

Marché

La restauration collective se met au goût du jour



La crise sanitaire a rebattu les cartes en favorisant l'essor du télétravail. Le taux de fréquentation des cantines a baissé de 20 à 30 %. Ce phénomène a entraîné la fermeture des selfs surdimensionnés au profit de nouvelles solutions présentées comme plus souples et moins coûteuses.

Après deux années compliquées pour la restauration d'entreprise, 2022 signe le retour à la stabilité mais avec une activité en baisse par rapport à l'avant Covid. L'organisation du travail a en effet connu de profonds bouleversements suite à la crise sanitaire, avec l'essor du travail hybride devenu la nouvelle norme dans certains secteurs. Le marché de la pause déjeuner des salariés a dû se transformer pour répondre aux évolutions de la société et du monde du travail, tout en subissant un contexte inflationniste et des contraintes réglementaires accrues.

Une restauration multimodale

L'organisation de la semaine de travail devient moins prévisible avec la nécessité de proposer plus de souplesse dans les solutions de restauration. En parallèle, les consommateurs sont devenus plus

exigeants quant à leur alimentation et attendent une restauration de qualité.

Enfin, l'essor du travail en mode hybride s'est accompagné de celui du flex office avec une réduction des mètres carrés de bureaux. A ce titre, les entreprises aménagent de nouveaux espaces collaboratifs et de convivialité.

Pour toutes ces raisons, la restauration d'entreprise est passé d'un modèle basé sur le choix et la quantité à petits prix, à des propositions plus qualitatives, plus souples, mieux adaptées aux attentes d'aujourd'hui.

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.

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 (restauration rapide, rayons snacking des superettes, fait-maison...) sont nombreux. Ainsi, 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.

Mise en place de concepts variés

Les DRH doivent répondre à cet enjeu de flexibilité sans oublier que pour attirer des talents, il faut soigner l'offre de restauration. Plus de 70 % des candidats considèrent que la qualité de la restauration est un critère de choix

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

Vers des espaces plus conviviaux

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.

« Une offre diversifiée de restauration, sur une plage horaire plus longue, est un levier pour faire revenir les salariés sur site après la période de télétravail », note Esther Kalonji, déléguée générale du syndicat national de la restauration collective.

« Les salariés ont changé leurs habitudes. Ils n'apprécient plus d'aller au self pousser leur steak frites sur un plateau-repas », insiste Sébastien Chapalain, directeur général d'Hoplunc. Implantée à Strasbourg, Metz et Lille, cette PME du Bas-Rhin (environ 3 millions de chiffre d'affaires) propose aux salariés travaillant en périphérie de ces localités une grande diversité de plats du jour cuisinés par des restaurateurs. Sans frais de livraison ni minimum de commande.

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 Elior 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.

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.

Développement de cantines connectées

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.

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

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 engagée et responsable

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 qui selon l'Agence de transition écologique représente environ 10 millions de tonnes de produits par an en France.

D'ailleurs, ces restaurants d'entreprise nouvelle génération, privilégient tous, les géants comme les start-up, les circuits courts et les produits bio locaux ou de saison permettant de réduire son empreinte carbone. Un véritable effort est également déployé pour réduire la quantité d'emballages jetables qui sont progressivement remplacés par des contenants biodégradables ou réutilisables favorisant la lutte contre le gaspillage alimentaire et l'approche zéro déchet. ■

ANNE HIBALE
Journaliste