous assisterons lors de la sélection du site, la négociation du bail ainsi que l'aménagement du site et du restaurant.

COMBIEN DE TEMPS PREND LA CONSTRUCTION D'UN RESTAURANT ?

En général, la construction d'un restaurant dure entre 5 et 12 mois.

OÙ PUIS-JE ACHETER L'ÉQUIPEMENT ET LES FOURNITURES ?

Nous vous fournirons une liste de marchands approuvés chez qui vous pourrez acheter votre équipement et vos fournitures.

Foire aux QUESTIONS



QUEL GENRE DE FORMATION VAIS-JE RECEVOIR ?

Avant l'ouverture de votre restaurant, vous recevrez six semaines intensives de formation dans un restaurant. Vous apprendrez tout ce qu'il y a à savoir sur l'exploitation d'un A&W : comment enrober nos rondelles d'oignon faites à la main de pâte et de chapelure, comment gérer votre restaurant et créer un milieu de travail positif, etc.

Lorsque votre restaurant sera opérationnel, les directeurs d'affaires d'A&W vous guideront à travers les différents aspects des opérations de votre entreprise, dont la gestion des employés, la gestion des coûts et la promotion au niveau local.

Vous serez aussi invité à vous joindre à nous lors de nos réunions régionales et de nos conventions nationales, où vous pourrez apprendre et partager vos idées avec d'autres franchisés ainsi qu'avec les membres de la haute direction.

DANS QUELLES RÉGIONS LES OCCASIONS DE FRANCHISE D'A&W SONT-ELLES DISPONIBLES ?

A&W recherche présentement des franchisés pour ouvrir des restaurants de concept autonome, urbain et de commodité dans plusieurs régions à travers le Canada.

J'AIMERAIS EN SAVOIR PLUS LES OCCASIONS DE FRANCHISE D'A&W. QUELLE EST LA PROCHAINE ÉTAPE ?

Si vous aimeriez en savoir plus sur les occasions de franchise d'A&W, veuillez remplir et soumettre notre formulaire de candidature en ligne au awfranchise.ca.

