

LA RESTAURATION EN GARE



Le perchoir (Gare de l'Est)



Juicy Bar Caffè (Bordeaux)



L'Étoile du Nord (gare du Nord)

Révolution à fond de train

LE CHIFFRE

+7%

de CA en
restauration
dans les gares
à 342,2 M€

À l'image des aéroports, les gares connaissent une profonde mutation qui s'est accélérée ces dernières années à la lumière des derniers grands projets d'aménagement comme Saint-Lazare en son temps, Gare du Nord actuellement et Montparnasse en cours d'appel d'offres. Plus ouvertes sur la ville, elles ambitionnent de devenir des lieux de vie où l'on se rencontre autant que l'on commerce. Pas question donc, pour la restauration de rester à quai. Les marques ont pris leur ticket et les chefs passent au comptoir... *Paul Fedèle*

Doubler en 10 ans les revenus issus du commerce, tel était l'objectif affiché par les autorités de la SNCF lorsqu'elles inauguraient en grandes pompes en 2012, la gare Saint-Lazare entièrement rénovée par la foncière Klépierre façon centre commercial. On parlait alors d'un objectif de 2 milliards de CA à l'horizon 2023. Un défi à la hauteur des ambitions exprimées alors par sa

filiale Gares & Connexions et son bras armé pour la commercialisation des espaces : Retail & Connexions. 5 ans plus tard les performances exceptionnelles de cette gare confirment ce cap ambitieux. Mieux encore, les expérimentations qui y ont été menées comme celles conduites à la Gare de l'Est ou à la Gare de Lyon, attestent du formidable gisement d'activité existant dans ces lieux de transit. Mêmes tendances, d'ailleurs,

sur les réseaux métro et RER franciliens eux aussi en grande transformation. Preuve en est, l'activité restauration dans les gares a gagné 7 % à 342,2 M€ et pèse 24 % du CA généré par les commerces (1,5 Md€ en 2016 pour 1 500 points de vente).

UN TERRAIN FERTILE

Il faut dire qu'avec 10 millions de voyageurs qui fréquentent les 3 000 gares françaises et les



Picto (Rennes)



Eric Kayser (Lille)



Picto (Gare du Nord)

7 millions qui transitent par les 309 stations de métro et RER franciliens, le terreau est fertile avec des flux exceptionnels à certains endroits et des occasions multiples de commercer « si tant est qu'on enrichisse l'expérience voyageurs et visiteurs à travers plus de confort et de services », souligne Antoine Nougarede, DG de Retail & Connexions. Pour autant, rappelle Eric Eygasier, Directeur Général Délégué, Travel Essentiel & Food service chez Lagardère Travel Retail, tous les voyageurs ne sont pas égaux et leurs attentes varient selon le type de déplacement : trajet quotidien domicile-travail, voyage professionnel ou privé ou encore déplacement seul, en couple ou en famille. Et le spécialiste du travel retail de rappeler la nécessité d'adapter son offre selon l'emplacement et surtout de provoquer le temps de pause utile à travers des propositions attrayantes. On parle là

de merchandising, voire même de géomarketing de l'offre. Tout à fait le sens des enseignes de restauration accueillies dans le métro par Gilles Alligner, le PDG de Promométro qui se félicite (lire encadré) d'inaugurer entre autres l'an prochain PRET A MANGER ou o'Tacos. « Ces marques, comme plusieurs autres que nous allons accueillir, ont le pouvoir d'interpeller le voyageur et de l'inviter à s'arrêter et à consommer ».

DES PASSAGERS EN 1er

À ceux qui pointent du doigt cette course en avant aux mètres carrés loués, Antoine Nougarede rappelle la nécessité évidente de création de valeur à travers une optimisation des surfaces commercialisables pour l'entretien du patrimoine immobilier, l'animation des gares et la création de services. « Sur l'ensemble du réseau,

