



PH Partners
Le conseil stratégique en restauration

Au-delà de la simple offre alimentaire

3,5 milliards de repas servis chaque année, 73 000 restaurants et près de 17 milliards d'euros de chiffre d'affaires environ, soit + 0,4% en 2012 de croissance par rapport à 2011... Cela va sans dire, la restauration collective est un secteur de poids dans l'économie française.*

Néanmoins, challengée par la restauration commerciale, son avenir dépend en grande partie de sa capacité à anticiper et innover dans un contexte économique difficile, afin de rester dans la course. Le point de vue d'Olivier Schram, directeur associé au sein du cabinet de conseil PH Partners sur les segments Entreprise et Education.

Comment fidéliser une clientèle versatile sur les segments de l'entreprise, des lycées et universités ? Quels sont les nouveaux relais de croissance pour pérenniser une activité moins subventionnée que par le passé et challengée par la restauration commerciale ? Quelle stratégie adopter dans un contexte fiscal peu stable ? Enfin, dans un contexte en proie aux vicissitudes économiques, comment optimiser les coûts et transformer le restaurant collectif en un espace autre qu'un simple lieu de consommation, puisqu'il s'agit bien là de la quête du convive ? Voilà en substance, les problématiques auxquelles est confrontée la restauration collective depuis environ 10 ans.

S'adapter pour se réinventer ?

Évoluer, anticiper et innover n'est pas évident sur tous les segments de la restauration collective. « Selon les secteurs, les avancées sont très contrastées. Sur le secteur de la santé, l'offre est très spécifique car elle est définie au chevet du patient. Difficile de bouleverser cette offre quand la mobilité des personnes est réduite ou quand les régimes alimentaires sont imposés. Néanmoins, la dynamique est bien présente dans le secteur tertiaire », indique Olivier Schram. Néanmoins, poursuit-il, « les grands segments qui connaissent des mutations sont essentiellement l'enseignement supérieur, les universités ainsi que l'entreprise ». De fait, les espaces, les modes de consommation et de distribution ont un fort impact sur le design, l'agencement des restaurants et sur l'offre alimentaire. « Depuis le self linéaire que fréquentaient nos parents, il y a trente ans, les choses ont bien changé ». Aujourd'hui, ces espaces sont totalement déstructurés pour répondre à des moments de consommation moins longs et plus nom-

breux dans la journée. Le règne de la restauration en kiosque, « fast casual », destinée à être emportée sur d'autres lieux de consommation, est bel et bien arrivé. Cette nouvelle façon de consommer répond à des besoins de compression du temps avec parfois des réunions de travail, une tâche à finaliser devant son ordinateur, des rendez-vous avec des intervenants extérieurs, des conférences téléphoniques, etc. D'où l'intérêt de penser le restaurant collectif autrement. « Outre sa fonction première, il faut envisager désormais le restaurant collectif comme un espace d'échange et de communication. Il faut donc réfléchir à un mobilier ergonomique et confortable, et un aménagement acoustique adapté », explique Olivier Schram.

Optimiser les coûts

Repenser le restaurant collectif pour en redessiner les contours pourrait laisser présager des coûts additionnels pour les collectivités. Certes, aménager le restaurant collectif comme un lieu de vie, de travail, de détente et d'échanges nécessite des investissements. « Il faut en effet que les services généraux en charge de tels projets allouent une enveloppe budgétaire au matériel. Dans ces espaces souvent vastes, il faut donner au convive l'envie de les occuper mais pas seulement aux heures de midi. C'est ainsi que pourront être rentabilisés les investissements », souligne le directeur associé de PH Partners. En faisant du restaurant collectif un endroit où l'on vient dès le matin pour une réunion d'équipe à l'occasion d'un petit déjeuner, où l'on reçoit la clientèle en rendez-vous pour un thé ou un café accompagné d'une pâtisserie, on procède ainsi à une compression des dépenses. Le lieu devient multi-modal car le besoin des populations nomades, des commerciaux, vi-

siteurs étrangers de décloisonner les locaux de travail se fait de plus en plus pressant, surtout dans le domaine du tertiaire. « Il faudra ainsi aménager de la connectique, l'installation Wifi, un éclairage modulable pour les différents moments de la journée... »

Nomadisme et qualité

Ce qu'il faut retenir si les restaurants d'entreprise souhaitent s'inscrire dans une certaine pérennité, c'est que le convive apprécie de moins en moins d'être prisonnier d'un choix ou d'une offre monolithique. D'où la nécessité d'en redessiner les contours. « La restauration collective doit pouvoir, en outre, conserver son volet social et convivial, tout en s'inspirant des nouveaux formats de restauration nomade anglo-saxonne, qui privilégie le repas non figé et une certaine liberté dans la façon de consommer, conciliant mobilité et produits sains de qualité », conclut Olivier Schram. Retenons par ailleurs que le capital temps consacré au déjeuner est sacrifié au profit du travail, mais néanmoins, les jeunes « en dépit de leur attitude zappeuse et débrillée, connaissent un regain d'intérêt pour des repas variés et se refusent à manger n'importe quoi ».

● AUDE ABOUCAYA

Le saviez-vous ?

Le début de la restauration collective coïnciderait avec la date du 13 juillet 1913, qui marque l'obligation faite aux employeurs de mettre à disposition du personnel un espace dédié à la préparation des repas avec un minimum d'hygiène.

* Source : Xerfi