

Point à date et perspectives de la restauration au travail des actifs français

Cantina 2022 – 22 mars 2022

Vos contacts Harris Interactive :

Renaud Rouffiac – Directeur du département Grande Conso-Luxe - +33 (0)1 44 87 60 52 – rrouffiac@harrisinteractive.fr

Maxime Rumml – Chef de groupe Grande Conso-Luxe - +33 (0)1 81 69 32 15 – mrumml@harrisinteractive.fr



1.

Un contexte propice
aux mutations...

Le constat est général :

1. Les convives ont **bouleversé** leurs habitudes de travail,
2. se rendent **moins souvent** au bureau,
3. déjeunent **moins ensemble.**
4. La **digitalisation** des services change la donne.
5. Les services de **ventes à emporter** et de **livraison à domicile** ont explosé.
6. La responsabilité **sociale, environnementale** et l'équilibre **nutritionnel** sont clés.
7. +13% : nombre de points de vente créés en **restauration rapide** en 2021 vs. 2019

Ainsi, de nombreuses consultations pour de nouvelles solutions « repas » émergent

Ces entreprises anticipent la **diminution significative de fréquentation de leur service de restauration à destination des salariés**:

- ✓ Réduction du nombre moyen de repas servis par jour due à la pérennisation du **télétravail**
- ✓ Changement des **habitudes de consommation.**
- ✓ Une relation différente à la **pause méridienne**, plus uniquement dédiée au déjeuner

➔ Pour ces entreprises, il devient de plus en plus délicat de proposer une **offre de restauration de qualité et financièrement soutenable** (pour l'établissement via les subventions et pour le prestataire en place).

Tout en **maintenant** une offre de **restauration sur place**

<http://innovation.pactepme.org/appel/1192/solutions-de-restauration-collective-et-sur-le-lieu-de-travail>

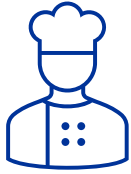


The screenshot shows a webpage from pactepme.org. The header includes navigation links: PROPOSITIONS SPONTANÉES, APPELS, RECHERCHE, and CONNEXION. The main heading is 'SOLUTIONS DE RESTAURATION COLLECTIVE ET SUR LE LIEU DE TRAVAIL'. Below the heading, there is a paragraph: 'Dans votre réponse, il est essentiel de décrire le caractère différenciant de vos compétences. Dans un délai d'un mois, le grand compte sélectionnera, parmi celles qui ont répondu, les entreprises qu'il souhaite rencontrer lors d'un rendez-vous direct.' There is a section titled 'Description des attentes' with a sub-section 'Contexte' containing the following text: 'Plusieurs établissements publics se sont réunis en groupe de travail pour réfléchir ensemble aux différentes alternatives envisageables en matière de restauration collective et sur le lieu de travail des agents. Ces établissements ont une dimension similaire (de 250 à 900 personnes maximum travaillant sur site) et rencontrent ou anticipent de rencontrer une diminution significatives de la fréquentation de leur service de restauration à destination des agents :' followed by a bulleted list:

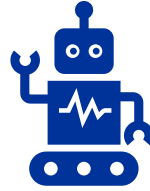
- Réduction du nombre moyen de repas servis par jour due à la pérennisation du télétravail ;
- Changement des habitudes de consommation. Aujourd'hui ces établissements proposent une restauration de type « self » qui pourrait évoluer ;
- Une relation différente à la pause méridienne, plus uniquement dédiée au déjeuner ;

 To the right of this text is an 'Informations' box with the text: 'Date limite pour faire une proposition : vendredi 18 mars 2022'. At the bottom of the page, there is a small paragraph: 'Pour ces établissements, il devient de plus en plus délicat de proposer une offre de restauration de qualité et financièrement soutenable (pour l'établissement via les subventions et pour le prestataire en place).'

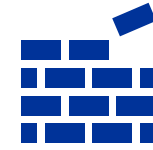
Desk research **Les différents intervenants du secteur misent beaucoup sur l'innovation !**



Des recettes
signées par des
chefs partenaires



Frigos **connectés**
Cantine **robotisée**
ou **digitale**



Modularité
des espaces



Développement des
applications /
sites web dédiés



Réservation /
récupération de
plats en cantine



Solutions
écologiques...



...healthy...



...& locales

Rattrapés par les acteurs de la grande consommation et de la distribution

Freego by



« Pour moi, l'assortiment de la proximité, c'est de moins en moins de PGC et de plus en plus de restauration »

Jean-Paul Mochet, PDG de Franprix





2.

Des mutations confirmées par
notre enquête exclusive

Un design d'étude permettant d'interroger les actifs français



- **Enquête** réalisée sur Internet en **France**, du **14 février** au **16 février 2022**



- **Echantillon : 1 228 répondants** représentatifs de la population française (sur 3 quotas)
 - Sexe: 51% de femmes et 49% d'hommes
 - Âge: 30% de 18-34 ans, 39% de 35-54 ans, 31% de 55-74 ans
 - Région: 20% IDF, 80% Province



- Pour identifier des **cibles intéressantes** :
 - **871 actifs**
 - **191 décideurs***

* Considérés comme décideurs :

