

La restauration nomade

Jusqu'alors plutôt épargnée par la crise, la pause méridienne n'a jamais aussi bien porté son nom. La part des repas pris sur le pouce ne cesse de croître avec pour conséquence une explosion de l'offre de snacking.

► Pour faire face aux changements de comportements des salariés vis-à-vis de la restauration en entreprise, les professionnels de cette activité innovent. Distribution automatique à toute heure, plateaux-repas pour toutes les bourses et restauration collective modulaire... le secteur tout entier doit répondre à une tendance de fond : la nomadisation des habitudes alimentaires.

Adepte du tout « tout de suite »

Hausse des impôts, gel des salaires... la crise continue de grignoter un peu plus le pouvoir d'achat des Français, en recul de 0,1 % en 2011 et de 0,8 % en 2012 (estimations de l'INSEE). Excellent baromètre de notre santé économique, l'analyse des comportements des Français à la pause méridienne fait apparaître des tendances de fond. « Ces dernières années, nous avons observé un transfert de la restauration commerciale vers la restauration collective et de la restauration collective vers la lunch box », a souligné François Blouin, Dirigeant fondateur de Food Services Vision lors de son intervention le 20 mars 2013 à Cantina, la Convention biennale de la restauration collective. La morosité économique n'est pas la seule responsable de cette évolution. L'arrivée sur le marché de l'emploi de la génération Y, plus versatile dans ses modes de consommation, friande de nouvelles technologies et adepte du tout « tout de suite » a également encouragé

« Distribution automatique de plats appertisés à réchauffer au micro-ondes et produits frais à emporter disponible à toute heure »



Le concept « À Propos », lancé en 2012 dans un cabinet d'affaires situé au 52 de l'avenue Hoche à Paris.

une nomadisation des habitudes alimentaires. Exit la cantine, ce sont les produits de collations et les formules rapides que plébiscitent les jeunes salariés à l'heure du déjeuner.

La distribution automatique monte en gamme

À fin de répondre à ces nouvelles tendances, les professionnels de l'alimentation hors foyer modulent leur offre de produits et de services. C'est le cas des prestataires de la restauration automatique d'entreprise. Longtemps porté par le développement du snacking, le secteur connaît un petit essoufflement depuis quelques années. La flambée du prix des matières premières (café, sucre, plastique...), la hausse de la TVA de 5 à 7 % sur les produits de consommation immé-

diante et la mise en place de la taxe sur les sodas ont en effet poussé les professionnels de la distribution automatique à augmenter leurs tarifs. Pour justifier les hausses de prix, ils misent sur une montée en gamme de leurs produits. Résultat, l'offre de distribution automatique a été considérablement élargie, poussée par les

exigences accrues des consommateurs pour des produits sains et de qualité. Les cafés grands crus et les boissons type « spécialités » mariant café, lait et/ou chocolat transforment le petit noir insipide en moment d'exception. Et les laitages, ainsi que les sachets de fruits frais côtoient désormais les paquets de chips et les barres chocolatées. Pour inciter ses adhérents à mettre en place une offre de snacks frais et sains, la NAVSA (chambre syndicale nationale de vente et services automatiques) avait signé en 2006 une Charte Nutrition Santé. En 2011, elle a décidé d'aller plus loin en lançant un label « feelGood, De la variété dans votre distributeur »®. Ce label est délivré aux entreprises répondant précisément à un cahier des charges d'assortiment de produits respectant une certaine variété et élaboré à partir des recommandations du PNNS (Programme National Nutrition Santé) et du GEMRCN (Groupe d'Etudes des Marchés Restauration Collective et Nutrition).

La variété de l'offre ne s'arrête pas aux snacks. Certaines sociétés comme Snack and Co ou Ici & Maintenant vont même plus loin en proposant une distribution automatique de plats appertisés à réchauffer au micro-onde ou de produits frais à emporter, disponibles à toute

heure : un marché en pleine expansion, en phase totale avec la recherche d'une plus grande flexibilité de l'offre alimentaire.

Nomade, mais sur un plateau... écolo

La livraison des plateaux-repas, qui avait connu un bel essor ces dernières années, connaît également un sérieux ralentissement. Selon une étude du cabinet Xerfi, la croissance du chiffre d'affaires des sociétés de ce secteur n'a été que de 6 % en 2012 (contre 12 % en 2011) et ne devrait pas dépasser les 4 % en 2013. Meilleur marché que la pause-déjeuner en extérieur, ce mode de consommation nomade continue néanmoins de séduire les cadres et les entreprises, qui en font une alternative de choix au repas d'affaires. De nombreuses sociétés se sont développées sur ce secteur proposant des offres variées allant du simple plateau repas aux coffrets de luxe mêlant présentation raffinée, mets originaux et ingrédients haut de gamme. Présent sur le marché depuis 1987, Class' croute accompagne la vie de l'entreprise, ses rythmes de travail et de détente, ses horaires. Du petit-déjeuner d'affaires au repas assis, des cocktails pour les départs à la retraite aux pauses à l'heure du thé, ce spécialiste de la restauration livrée sur le lieu de travail a connu toutes les évolutions du secteur, notamment sur les questions relevant du développement durable. Chez Class croute, les coffrets repas sont en pulpe de canne à sucre, un matériau 100 % biodégradable, les gobelets plastiques ont été remplacés par du PLA biodégradable en 3 mois et les couverts en inox sont désormais en bambou.