400 gares disposent d'au moins un commerce et nous pouvons considérer que 50 d'entre elles ont du potentiel au regard de leur trafic et notamment les 5 grandes gares parisiennes et Lyon Part Dieu ». En frayant avec des foncières pour porter certains lourds programmes immobiliers de rénovation, Gare & Connexions leur a donné les clés de la maison pour 30 ans. C'est le cas avec Klépierre à Saint-Lazare (150 M€) qui a installé 80 boutiques sur 10 000 m² ou encore Altarea-Cogedim qui a porté l'aménagement de la mezzanine de la gare du Nord puis la réhabilitation de la Gare de l'Est et qui aura la charge de Montparnasse (2016-2020) où l'on parle de 130 commerces attendus à horizon 2020 dont 40 pour la restauration. Il est vrai que ces nouveaux acteurs ont clairement insufflé de gros moyens financiers mais aussi leur expérience des centres commerciaux

5 CHIFFRES CLÉS

- 180 000 m²**
de commerce magasins
et restaurants
- 1,5 Md€**
de CA commerce dans
les gares*
- 342,2 M€**
de CA restauration
- 3000**
gares en France
dont 400 avec au moins
1 commerce
- 2,2 Md€**
d'investissement
entre 2015-2020 pour
les rénovations

*Chiffres 2016

“ Nos collaborations étroites avec les marques nous permettent de proposer de très beaux bouquets d'enseignes ”

Eric Eygasier, Directeur Général Délégué, Travel Essentiel & Food service, Lagardère Travel Retail

et de leur culture de la gestion de flux. « Nous avons été les premiers en 2002 à accompagner la SNCF dans la transformation de la mezzanine de gare du Nord. Ces lieux de transit se distinguent par l'intensité de leurs flux réguliers et massifs supérieurs aux centres commerciaux », indique Dominique Le Guillard, Directrice Commerciale adjointe Altarea-Cogedim.

238 MILLIONS D'USAGERS À PARIS-NORD

Alors que le premier centre commercial français des 4 Temps aligne 47,8 millions de visiteurs en 2016, ce sont près de 238 millions d'usagers qui ont transité l'an dernier par la première gare d'Europe, la gare du Nord. À Paris-Gare de Lyon, ils étaient 113 millions sur la même période et 67 millions à Montparnasse. De quoi susciter les convoitises ! « Certes, une gare est plus un lieu de passage que de destination comme l'est un centre commercial mais notre ambition, aux côtés de Gares & Connexions, est de transformer ces zones de transit. Il s'agit d'en faire des lieux de

SUITE PAGE 50

LA RESTAURATION EN GARE



“ Notre savoir-faire et la richesse de notre portefeuille de marques, nous permettent de proposer de très beaux bouquets d'enseignes ”

Lionel Vazzoler, PDG de Areas

vie augmentant et améliorant la qualité du temps de présence et apportant de nombreux services dont la restauration. Elle est un vrai levier à la fois pour capter les voyageurs mais aussi des visiteurs ou des riverains », ajoute Dominique Le Guillard. En prenant l'exemple du bar éphémère Le Perchoir, installé sur le toit de la Gare de l'Est entre juin et fin septembre, elle évoque un lieu devenu destination pour les gens du quartier mais pas que. À plus grande échelle, elle nourrit les mêmes ambitions pour la Gare Montparnasse dont elle veut faire une destination restauration à part entière.

MONTPARNASSE, UN CAS D'ÉCOLE

Si à l'heure où nous bouclons, les résultats d'attribution de la première tranche de l'appel

d'offres ne sont pas encore connus, les principaux ensemble sont au taquet. Le projet Montparnasse constitue pour tous les acteurs du commerce en gare, un vrai défi en même temps qu'il constitue un cas d'école. « Les concédants (en l'occurrence Altarea-Cogédim et Retail & Connexions NDLR) ont été autrement plus exigeants que par le passé. Ils souhaitent des nouveautés, de l'originalité et des marques premium », explique Gérard d'Onofrio, patron de SSP qui constate une restauration rapide d'aujourd'hui beaucoup plus riche de diversité que celle d'hier. 22 cellules en 2 lots étaient mises en jeu en ce qui

concerne la restauration, pour cette première tranche. Il y en aura sans doute 2 autres en miroir aux travaux programmés jusqu'en 2020.