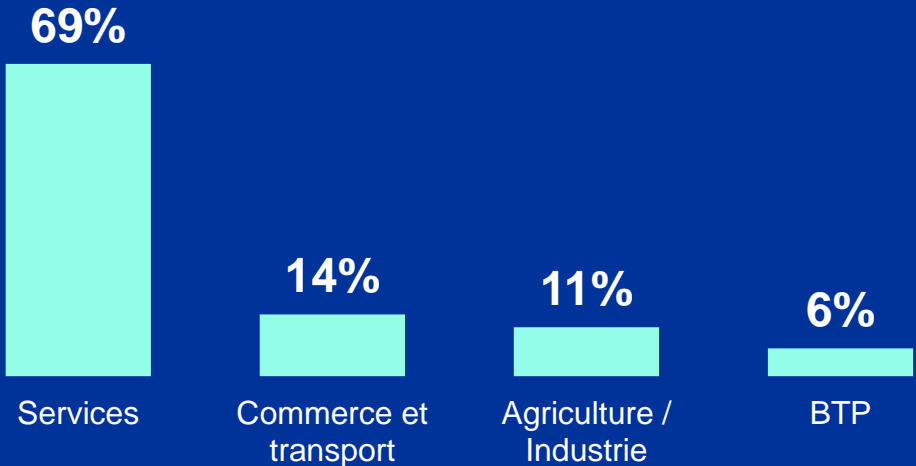
- Direction générale
- Services Généraux
- Ressources humaines
- Direction immobilière
- Direction des achats
- Office manager / Happiness manager



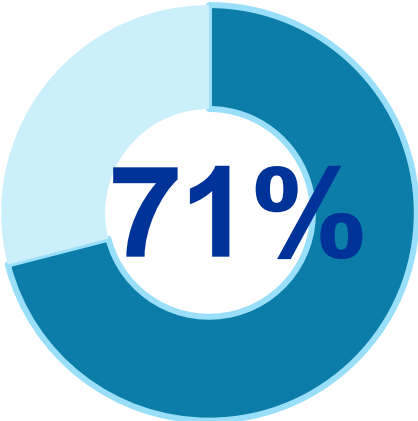
- **Questionnaire** d'environ **10 minutes**, avec **deux questions ouvertes**

Un large échantillon interrogé pour des lectures précises

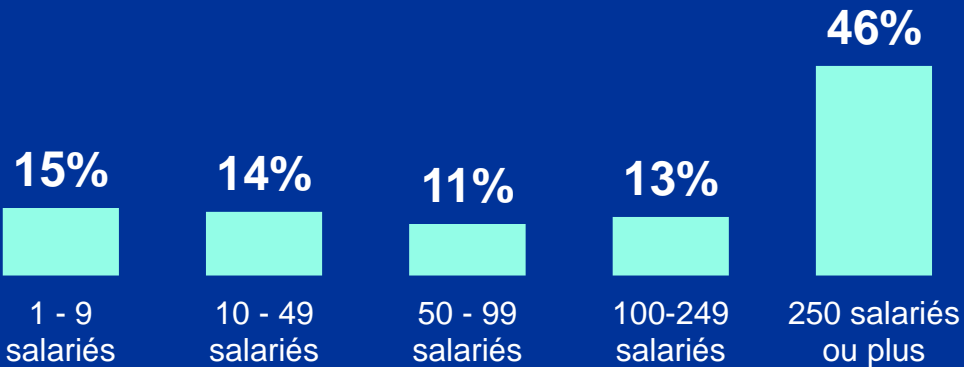
Secteurs des entreprises



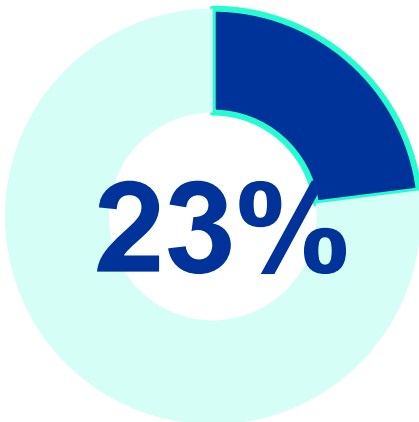
Proportion des actifs



Tailles des entreprises



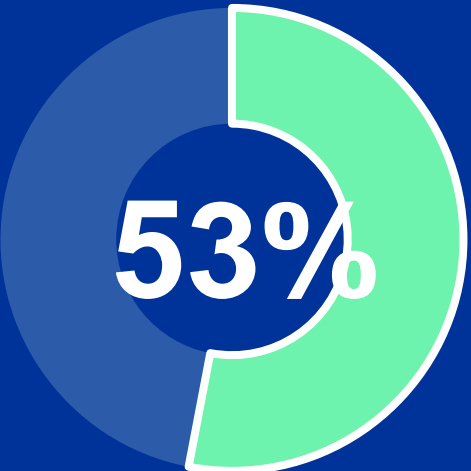
Proportion des décideurs*



- *Considérés comme décideurs :
 - Direction générale
 - Services Généraux
 - Ressources humaines
 - Direction immobilière
 - Direction des achats
 - Office manager / Happiness manager

Après des actifs, le bureau fermé sur un poste fixe reste l'aménagement privilégié

