



1 Convivial et modulable, le concept Café et Compagnie d'Elior répond aux attentes des différents profils de consommateurs de l'établissement de santé.

2 Food Truck Agency propose une offre culinaire différente chaque jour pour inciter les salariés des entreprises à goûter des plats créoles, argentins, japonais...

3 Avec Trafic'Which, les sandwiches sont assemblés au fur et à mesure. Aujourd'hui, les préparations se font de plus en plus devant les clients qui veulent être rassurés sur leur provenance et leur qualité.

FOCUS

SNACKING

Sur le pouce, mais

Pour garder ses convives et les dissuader de céder aux appels de la concurrence, la restauration collective s'est adaptée à l'évolution de leurs besoins. S'inspirant des formats de la restauration rapide, elle a bien compris l'intérêt de snacker...

« **L**es premiers à proposer de la restauration rapide furent les hôpitaux, il y a vingt ans, en implantant en leur sein des cafétérias pour les visiteurs, les accompagnants et pour offrir une alternative au personnel », observe Olivier Schram, directeur associé de PH Partners et organisateur de Cantina. Les SRC ont elles aussi tracé leur sillon. Elior a développé son offre il y a une dizaine d'années. « Nous avons répondu aux besoins des patients et du personnel. C'était une façon de retrouver des points de repère en rappel à la vie à l'extérieur », explique Michel François, responsable développement cafétérias et services associés pour le marché santé. « Nous avons développé une

marque, Café & Compagnie, présente dans près de 90 % de nos sites. »

Composée de produits frais, l'offre snacking cuisinée sur place est accompagnée de services associés (conciergerie). Des food-trucks circulent depuis plus d'un an pour proposer des animations éphémères dans les établissements. Le click and collect, présent sur 20 % des sites, permet au personnel hospitalier de commander à distance via un smartphone une partie de l'offre Café & Compagnie et du room service pour les patients en chambre.

Digital et nouveaux concepts

Toute la collective s'est mise au diapason de la rapide pour faire face à une concurrence féroce et répondre aux évolutions des comportements. Chez Sodexo, le

concept Plaza Express lancé début 2000 en entreprise rayonne aujourd'hui sur la restauration rapide ou à emporter, le concept café, en room service dans les étages lors de réunions. « Les habitudes de restauration changent, souligne Sébastien Modat, directeur marketing du segment entreprises. Depuis trois ans environ, les moments de consommation hors pause déjeuner vont croissants. » Résultat : l'offre sur le pouce englobe tous les moments de la journée, du petit déjeuner à la collation, de la pause méridienne sous forme de restauration rapide, à emporter ou de cuisines thématiques durant le break de l'après-midi. Sur la même période, sont apparus les WorkCafé, des espaces « à l'image de Starbuck, où l'on se restaure et se réunit de manière informelle pour travailler ».

Sur les campus, le discours est aussi à la segmentation de marché. « Notre principal concurrent n'est pas l'enseigne du type McDo mais le pique-nique des étudiants qui ne peuvent se rendre au self, indique Dominique Francon, sous-directeur de la restauration et des achats du Centre national des œuvres universitaires et scolaires. Nous avons fait des propositions différentes en fonction de leur disponibilité. Pour ceux qui disposent de moins de trente minutes, il existe des distributeurs automatiques. Ceux qui ont plus d'une heure vont au self. Entre les 2, c'est le snacking. 350 unités de restauration rapide sont présentes au pied des amphis, sous forme de locaux avec comptoir de vente ou vitrine libre-service, de food-trucks voire de triporteurs. Cette forme de restauration représente aujourd'hui 40 % du CA. » ●



s durable

« La question de la pause méridienne relève de la segmentation marketing de notre offre. Nous avons fait des propositions différentes en fonction du temps dont disposent les étudiants. 20 %, par exemple, disposent de quarante minutes pour déjeuner. »

Dominique Francon,
sous-directeur
de la restauration et des
achats au Centre national
des œuvres universitaires
et scolaires (Cnous)



FOCUS NOMADISME

L'entreprise, boulevard pour food-trucks

Boris Legendre a créé Food Truck Agency en 2015, avec Martin Malinvaud, alors qu'ils étaient encore étudiants à l'Insee de Bordeaux (33). « Il existe environ 1 000 food-trucks qualitatifs en France. Nous avons démarché les responsables, de très bons cuisiniers mais hélas pas de bons commerciaux. Nous leur avons proposé de s'installer dans des bassins d'entreprises où l'offre de restauration est absente ou très limitée », explique le cofondateur. À date, 16 sièges d'entreprises (de 250 à 12 000 salariés pour Roissypole) accueillent 1 ou plusieurs « camions cantines » différents chaque jour. Au menu : cuisine argentine, créole, japo-



La start-up Food Truck Agency a référencé environ 1 000 food-trucks en France.

naise, tapas..., soit 30 styles culinaires. « Proposer une offre variée incite les gens (qui peuvent utiliser leur titre restaurant) à revenir », ajoute le responsable. Le ticket moyen va de 7 à 8,50 € pour un plat et une bouteille d'eau, de 12 à 16 € avec une entrée et un dessert.

Une application permet aux consommateurs de découvrir les menus la veille et de les programmer à une heure précise pour éviter la file d'attente. Food Truck Agency prend un pour-

centage sur les ventes et s'occupe du matériel électrique et de la communication (affichage, flyers, site web). Elle a développé sa prestation à Bordeaux, Paris, Lyon et Nantes, prévoit de l'étendre à Toulouse et à Strasbourg. « D'ici à la fin 2018, nous comptons installer des food-trucks dans plus de 50 sièges d'entreprises. » La société met aussi à disposition des triporteurs et une offre viennoiserie, crêpes, glaces, boissons, pour des animations ponctuelles. ●

CHIFFRES

51 Md€

de CA pour le marché du snacking en 2017, en hausse de 5,9 %. (Gira Conseil)

2,9 Md

de sandwiches consommés en 2017, en hausse de 1,7 %. (Gira Conseil)

+9%

de burgers vendus en 2017, soit 1,46 milliard d'unités. (Gira Conseil)

38%

des Français consomment au moins un « hors repas » tous les jours. (Credoc)

1 000

soit le nombre de food-trucks estimés en France. (Food Truck Agency)

FOCUS ÉQUIPEMENT

Un four TGV Enodis

Développer une offre de snacking en restauration collective requiert d'être capable de répondre à une demande forte en un temps limité. Côté équipement, le fabricant de cuisine professionnelle Enodis a lancé le four à très grande vitesse e2S qui permet de cuire 20 fois plus vite qu'un four traditionnel. Cette rapidité a été rendue possible grâce à la combinaison de 3 technologies de cuisson : air surpressé,

micro-ondes et convection. L'appareil peut ainsi cuire 5 paninis en quarante secondes ou 4 croque-monsieur en soixante secondes. Il offre également la possibilité de cuire sandwiches, tartines, desserts (tarte fine, moelleux...) mais aussi des poissons, des crustacés ou des viandes. Cette capacité n'a pas d'impact sur la consommation d'énergie car le branchement se fait avec une simple prise mono 230V. En outre, il est très silencieux et ne nécessite pas de hotte en raison de son catalyseur intégré. ●



Le four offre des cuissons en moins de deux minutes. Simple d'utilisation, il est accessible à n'importe quel opérateur.