UN TICKET GAGNANT POUR LES MARQUES

« Bien que nous disposions de concepts propres de qualité, les concédants n'en veulent plus, du moins sur les très grandes gares. Ils souhaitent des marques blockbusters ou des enseignes inédites en travel retail et porteuses de modernité », ajoute Gérard d'Onofrio. De quoi pousser chacun à une vraie danse du ventre pour séduire les grands réseaux ou les jeunes pousses. « Nous avons depuis 10 ans constitué un bouquet de marques qui nous permettent d'être agiles selon les demandes jusqu'à proposer une boulangerie traditionnelle avec Eric Kayser par exemple », explique Eric Eygasier de Lagardère Travel Retail. Chez Areas, présent aujourd'hui dans 38 gares dont les 6 héritées du rachat en mai dernier, d'Autogrill Restauration Service (Saint-Lazare, Paris-Est, Lyon Part-Dieu, Roissy TGV, Nantes, Saint-Pierre-des-Corps pour 50 M€ de revenu), on rap-



La Croissanterie (Gare de Lyon)



Paul (Versailles)



Colombus Café (Gare du Nord)

pelle avoir été pionnier : « Nous avons cru très tôt aux marques urbaines dans les gares avec Paul. La culture du partenariat et de l'innovation est dans nos gènes », indique Lionel Vazzoler, Directeur Général Aéroports, Gares et Villes d'Areas. En témoigne l'appel d'offres remporté fin 2015 pour l'installation de 34 cellules de restauration à Paris-Gare du Nord et dans 6 gares de province dont Lille-Europe. C'est une vraie vitrine pour la filiale du groupe Elio qui a déjà ouvert Columbus Café et s'apprête à inaugurer courant octobre, toujours à gare du Nord, La Place, le nouveau concept venu des Pays-Bas de marché frais qui s'étendra sur 200 m², la boutique gourmande chic So Parisienne de Christophe Adam, la trattoria Roberta. À venir aussi dans les prochains mois, la locomotive Five Guys attendue fin 2017 ou encore l'an prochain Factory & Co ou Exki. Areas est parvenu à installer son tout dernier bébé maison, un coffee shop baptisé Super Wild Coffee. Et parce qu'il est entendu qu'une gare doit s'inscrire dans son quartier, Areas a signé un partenariat avec le restaurateur local Thierry Breton, (3 restaurants rue Belzunce) qui ouvrira le Bara avec un concept de sandwicherie autour du pain cuit non loin de là, dans son fournil maison « Ce parti pris d'intégration locale prend encore plus son sens dans les gares de province qui doivent s'inscrire dans leurs



« La qualité au cœur du management »
Olivier Schram - PH Partners

Les gares ont pris conscience qu'elles étaient de vrais relais commerciaux au cœur des villes et qu'elles avaient de réels services à rendre sur le parcours du voyageur banlieusard comme du grand voyageur. Elles ont souhaité accompagner la mutation de leurs commerces, et notamment la restauration, d'une vraie politique de management de la qualité. La mission d'audit de la qualité que nous menons pour Retail & Connexions à travers notre outil OCM qui leur permet, comme aux ensembliers d'ailleurs, de suivre exactement les résultats des visites de clients mystères et des contrôles périodiques.

SUITE PAGE 52

LA RESTAURATION EN GARE



Le Grand Comptoir (Bordeaux)



Brioche Dorée (Bordeaux)

Le Grand Comptoir (Gare de Lyon)



Starbucks Coffee (Gare de Lyon)



“ Les gares sont de nouveaux centres commerciaux urbains qui offrent de nouvelles opportunités mais plus risquées ”

Gérard d'Onofrio, directeur général SSP

territoires », explique Pierre-Yves Nancy, directeur commercial de Retail & Connexions. Si à la gare de Versailles-Chantier, Areas a donné sa chance au traiteur versaillais Le Bigot, en revanche à Bordeaux, Retail & Connexions a choisi le pâtissier Cyril San Nicolas qui a investi dans un kiosque en dur de 22 m² pour ouvrir sur le parvis, son tout nouveau concept « Cream'le ». « Même si je propose aussi des boissons chaudes et des macarons, nous avons tout axé sur le Cream'le, une spécialité locale que j'ai inventée l'an dernier à base de canelés revisités, un produit de voyage gourmand qui connaît un grand succès à Bordeaux ». Cette expérience en mode kiosque lui a permis de casser les codes de la pâtisserie traditionnelle en mode snacking. « C'est comme une carte de

visite qui dépasse les frontières de la ville dans les bagages des voyageurs ».