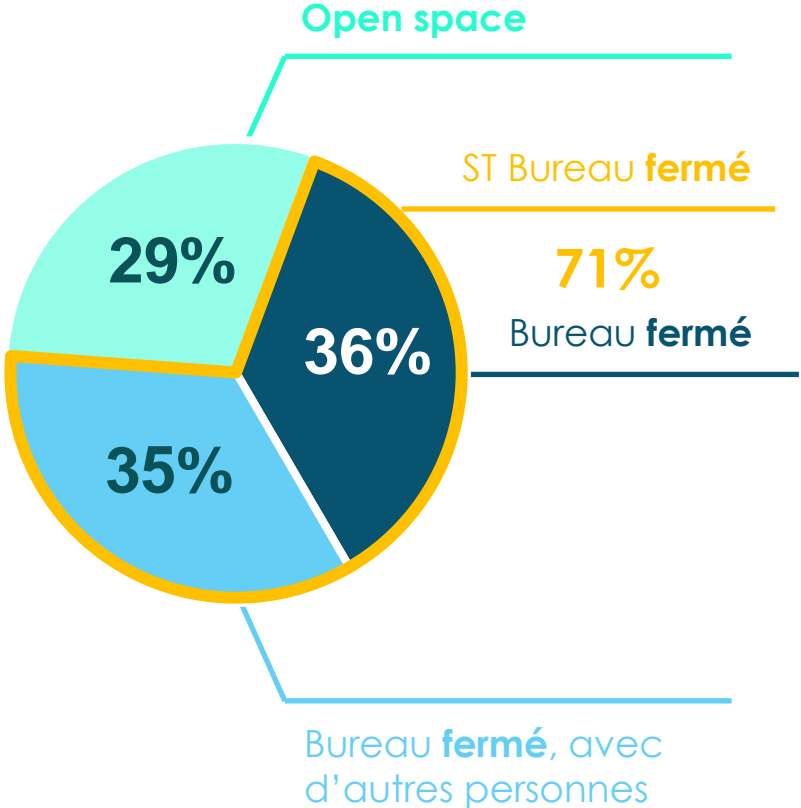
Après des **actifs** interrogés



... travaillent au sein d'un bureau

- 31% au domicile
- 23% au sein d'un établissement (scolaire, de santé...)
- 20% en extérieur
- 16% en usine, en atelier

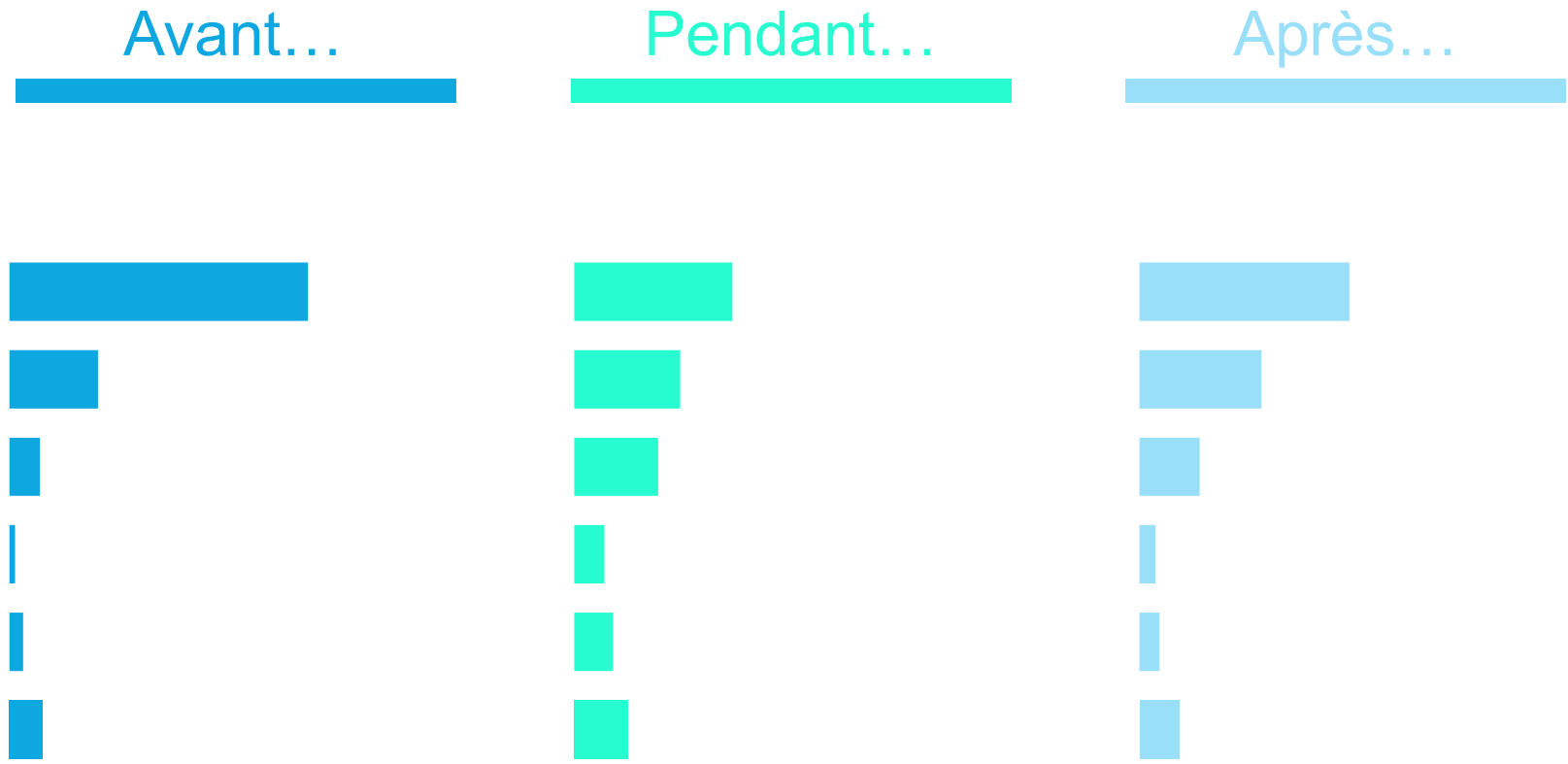
Après des actifs travaillant **au sein d'un bureau**



... travaillent sur un poste fixe

18% travaillent en flex office

Logiquement, les mesures sanitaires ont impacté la fréquentation dans les locaux des entreprises



la Covid-19

Et cette fréquentation dans les locaux augmentera après la crise de la Covid-19 sans revenir à ce qu'elle a été



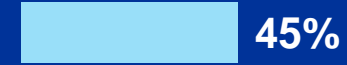
Avant...

