

Marché

La pause déjeuner à l'heure du travail hybride



Culturellement ancrée dans les habitudes des collaborateurs français, la pause repas est bien plus qu'un moment pour se nourrir. C'est aussi un espace de socialisation, de convivialité, de partage et d'échanges. Avec le travail hybride, alliant télétravail et travail au bureau, elle peut contribuer plus encore à jouer ce rôle de lien dans ce nouveau mode de travail et doit, de fait, évoluer.

Si le travail hybride impose de nouvelles contraintes aux entreprises, il change aussi les habitudes quotidiennes des salariés. En travaillant quelques jours à distance et quelques jours au bureau, les salariés doivent adapter leur rythme de vie en permanence. Pour les entreprises, c'est une organisation à recréer, avec des habitudes nouvelles et des outils adaptés. De fait, le déjeuner au travail doit évoluer, non seulement pour les salariés sur place, mais aussi pour ceux en télétravail.

Plus flexible et plus connectée, la nouvelle génération arrive

Aujourd'hui, fini les plateaux sur des rails, et les files d'attente. De même, le repas classique « entrée - plat - dessert » ne pèse aujourd'hui plus que 13 % des repas pris dans les restaurants et les Français grignotent davantage, totalisant jusqu'à

5,5 prises alimentaires par jour, sous la forme de petits déjeuners, brunchs, snacks, en-cas, déjeuners, goûters, tea-time, collations, apéritifs, etc.

Ainsi, selon que le salarié est nomade ou sédentaire, qu'il dispose de dix minutes ou d'une heure, que son repas soit un pur moment de détente ou vienne s'insérer dans une réunion de travail entre collègues ou une visio-conférence avec des correspondants étrangers, ses besoins, en matière de restauration varient. Les salariés ne souhaitent plus régler leur journée de travail en fonction des horaires d'ouverture de leur cantine.

Il faut que son environnement de travail lui offre cette diversité de formules (des food trucks, une sandwicherie, des kiosques à thème ou encore livraison de repas sur le lieu de travail ou le domicile.)

aux horaires de fonctionnement et temps de consommation adaptés à son propre rythme de travail ou son emploi du temps.

C'est d'autant plus vrai que les consommateurs sont peu captifs et les substituts nombreux (restauration rapide, rayons snacking des supérettes, fait-maison...). Ils vont passer d'un concept à un autre selon leurs envies, leur humeur, les personnes qui les accompagnent et les différentes occasions de consommation, leur dépense variant selon leurs choix. On est en présence d'une nouvelle manière de consommer, avec un consommateur zappeur.

Une certitude : le virus a joué un rôle de catalyseur, au profit d'une plus grande personnalisation du service et de la digitalisation de l'offre (click & collect, click & deliver, commande à table).

« Nous étions sur des concepts installés depuis longtemps : les cantines, d'un côté, qui s'adressaient plutôt aux grandes sociétés, et les titres-restaurants, plutôt destinés aux PME, le tout complété par la livraison de repas. Aujourd'hui nous proposons une offre intégrée apportant une combinaison de solutions à nos clients », explique Stéphane Roger, directeur général de la branche services aux entreprises chez Sodexo France.

Repenser la restauration avec des offres individualisables et multimodales

La baisse de la fréquentation induite de fait par le télétravail risque de dégrader l'offre et/ou de pénaliser la rentabilité du restaurant d'entreprise. Le prestataire de restauration doit trouver des solutions selon les attentes de son client : réduction du choix, amélioration de la qualité, fermeture certains jours, fermeture de la restauration rapide, préparation des repas pour un autre site ou sur un autre site sans oublier la « continuité de service » à domicile.. Il faut redéfinir les codes de consommation, repenser les cantines d'entreprises et offrir des alternatives aux salariés en déployant des offres individualisables et multimodales.

Les concepts de restauration se transforment pour devenir des lieux où l'on peut venir à tous moments de la journée pour manger, se rassembler, travailler ou encore faire son marché. « Des espaces pensés comme des lieux de rencontre et de vie, plus intimes, polyvalents, s'adaptant aux consommateurs et aux moments de la journée : corners, kiosques, work cafés, lounges, salons, mini-cuisines, tables de partage », explique Gaétan de L'Hermitte d'Eurest. On y déjeune, on y mène une réunion, on vient y travailler seul... libre à chacun de s'installer.

En France, le Groupe Big Mamma s'est imposé comme un référent en la matière avec La Felicità, ancien hangar réhabilité avec des espaces de coworking, salle de séminaire, café, bar et restaurant. Niveau restauration, ces espaces sont agencés en stands présentant chacun une offre différente, puis des lieux communs pour déguster ensemble les repas. Ces espaces sont accessibles chaque jour et à toute heure pour l'ensemble des collaborateurs. Ce concept permet de composer son menu en fonction de ses envies, en réunissant plusieurs propositions culinaires à travers des mini-restaurants thématiques

Au sein de l'entreprise, l'installation de frigos connectés, accessibles 24/24 et 7/7,

et alimentés par des repas frais de qualité traiteur à prix attractifs répond aussi aux nouveaux usages et aux nouveaux comportements alimentaires des salariés au travail.