DES PÉPITES MAIS PAS QU'...

Comme nous l'avons vu, le rail est en train d'évoluer vers un modèle de commercialisation plus intensif au regard des énormes chantiers de réhabilitation qui attendent la SNCF. D'où cette nécessité de composer avec les foncières même si comme le souligne Antoine Nougarede, les prochains programmes seront davantage construits sur un principe de coentreprise. Lionel Vazzoler d'Areas parle de vraie révolution dans le montage des appels d'offres qui challengent beaucoup plus les opérateurs, cloisonnent des thématiques et

découpent les lots pour mettre en concurrence les opérateurs. Qu'en pensent les marques elles-mêmes? Que du bonheur, explique Marie-Pierre Soury, DG de La Croissanterie qui a installé deux points de vente à la gare Saint-Lazare, l'un sur les quais, l'autre dans la galerie commerciale en - 2. « Certes les marques dites fast-casual apportent de la nouveauté mais des enseignes comme la nôtre, spécialisées dans le travel retail ont tout à fait leur légitimité sur des lieux de fort flux. On est une enseigne d'impulsion, populaire et accessible et qui répond à tous les moments de la journée ». La preuve en est, le kiosque face aux arrivées de train réalise plus de 3 M€ de revenu. Face à de tels flux, les enseignes urbaines adaptent leur modèle. À La Croissanterie, 4 caisses ont été installées pour absorber le trafic et la machine à café traditionnelle avec moulin, a laissé place à une machine tout automatique. De même le merchandising ne valorise qu'un ou deux produits pour plus vite capter l'œil du voyageur. Chez Bagel Corner, installé depuis l'été à la gare de Rennes en licence de marque avec Demeter Concessions, on salue cette visibilité exceptionnelle pour une jeune marque qui compte une vingtaine de points de vente et qui réalise là, sur 23 m², entre 2 et 3 fois le CA d'une boutique de centre-ville. « Face aux be-

soins de rapidité, nous avons dû faire des compromis avec une fabrication différée et un seul pain possible alors que chez nous, les bagels sont faits minute et que le consommateur peut choisir entre 4 variétés de pains », explique Grégory Clément, cofondateur. Même constat pour Gagao, la première enseigne de cacaotéria & Coffee shop bio et équitable qui vient de s'installer dans la gare de Strasbourg en mode containers après quelques mois passés sur le parvis de la gare de Bordeaux. « Entrer en gare était pour moi une vraie occasion de me frotter à une autre clientèle de voyageurs d'affaires et de tourisme. Nous avons musclé notre offre du matin viennoiseries bio et même créé un sandwich spécial l'Egg'ao avec un œuf poché dans une brioche feuilletée », explique Stéphane Gross qui a créé le concept et qui est aussi attendu dans le métro en 2018 à Châtelet et Gare de Lyon.