Pendant...

Après...

la Covid-19

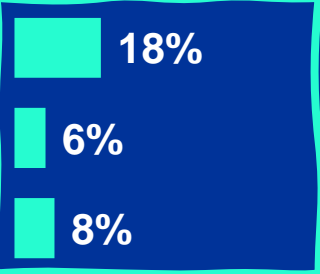
Tous les jours de la semaine



3 à 4 fois par semaine



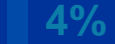
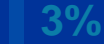
1 à 2 fois par semaine



2 à 3 fois par mois



Moins souvent



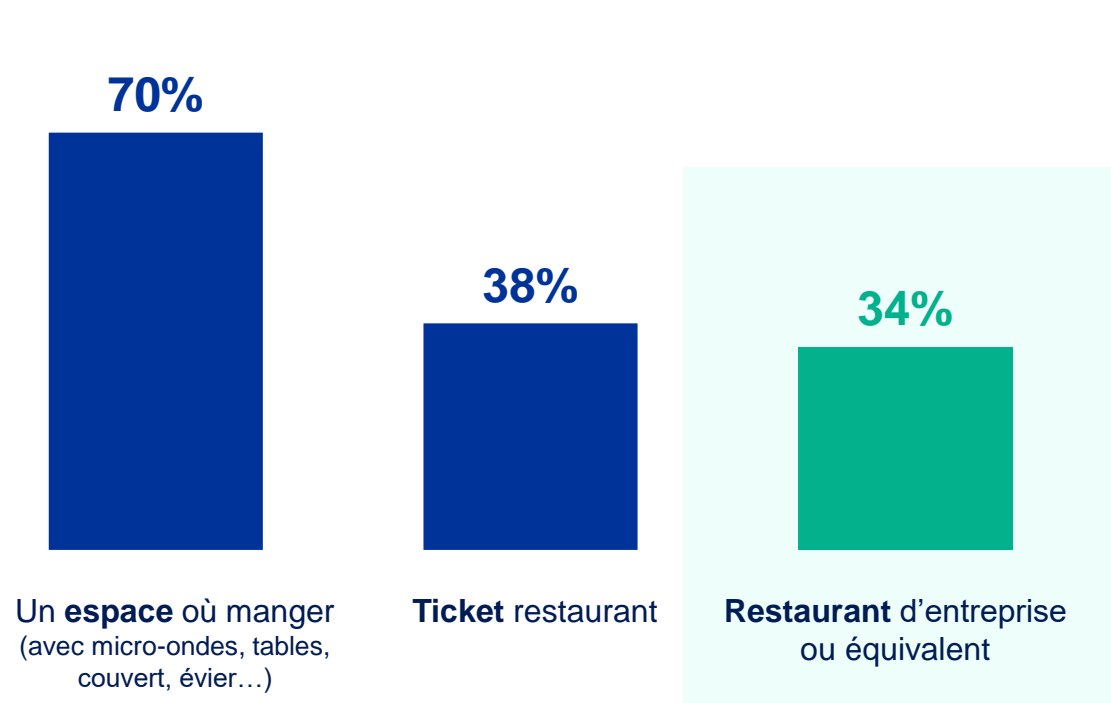
Jamais



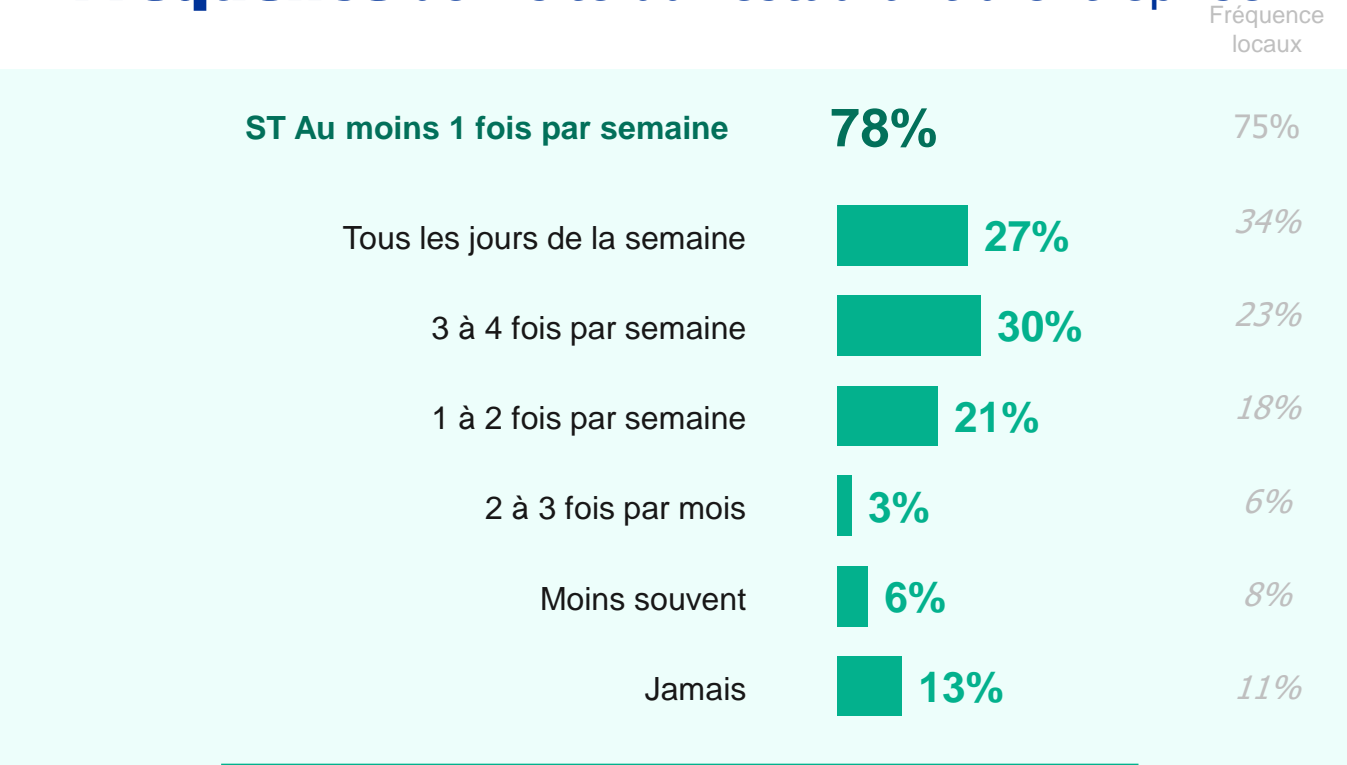
Actuellement, 1 actif sur 3 dispose d'une solution « restaurant d'entreprise » et plus d'1/4 le fréquente tous les jours