Créer une véritable expérience client

L'échelle de valeur a changé, l'uniformité et la standardisation ne sont plus de mise. Les géants de la restauration collective se sont adaptés. Pour tous, il s'agit de fidéliser le client où qu'il soit.

Chez Sodexo, on entend jouer sur toute la palette de prestations de la maison. Pour répondre à des fermetures temporaires de restaurants collectifs ou en l'absence de cuisine dans les entreprises, Sodexo propose l'alternative « Enjoy » : dans un espace animé par un « Enjoy Officer », les collaborateurs bénéficient de produits préparés quotidiennement par une cantine du groupe située dans un rayon de quelques kilomètres. Plastic Omnium, par exemple, y a recourt.

Compass, avec sa marque Popote mais aussi Elixir avec la start-up Nestor qu'elle a rachetée ou encore Sodexo avec Food Chéri, diversifient leur offre et bouleversent les codes de la restauration d'entreprise en livrant des petits plats maison ultra-frais. Sodexo permet également de commander en un clic un « Prêt à dîner » à récupérer à la sortie du bureau, pour une consommation le soir ou le lendemain midi s'ils sont en télétravail. Son « Petit épicier » met, lui, à disposition des paniers de fruits et légumes de producteurs locaux et des produits alimentaires sur le lieu de travail.

Les start-ups Foodles ou Pop Chef offrent aussi de nouvelles façons de se restaurer : soit directement dans l'espace restauration avec les frigos connectés, soit via un service de pré-commande et de livraison sur le lieu de travail. (différents de ceux qui se trouvent dans les frigos) Au final ce sont 10 plats différents par jour qui sont proposés par Foodles.

Face au développement de la livraison et à la concurrence, le restaurant doit proposer une plus-value et donner envie. « Pour autant, ce n'est pas la fin de nos restaurants d'entreprise », affirme le PDG de Compass France. « Nous sommes persuadés qu'à l'avenir, il y aura moins de salariés sur site mais plus assidus, et ces espaces deviendront encore plus des lieux de vie et d'échanges avec les collègues, où le ticket moyen sera plus élevé car les convives se feront plaisir », ajoute-t-il.

Le digital au service du bien manger

Décidément, la crise sanitaire fait bouger les lignes... et le commerce en ligne. La technologie se met au service du bien manger. Bornes interactives, cuisines connectées, commandes et paiement en ligne, menus QR code... aujourd'hui, le digital fait partie intégrante du commerce et de la restauration.

Avec sa Carte Pass et ses titres-restaurants, Sodexo permet enfin aux collaborateurs d'acheter leur nourriture chez les commerçants ou restaurateurs de proximité.

Le secret des frigos connectés est d'être équipés d'antennes RFID (« radio frequency identification ») servant à repérer chaque plat, sur lequel est collée une micropuce, et à envoyer l'information sur une plate-forme dédiée. Ce système permet d'obtenir une traçabilité complète des produits livrés et l'état des stocks en temps réel et d'être au plus proche des attentes des employés qui les utilisent pour optimiser les réassorts et limiter ainsi le gaspillage alimentaire.

Une restauration durable et anti-gaspi

Une enquête, réalisée avec l'association FIG qui délivre un label écoresponsable, affirme que 90 % des clients affichent leur préférence pour les établissements soucieux de l'environnement, et 65 % se disent prêts à payer plus cher. Nous assistons à une prise de conscience écologique et donc une sensibilisation au gaspillage alimentaire.

D'ailleurs, ces restaurants d'entreprise nouvelle génération, valorisent tous, les géants comme les start-up, les produits bio locaux ou de saison, les emballages écologiques, la lutte contre le gaspillage alimentaire et l'approche zéro déchet.

Enfin la notion d'engagement solidaire s'invite à table. Elixir s'appuie sur sa marque Ansamble, née en Bretagne, pour diffuser plus largement ses bonnes pratiques en matière de circuits courts et de RSE. Présente à l'Opéra de Paris et leader de la restauration des crèches, Ansamble, a travaillé sur sa raison d'être et devient la première « entreprise à mission » de la restauration collective. Sodexo, de son côté, a lancé en mars son programme Impact + afin d'accompagner ses fournisseurs engagés dans l'économie inclusive, et en mai dernier « La Passerelle », une légumerie travaillant à l'employabilité des habitants des quartiers prioritaires de Clichy-sous-Bois. ■

ANNE HIBALE
Journaliste