UNE ADAPTATION NÉCESSAIRE

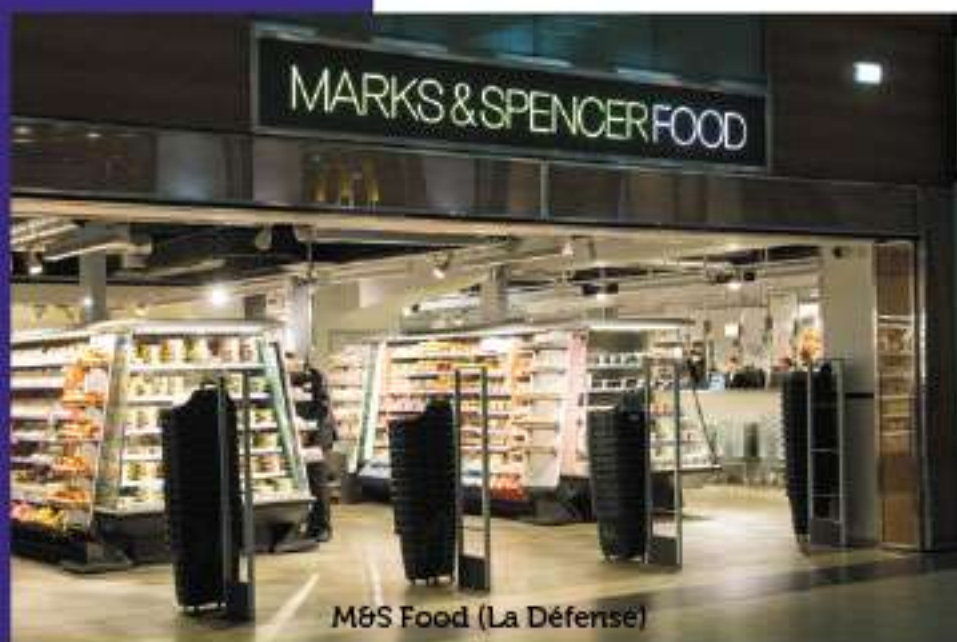
Pour les pros du sandwich gourmet Guillaume de Murard et Matthieu Babinert, fondateurs de Picto qui viennent de plier bagage à la gare du Nord après un an passé sur les quais en mode kiosque éphémère, c'était un vrai défi technique et d'exploitation pour la jeune enseigne qui fabrique



Gagao (Lille)



Colombus Café (Bastille)



M&S Food (La Défense)

LE MÉTRO FAIT SA RÉVOLUTION

Qui a dit que les marques ne souhaitent pas une aventure en sous-sol ? C'était peut-être vrai, il y a une dizaine d'années mais les choses ont changé à la faveur d'une véritable politique de dynamisation des commerces et de séduction des enseignes. Comme en gare, le métro se renouvelle et se transforme avec une montée en gamme évidente. La restauration gagne des points et pèse aujourd'hui 44 % des redevances des commerces qui s'élèvent à 22,3 M€. « Elle est de plus en plus demandée par les voyageurs qui souhaitent être rassurés par des enseignes qu'ils connaissent mais sont également enclins à la découverte », explique Gilles Alligner, PDG de Promométro. D'où sa volonté d'attirer des marques connues mais surtout d'en dénicher de nouvelles.

C'était un beau succès de parvenir à attirer M&S Food à la Défense en 2014 avec Lagardère Travel Retail. Il ne boude pas son plaisir d'avoir accueilli plusieurs nouvelles enseignes comme Columbus Café mi-septembre dans la station de Bastille et bientôt à la gare de Lyon, de compter Gagao ou La Gâfre Belge occuperont 2 des 22 lunules de la salle d'échange de la station Châtelet-Les Halles l'an prochain ou encore O'Tacos qui arrivera aussi en 2018 dans cette même gare.

L'enseigne à petit prix Oup's prendra quant à elle ses quartiers à la station Créteil-Université. Si un Starbucks est programmé fin 2017 à l'Esplanade de la Défense, un PRET A MANGER investira l'emplacement actuel du Trib's-Nicolas dans la station RER sur 134 m². « Nous sommes très fiers de compter cette belle marque de fast-casual en parfait accord avec les attentes exprimées ». Autres nouveaux venus sur le réseau, Le Club Sandwich café attendu sur 3 emplacements dont Lille et Nanterre Préfecture alors que La Mie Câline remplacera un Bonne Journée à La Gare de Lyon.

Dernière prise dans ses filets et non des moindres, Promométro aura le privilège d'accueillir dans trois stations de métro-RER (Franklin Roosevelt, Gambetta et Noisy-le-Sec, le traiteur parisien Zeste, entité du groupe Grand Chemin. Un acteur militant qui mise sur le local et l'écoresponsable aux côtés d'artisans producteurs de Paris-Région parisienne et qui a accepté de se sédentariser dans 3 kiosques tendance dont le premier ouvrira mi-décembre.



