

La chaîne de fast-food américaine Fatburger arrive en France

Connue pour ses burgers aux mille calories, l'enseigne devrait ouvrir deux restaurants à Paris dans les dix-huit mois à venir.

Par Lefigaro.fr

Publié le 06/01/2021 à 08:28,

Mis à jour le 06/01/2021 à 13:04



Fatburger s'est considérablement développé ouvrant même des restaurants au Pakistan en 2013. RIZWAN TABASSUM / AFP

Des burgers à plus de 2000 calories, c'est ce qu'on trouve chez Fatburger. Née il y a 70 ans aux États-Unis, l'enseigne de fast-food au nom sans équivoque (hamburger gras) fera bientôt son arrivée en France.

Pour la première fois, la chaîne appartenant au groupe FAT (Fresh Authentic Tasty) Brands Inc. va implanter ses restaurants dans l'Hexagone dont deux à Paris dans les dix-huit prochains mois, a-t-elle annoncé dans un communiqué. «*Fatburger a connu un*

grand succès international au fil des ans, ce n'était donc qu'une question de temps avant que nous entrions en France», a ainsi justifié Andy Wiederhorn, PDG de FAT Brands. Et d'ajouter : «La cuisine américaine continue de bien se comporter à l'étranger et nous sommes impatients de faire découvrir notre expérience de marque emblématique au cœur de la France, à Paris, en proposant nos offres alimentaires aux habitants et aux touristes».

Le burger, un succès grandissant en France

Depuis l'ouverture de son premier restaurant à Los Angeles, Lovie Yancey qui *«pensait qu'un gros hamburger avec tout ce qu'il y a dessus est un repas en soi»* a considérablement développé son affaire, notamment sur la côte ouest des États-Unis mais aussi à l'international comme au Pakistan depuis 2013. Si ses burgers ont pour particularité de contenir un grand nombre de calories -- 560 pour le burger au poulet, jusqu'à 2050 pour le «XXXL» -- elle s'est aussi distinguée en proposant des sandwiches personnalisables par le consommateur. Ce dernier peut ainsi composer à sa guise son burger avec des produits frais.

Fatburger, l'une des neuf marques détenues par le groupe FAT, bénéficie de l'intérêt toujours croissant des Français pour ce sandwich au steak haché : il s'en est vendu 1,7 milliard en 2019. Il n'est d'ailleurs plus cantonné à la restauration rapide puisque 75% des ventes sont réalisées dans des restaurants traditionnels et *«80% des 145.000 restaurants avec service à table (et hors fast-food, NDLR) ont au moins un burger à leur menu»*, expliquait Bernard Boutboul, président fondateur du cabinet d'étude spécialisé dans la restauration, Gira *au Figaro en 2019*. Un succès sur lequel la chaîne de fast-food aux triples steaks compte bien surfer.

À VOIR AUSSI - Et le meilleur burger de France est...