Solutions pour déjeuner



Fréquence de visite du restaurant d'entreprise



Base : Actifs dans une entreprise proposant un restaurant d'entreprise

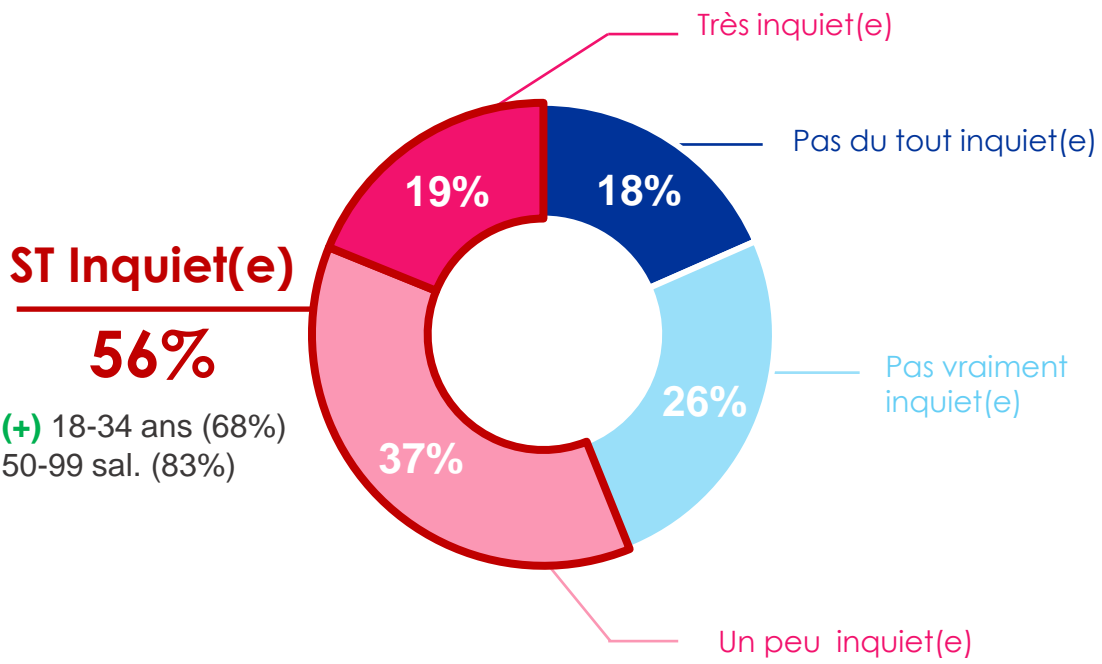
Base : Actifs

Une moitié des actifs reste tout de même inquiète à l'idée de manger dans un restaurant d'entreprise