LES CHEFS RACCROCHENT LE WAGON

Qui aurait dit, il y a dix ans que les chefs seraient au cœur de la stratégie de transformation des gares et deviendraient même des acteurs à part entière de la montée en gamme de la restauration, voire même les porte-drapeaux du renouveau du buffet de gare. C'était un sacré pari, Eric Fréchon, le chef du Bristol, lorsqu'il accepte en association avec Michel Cohen (il était à l'origine de l'implantation des Paul en travel retail), l'invitation qui lui est formulée par Klépierre de s'installer au cœur de la gare Saint-Lazare. Avec ses 400 000 voyageurs/j, c'est un peu comme s'il avait ouvert une adresse au sein d'une ville comme Toulouse. À l'époque, il s'agit de revisiter le concept de buffet de gare obsolète. Lorsqu'il ouvre le Lazare le 9 septembre 2013, c'est un succès immédiat. Dans un cadre raffiné, le chef est parvenu à installer un concept de bistronomie qui plaît à une clientèle de quartier avec une carte qui vit toute la journée. On y trouve même le jambon-beurre (Bordier bien sûr) à 7,5 € fabriqué à la minute jusqu'aux références plus classiques du buffet de gare qui figurent dans le semainier avec notamment ses croque-monsieur, quenelle de brochet, fricassé de volaille... Et pour un repas plus pointu, des plats davantage travaillés autorisent d'autres explorations culinaires. Dans le sillage du chef triple étoilé Eric Fréchon,

des sandwiches authentiques aux yeux des clients. « Notre offre a été raccourcie de 11 à 7 références et nous avons consenti à fabriquer un peu à l'avance les références les plus demandées ». Retour d'expérience exceptionnel pour les deux jeunes entrepreneurs qui ont réalisé 1,2 M€ sur 25 m², trois fois plus que leur boutique historique. Ils ont gagné 2 nouveaux projets d'implantation :

l'un dans la galerie commerciale à Saint Lazare pour 7 ans, l'autre à la gare d'Austerlitz pour 2 ans. « Même si les loyers sont plus importants, c'est l'assurance de flux réguliers et d'un retour sur investissement rapide ». À l'image de Picto et de Gagao, les jeunes concepts trouvent dans les gares un vrai terrain d'expérimentation. « Quand nous avons identifié des jeunes pousses, soit nous les gérons

en direct, soit nous les orientons vers des ensembliers plus coutumiers des contraintes du travel retail. Et surtout plus à même de les accompagner, de les aider à ajuster leur offre », explique Pierre-Yves Nancy de Retail & Connexions qui rappelle les contraintes inhérentes au back-office avec, pour les opérateurs, des besoins de surfaces de stockages, de locaux sociaux pour le personnel.

SUIVE PAGE 54

LA RESTAURATION EN GARE

L'Étoile du Nord (gare du Nord)



Le Train Bleu (gare de Lyon)



Thierry Marx, parrain de Chefs de gare 2017

c'est au tour de Thierry Marx de mettre le couvert à la gare du Nord avec Lagardère Travel Retail où il ouvre la brasserie L'Étoile du Nord en septembre 2016. Il s'approprie le comptoir de gare avec une cuisine ouverte, populaire et servie en continu toute la journée. Le chef du Mandarin Oriental aligne lui aussi les classiques retravaillés et le semainier pour animer l'offre sans oublier une formule menu à 26 € ou 31 € entrée-plat-dessert. Le renouveau des comptoirs de gare passe par la case chef. L'étoile Michelin Roth est attendu à Metz où il ouvrira Terroir Lorrain by Michel Roth début décembre (lire ci-contre) tandis qu'Alain Ducasse a été annoncé à la Gare Montparnasse où il pourrait s'installer en 2018 ou 2019. Et ce n'est pas fini puisque SSP s'apprête à révéler le nom du chef étoilé du Train Bleu de Paris-Gare de Lyon alors qu'Antoine Nougarede ne cache pas son souhait de poser une toque étoilée sur Bordeaux, Nantes, Marseille. À la gare de l'Est, on a aussi depuis peu son chef puisque Altarea a signé un partenariat avec BeGourmet de Frédéric et Nicolas Priest, spé-

cialistes de l'animation de lieux de restauration pour accueillir le jeune Thibault Sombardier, 1 étoile Michelin qui installera un kiosque de 40 m² face aux quais autour du poisson. Et outre cette transformation des buffets qui vient de s'enclencher à travers les chefs, Retail & Connexions force le train sur la communication autour des cuisiniers et notamment son opération les « Chefs de gare » qui se déroule du 9 au 21 octobre dans 38 gares de France. Parrainée par Thierry Marx, elle a pour thème cette année... le sandwich qui sera réinventé par de grands chefs, présenté au grand public et diffusé ensuite via les ensembliers dans leurs différents formats de restauration.

