

# McDo vs Burger King

Une vraie rivalité?



Un peu d'histoire :

- 1954 à Jacksonville, Florida BK
- 1955 à San Bernardino, Californie McDo
- Ray Kroc et Harry Sonnerbone ,Franquisi + achat de terrain.
- 1970 Donald N. Smith et la taille des burgers.
- *Burger King ne pourra pas suivre le rythme d'expansion de McDO et restera dans l'ombre du géant pendant plusieurs années.*

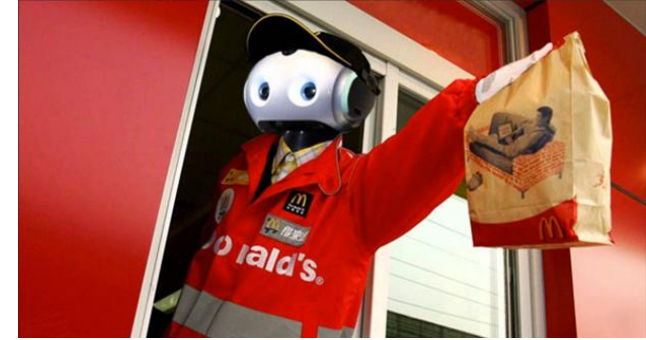
# Mc Do



## La veille technologique :

McDonald's et la quatrième révolution industrielle à l'aide de l'intelligence artificielle, du big data et de la robotique.

La borne de commande pouvant être modifiées en fonction de l'analyse des données en temps réel. Les menus numériques peuvent changer les propositions de produits de base en fonction du moment de la journée ou de la météo. Par exemple, en cas de températures très basses, des menus adaptés seront mis en avant, alors que pour un après-midi d'été ensoleillé, l'affichage privilégiera des boissons fraîches ou des glaces. Au Canada, cette méthode a permis d'augmenter les ventes de 3 % à 3,5%. (**veille commerciale**)



Avec l'**application mobile** les utilisateurs peuvent obtenir des offres exclusives, et l'entreprise obtient l'intelligence client concernant les habitudes de consommation. Ces données sont vitales au développement de la stratégie numérique de la marque. Cette dernière peut ainsi conseiller des produits complémentaires et proposer des offres qui lui permettront d'augmenter ses ventes. Au Japon, les consommateurs qui utilisent l'application dépensent en moyenne 35 % de plus, en partie grâce aux recommandations du logiciel. (**veille commerciale**)

# Mc Do

## La veille d'image et environnementale:

McDonald's va développer son propre burger à base de plantes appelé le McPlant, alors que le marché des alternatives sans viande continue de croître et que les géants de la restauration rapide continuent de faire de gros paris sur les produits à base de plantes.



### Chiffre important:

35,4 milliards de dollars. C'est le montant que le marché de la viande d'origine végétale devrait atteindre d'ici 2027, selon Polaris Market Research.