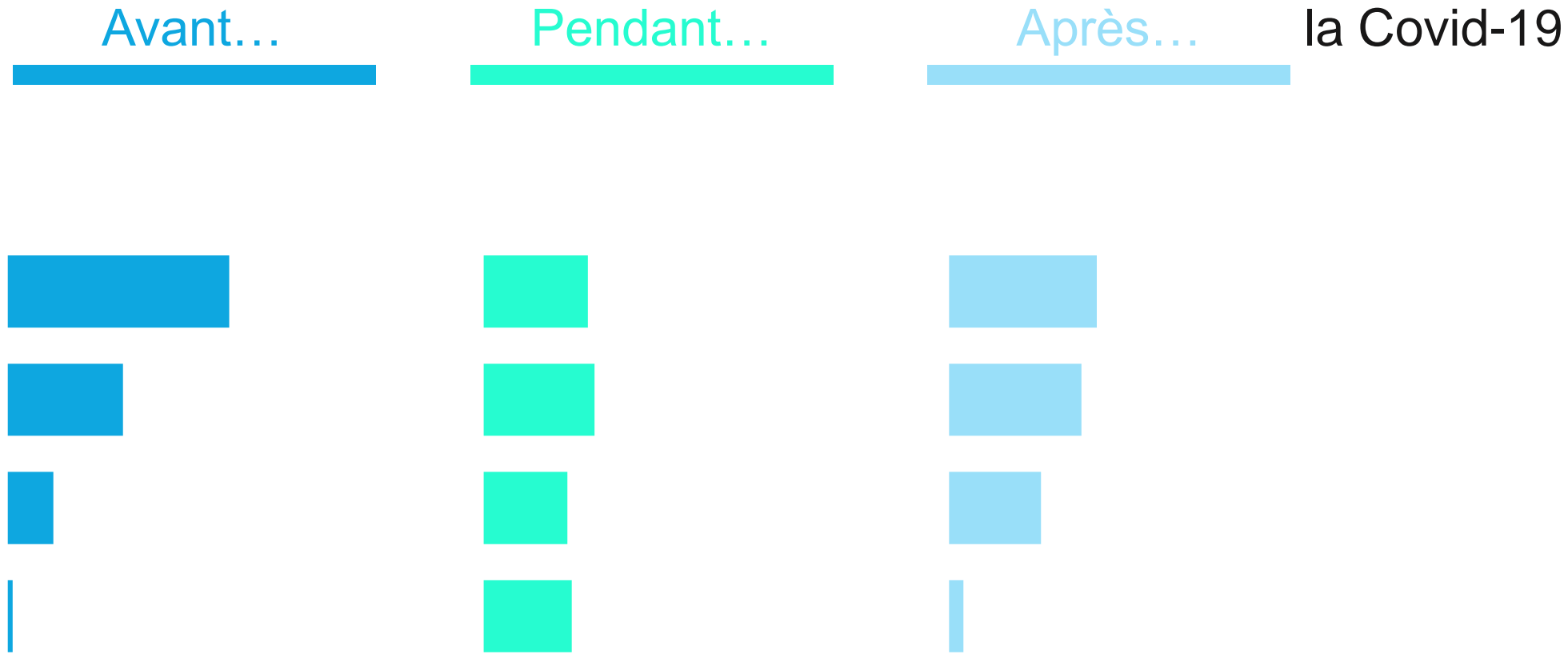
Fréquente un restaurant d'entreprise

Inquiétude liée à l'idée de manger dans un restaurant d'entreprise



Et la fréquentation du restaurant d'entreprise suit celle de la présence dans les locaux et a logiquement diminué pendant la pandémie de la Covid-19

 Fréquente un restaurant d'entreprise



Et cette fréquence sera plus hétérogène une fois la crise de la Covid-19 terminée



Fréquente un restaurant d'entreprise

Avant...

Pendant...

Après...

la Covid-19

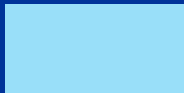
Tout le temps



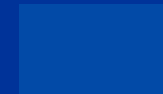
27%



38%



Souvent

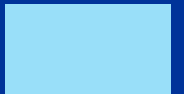


30%

29%



34%



Rarement

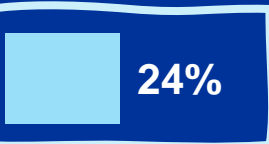


12%

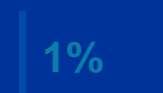
22%



24%

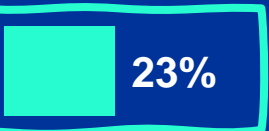


Jamais



1%

23%



4%



Cette baisse de fréquentation impacte le budget du déjeuner : si une majorité ne changera pas, 1 actif sur 5 dépensera plus après la crise de la Covid-19