LE DIGITAL SUR LES RAILS

Même si le mot est dans la bouche de chacun... et dans tous les appels d'offres, la digitalisation de la restauration en gare n'en est encore qu'au stade des projets. « Pour autant c'est un sujet sur lequel nous avons beaucoup travaillé notamment le click and collect qui est expé-

le 3^e chef de gare

3 QUESTIONS À MICHEL ROTH, CHEF ÉTOILÉ AUX COMMANDES DE TERROIR DE LORRAINE BY MICHEL ROTH (GARE DE METZ).

Pourquoi avoir accepté une adresse dans une gare ?

Je suis lorrain et fier de l'être même si j'occupe à la direction des cuisines et du restaurant de l'Hôtel du Président Wilson à Genève. Aussi, lorsqu'on m'a présenté le projet de transformer le restaurant Grand Comptoir de Metz en un buffet de gare à ma façon, j'ai trouvé l'idée et le défi passionnants à relever. SSP avec qui

je travaille, m'a laissé les mains libres pour imaginer une carte avec mon chef Xavier Pouly. Ce restaurant, j'ai bien l'intention de l'inscrire sur ses terres avec une carte qui s'adresse au plus grand monde et dont les produits proviennent des producteurs locaux.

Va-t-on parler de gastronomie ou de snacking ?

Ni l'un, ni l'autre mais un peu les deux à la fois. Je n'ai pas l'intention d'en faire une table étoilée mais nous y préparons des plats de tradition lorraine comme le pâté lorrain, la potée lorraine, le civet de chevreuil, les bouchées à la Reine... et sans doute plus raffinés le soir pour séduire une clientèle extérieure avec un ticket qui restera sage mais plus élevé. Si nous commencerons avec une carte du midi et du soir, rapidement une formule petit-déjeuner et goûter sera déployées tout comme une petite restauration. Etant donné qu'il y a aussi des salons privatisables, nous aurons une activité réception.

Comment expliquez-vous cette arrivée de chefs en gare ?

Emplacements stratégiques, les gares sont en cœur de la cité mais se sont un peu endormies alors que leur environnement s'est transformé. J'ai bien l'intention d'en faire un de ces lieux de destination qui, m'a-t-on dit est très attendu par les gens du coin. Alors que tous les codes de la cuisine ont volé en éclat avec la naissance des bistrot de chefs, de la restauration rapide ou encore des food trucks sans compter des émissions tv, les chefs, garants de la tradition, ont tout à fait leur place en gare.

rimenté avec succès dans nos points de vente en hôpitaux », explique Eric Eygasier qui se dit prêt à initier la démarche dans les gares. Chez Areas, l'application porte un nom, c'est Wiiishs. La promesse : en quelques clicks, le visiteur a accès à tout un ensemble de services, répertoires d'orientation en temps réel, dispositif de fidélisation et donne l'accès à une market place pour commander et être livré en gare. En test à Montpellier, l'application est attendue en 2018 à la gare du Nord, où, dans un premier temps un seul point de collecte

sera mis en place. Promomètre de son côté va initier avec Columbus un dispositif de Click & Collect qu'il activera dans un premier temps à Bastille, La Défense et Saint Lazare. « Nos clients pourront précommander, prépayer et récupérer leur sac rapidement via un coupe-file », indique Nicolas Riché, patron de Columbus. Plus connectées sur la ville, les gares sont clairement en train de se réinventer. Et dans leur mouvement, elles poussent la restauration à se renouveler pour devenir des destinations loisirs et repas à part entière. 