## McDo et le "American Dream"



## L'infiltration de culture



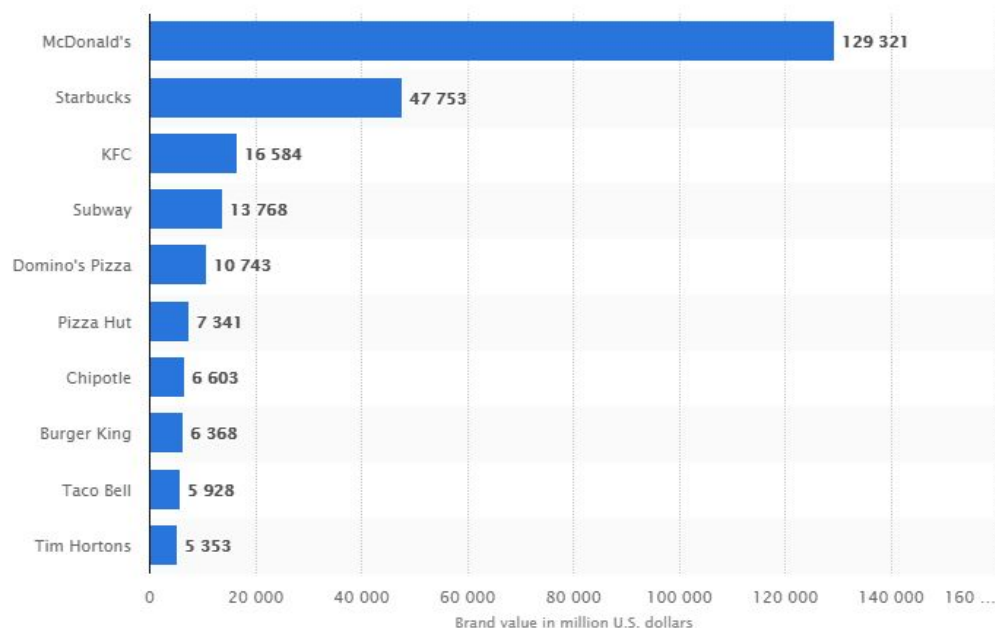


Créé en 1986 par le magazine britannique *The Economist*, l'**indice Big Mac** est un outil interactif, actualisé tous les six mois, permettant de comparer des devises. Il utilise comme référence le prix du célèbre sandwich de McDonald's, considéré comme un produit universel, la franchise américaine étant présente dans plus de cent vingt pays.

Indices Big Mac

Pays	septembre 1986 <sup>5</sup>	avril 1995 <sup>6</sup>	avril 2001 <sup>7</sup>	juin 2008 <sup>8</sup>	janvier 2015 <sup>9</sup>
Zone euro (moyenne)			1,1	0,94	0,77
Argentine	1,29	1,55	0,98	3,08	5,85
Brésil	7,8	1,04	1,42	2,10	2,82
Canada	1,18	1,19	1,31	1,15	1,19
Chine	3,88	1,30	3,90	3,50	3,59
Danemark	11,5	4,49	9,74	7,84	7,2
Grande-Bretagne	0,69	0,75	0,78	0,64	0,6
Japon	231	169	115,75	78,43	77,24
Norvège				11,2	10,02
Pakistan				39,22	62,63
Pologne			2,32	1,96	1,92
Suède	10,3	11,2	9,45	10,64	8,5
Suisse		2,54	2,48	1,82	1,36
Turquie				1,44	1,93

## Si loin, si proches





# Burger King

## The underdog et ses "attack ads"



# Burger King


Burger King offre un restaurant à son "plus grand fan" Français.



# Burger King




**LOVE**  
CONQUERS ALL

  
Burger King

**CONTEXT:**  
Every year in Argentina, McDonald's celebrates McHappy Day, a day in which all Big Mac sales are donated to a charitable foundation that helps children with cancer.

**IDEA:**  
This year we wanted to embrace the cause and decided not to sell any Whoppers during that whole day and encouraged our customers to go and buy a Big Mac at McDonald's restaurants.

And we went there ourselves!



**THE BUREAU**  
"BURGER KING EMBRACES McDONALD'S"

**A DAY WITHOUT WHOPPER**  
THE DAY WE DONATED OUR GUESTS TO McDONALD'S CHARITY

**WE SOLD 0 WHOPPER IN 107 RESTAURANTS NATIONWIDE**

**McDONALD'S SOLD 73.437 MORE BIG MAC'S THAN LAST YEAR**

**IT WAS A RECORD YEAR FOR McHAPPY DAY IN ARGENTINA**

**Clarín®**  
"A TRUCE IN THE ETERNAL WAR OF BURGERS"

AdAge TAXI Webretail **ADWEX** YAHOO! **WUOLAH** 24/7  
LaVoz EL MISIONERO **LA CAPITAL** EL CRONISTA **PERFIL**

Fin de la guerre? bien sûr que non , hail to the king!



6 hrs · Edited ·

Dear Burger King,

Inspiration for a good cause... great idea.

We love the intention but think our two brands could do something bigger to make a difference.

We commit to raise awareness worldwide, perhaps you'll join us in a meaningful global effort?

And every day, let's acknowledge that between us there is simply a friendly business competition and certainly not the unequaled circumstances of the real pain and suffering of war.

We'll be in touch.

-Steve, McDonald's CEO

P.S. A simple phone call will do next time.



## Burger king

The **Impossible Whopper** » résulte d'un partenariat entre **Burger King** et la jeune pousse **Impossible Foods**, qui développe des substituts de viande et de fromage à base de plantes. Concrètement, le burger d'**Impossible Foods** contient principalement des protéines de blé, de pomme de terre et de l'huile de noix de coco.