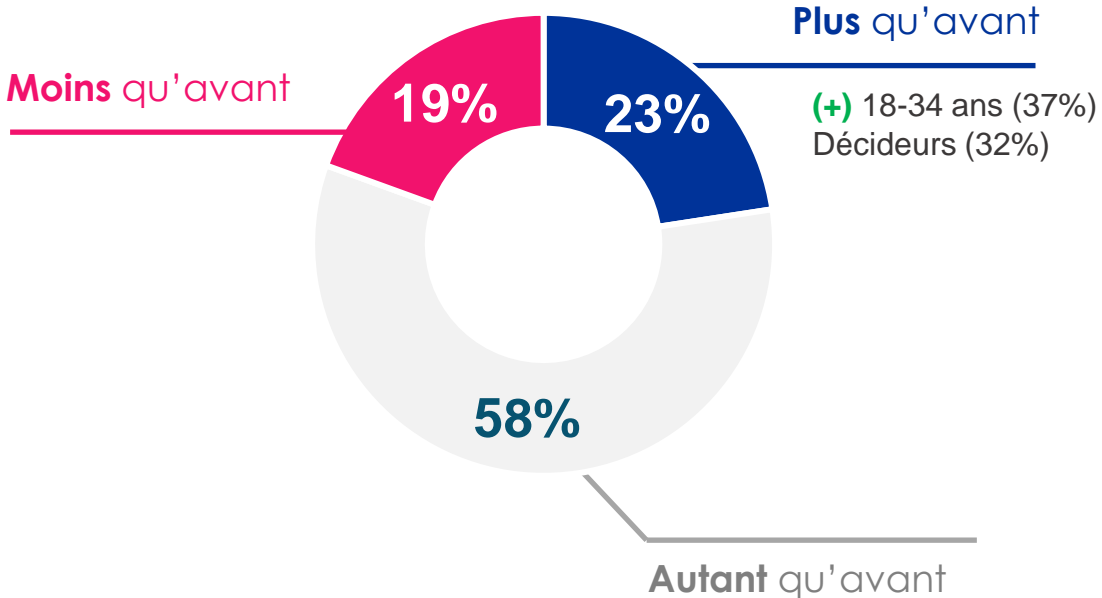


Fréquente un restaurant d'entreprise

Evolution du budget **depuis**

la crise de la Covid-19

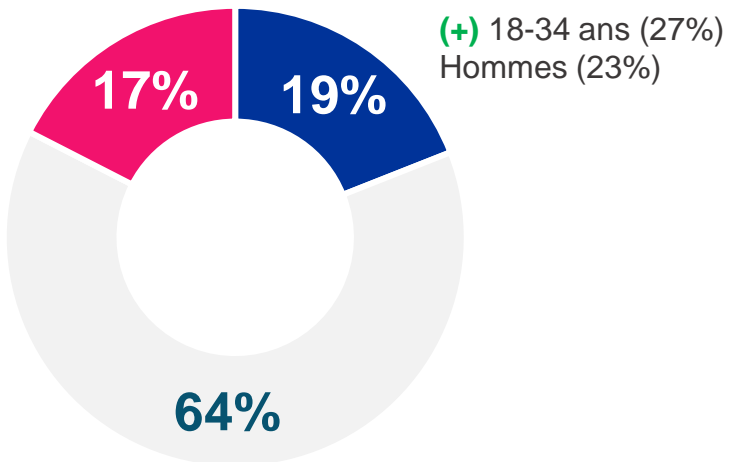
Je dépense...



Evolution du budget **future**

après la crise de la Covid-19

Je dépenserai...

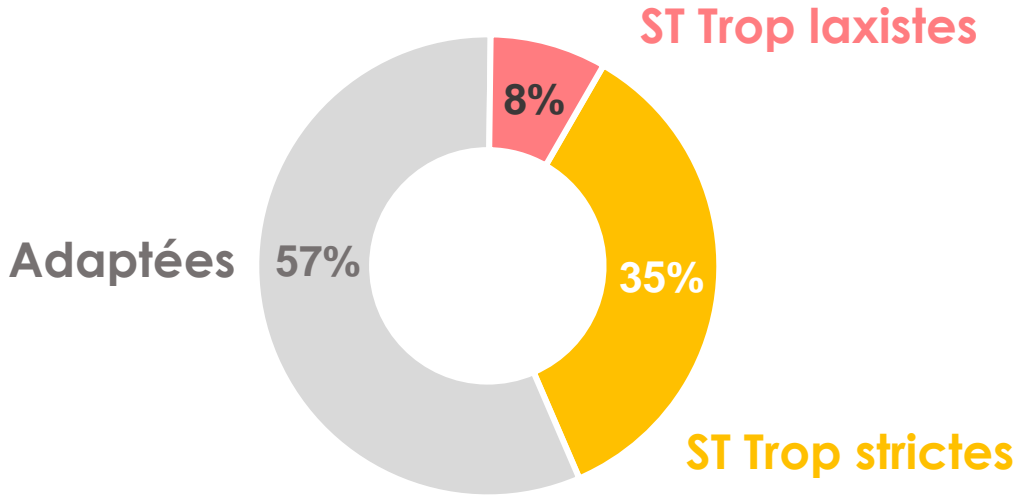


Et plus de la moitié des visiteurs de restaurants d'entreprise estime que les mesures sanitaires appliquées sont « adaptées »



Fréquente un restaurant d'entreprise

Perception des mesures sanitaires appliquées en restaurant d'entreprise



Pour améliorer leur pause-déjeuner, les actifs souhaitent plus de convivialité dans leur espace déjeuner et des repas plus variés et de meilleure qualité

Actifs



« Avoir un espace repas plus convivial avec un four et non un four micro-ondes »

« Disposer d'un cadre agréable, apaisant avec une bonne ambiance »

« Des produits de qualité, chauds et différents »

« Plus de choix en termes de repas, aménager un endroit pour déjeuner dehors »

« Avoir des menus bons, variés et livrés »

« Plus grande variété de repas »

« Proposer une cuisine mieux équipée avec beaucoup plus de matériel (plusieurs micro-ondes et fours) »

« La fraîcheur des aliments proposés et davantage de choix dans les plats proposés »

« La possibilité de manger des produits de qualité à un bon rapport qualité-prix mais surtout en étant isolé, sans contact avec d'autres »

« Une ambiance plus conviviale, plus d'équipements mis à disposition des salariés, plus de distributeurs. Un espace mieux agencé et plus accueillant, qui permettrait de se détendre et de déjeuner dans les meilleures conditions. Plus de solutions et de choix pour manger correctement et avoir un repas complet. »

Selon les décideurs, l'évolution de la restauration d'entreprise tend vers plus de flexibilité qu'apportent la vente à emporter, les livraisons et les titres restaurants



Décideurs

« Beaucoup plus de consommation hors des locaux »

« Plus de repas à emporter »

« Un coin repos pour les pauses repas avec distributeurs, micros frigos, etc. car de plus en plus les employés utilisent le télétravail et passent moins de temps au bureau donc délaissent les cantines et selfs »

« Plus de flexibilité j'imagine, entre les personnes qui souhaitent retirer type Click&Collect, livraison, sur place »

« Plus de vente à emporter et moins de personnel qui mange sur place »

« La livraison de repas en entreprise va devenir de plus en plus courante. Il y aura des cantines connectées où l'on pourra commander son repas via son smartphone. Il y aura aussi le développement des frigos connectés qui sera une solution pratique, rapide et personnalisable. »

« Exclusivement des tickets resto »

« De moins en moins de cantines d'entreprise et de plus en plus de plats à emporter »

« Évolution vers une mise en place de ticket restaurant »

« De manière flexible avec un prestataire à la demande »

« Ils vont continuer à manger au sein des bureaux »

« Construction de restaurants d'entreprises aux alentours vu le développement des entreprises »