Le snacking, conjugué à toutes les sauces

Selon une étude sur « le Snacking comme un mode alimentaire de masse », publié en 2012 par le cabinet Gira Food Service, aujourd'hui environ 7 % des entreprises disposant d'un restaurant ont implanté un concept de restauration snacking en complément ou en substitution à la cafétéria classique, soit un univers de l'ordre de 700 unités (hors cafétéria). « Il y a quelques années, la demande de snacking n'apparaissait que dans un appel d'offres sur trois. Elle est désormais systématique », confirme Jocelyne Gisquet, directrice marketing entreprise et administration chez Sodexo France. « Dans certaines cantines d'entreprises, le snacking peut représenter jusqu'à 10 à 15 % de l'activité restauration », poursuit-elle. Pour capter le client et l'inciter à rester dans l'entreprise durant sa pause méridienne,

la plupart des sociétés de restauration collective ont développé une offre de restauration rapide. Parmi les SRC ayant développé les concepts les plus aboutis, on peut citer Sodexo (Plazza Express), ou encore Eurest (Déli-concept, Simple et bon, Ôhé Express). Quand ils ne développent pas des concepts « maison », les professionnels de la restauration collective choisissent de travailler en partenariat avec de grandes enseignes de la restauration rapide. C'est le cas d'Elior qui propose des marques de centre-ville en entreprise : Exki pour les collaborateurs de GDF Suez à la Défense et de l'Oréal à Saint-Ouen, Paul pour les salariés d'Eurocopter à Marignane ou encore Bert's chez Renault.

Le développement de l'offre snacking en entreprise bénéficie à tous : aux salariés qui y voient une solution à ses contraintes de temps et de budget, à l'enseigne de restauration collective qui peut désormais offrir un service sur un marché qui lui échappait mais également aux entreprises qui peuvent mieux rentabiliser leur espace de restauration en diversifiant l'offre et en amplifiant les horaires d'ouverture.

De nouveaux lieux pour consommer

Le développement de l'offre de snacking ne doit néanmoins pas négliger un autre aspect : comment accueillir les pauses-déjeuner de ses salariés tout en respec-

tant la loi ? En effet, le code du travail « interdit à l'employeur de laisser ses salariés prendre leur repas dans les locaux affectés au travail ». Pour les entreprises de 25 salariés ou plus, cette restriction s'accompagne d'une obligation de mise à disposition d'un espace de restauration dont les installations, les équipements et l'utilisation doivent répondre à un cahier des charges et à un règlement bien précis. Pour les entreprises disposant d'une cantine, « le local de restauration peut être installé dans les locaux réservés à celle-ci », précise également la loi. Entre ceux qui aiment prendre leur repas à table et les digital natives qui préfèrent manger leur sandwich en surfant sur leur tablette, comment répondre à tous les besoins de ses collaborateurs ? En 2011, Elior a trouvé le compromis en lançant un nouveau concept de restauration, particulièrement dans l'air du temps : OChêne. Développé dans le restaurant inter-entreprises d'Inovallée, la technopole grenobloise, ce concept a de quoi séduire. Ouvert tout au long de la journée, il permet aux collaborateurs du site de se restaurer en fonction de leurs envies grâce à quatre espaces à l'ambiance et aux usages différents : un self, un espace de restauration rapide avec connexion wifi, une salle à manger design et un lounge pour les moments de repos.

C'est cette recherche de convivialité, de modularité et flexibilité qui caractérise également le concept A Propos lancé en 2012 par Sogeres en partenariat avec Alain Ducasse Entreprise et le cabinet d'architecture Jouin-Manku. Situé au 52 de l'avenue Hoche à Paris, dans un cabinet d'affaires, ce restaurant d'entreprise nouvelle génération de 500 m² associe modularité et technologie. Compartimenté en plusieurs espaces (mange-debout, assises classiques, espaces lounge), il accueille les salariés en continue de 8h30 à 20h30. A la fois lieu de détente et espace de travail grâce à ses bornes wifi, A Propos révolutionne les codes classiques de la restauration en entreprise. Ouvert toute la journée, il permet de rentabiliser un espace jusqu'alors mal exploité. Une petite épicerie fine permet même de faire quelques emplettes ! « Design, service, offre de produits, tout est fait pour créer de la valeur ajoutée », précisait Michel Franceschi, président du directoire de Sogeres lors de son lancement. Un nouveau business model qui a de belles heures devant lui.

● Céline Jacquot,
journaliste spécialisée

MON COLLÈGUE EST UN CORDON BLEU !

Comment manger plus sainement, économiser de l'argent et renforcer les liens sociaux au sein de son entreprise ? En partageant un plat que l'on a cuisiné avec ses collègues ! C'est l'idée, devenue application, qui a germé dans la tête de jeunes développeurs lors d'un hackathon BeMyApp (sorte de brainstorming informatique) inter-agences sur le thème « 48h pour sortir de la Crise ». Le principe de l'application BeMyGuest est simple : en quelques clics vous pouvez partager un plat que vous avez cuisiné ou réserver une part d'un plat cuisiné par un collègue. « A une époque de tension économique nous avons pensé BeMyGuest comme un système D, une application qui permet de créer du lien social entre les collaborateurs », explique Camille Amoretti, responsable du département heaven mobile.