Burger King et 800 alternants : le match parfait.

Chez BK, ce ne sont pas des histoires sans lendemain

Chez Burger King France, L'alternance c'est avec un grand A ! Chaque année, Burger King France accueille des alternants aux parcours variés. Avec plus de 30 000 collaborateurs et un réseau de plus de 600 restaurants en France, l'enseigne continue de grandir… sans jamais oublier ceux qui la font tourner au quotidien. L'enseigne mise sur la promotion interne comme moteur de développement, avec une ambition claire : que 80% des équipes de direction de ses restaurants soient issues de ses propres rangs. Autrement dit, ici, on peut commencer en alternance et finir aux commandes.

Une campagne qui parle (vraiment) aux nouvelles générations

Pour accompagner ce plan de recrutement, Burger King France déploie une campagne de communication originale qui part d'un constat aussi simple qu'imparable : en 2026, trouver une alternance est aussi compliqué que trouver l'amour. Imaginée avec l'agence Néno, la campagne détourne les codes du dating pour créer un parallèle entre recherche d'alternance et recherche amoureuse.

Objectif : rendre l'alternance plus accessible et surtout plus engageante, en parlant le langage des nouvelles générations, sans filtre.

Déclinée sur les réseaux sociaux, les plateformes digitales dont Tinder et sur le terrain via des "petites annonces de rencontre" déposées dans des laveries automatiques parisiennes ou encore dans les salons et forums étudiants, la campagne s'accompagne de chatbot pour simplifier le parcours candidat et faciliter la mise en relation.

Parce que trouver une alternance, ça ne devrait pas être plus compliqué que trouver le match parfait.

« En 2026, nous sommes fiers d'accompagner une nouvelle génération d'alternants, appelée à grandir avec nous et à construire l'avenir de la marque partout en France. En grandissant avec nous, ces talents contribuent à relever les défis de demain et à faire vivre une expérience toujours plus forte, plus audacieuse et plus proche de nos clients. »

Gaël Mosny, Directeur Ressources Humaines Bertrand Franchise

À PROPOS DE BURGER KING FRANCE

Burger King France poursuit avec succès son implantation dans l'hexagone : un projet ambitieux porté par un produit mythique, le Whopper®, également décliné en version veggie, et un concept unique, une viande de bœuf grillée à la flamme, des ingrédients frais et des burgers préparés à la commande. Bertrand Franchise, leader français de la restauration en franchise et filiale du Groupe Bertrand, assure le développement exclusif de Burger King® en France. Burger King France, c'est plus de 600 restaurants et 180 franchisés qui font rayonner la marque localement chaque jour.

CONTACTS PRESSE
servicepresse@burgerking.fr

Restez à l'affût, et suivez-nous :