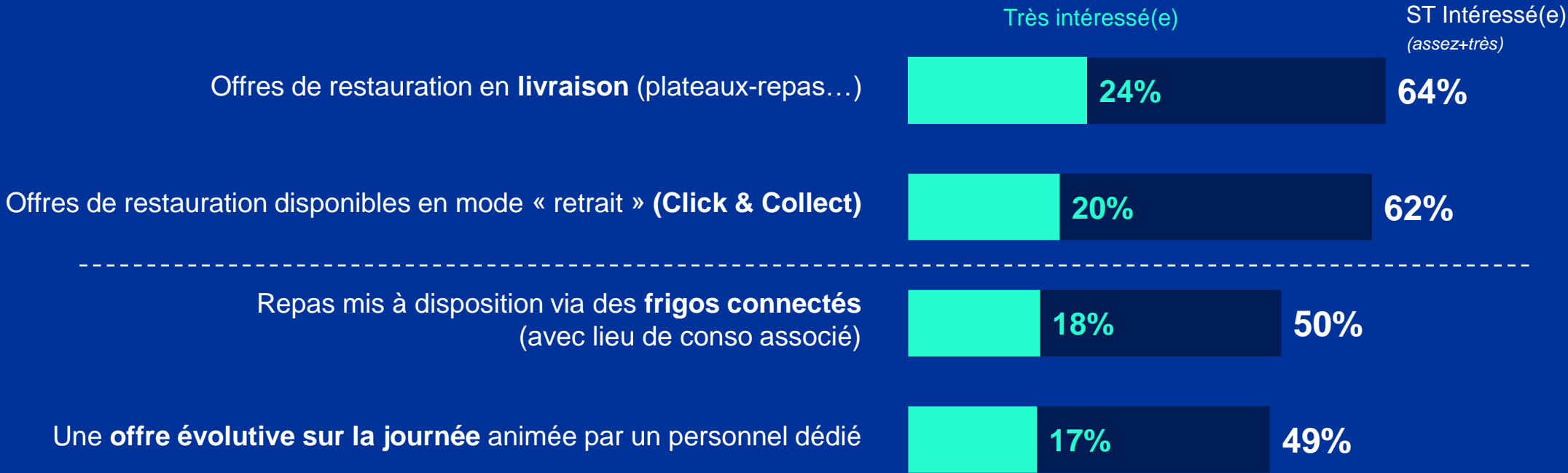
« Je pense que les livraisons de repas seront de plus en plus fréquentes. C'est simple et cela permet de manger rapidement en ne perdant pas trop de temps pour déjeuner. »

« Fermeture des restos d'entreprise »

La livraison et le click & collect que nous retrouvons dans les offres considérées comme intéressantes par les actifs



Intérêt pour ces nouvelles offres



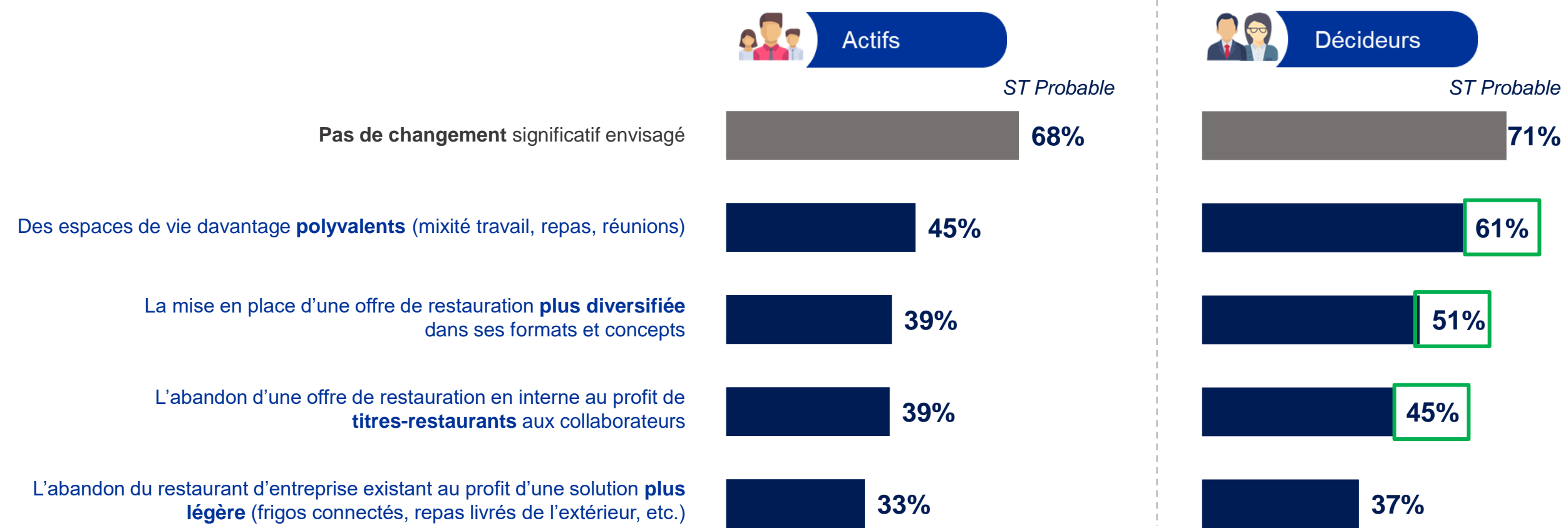
Les jeunes, les décideurs et les actifs travaillant dans des entreprises de taille moyenne sont plus enclins à ces nouvelles offres

Intérêt pour ces nouvelles offres

% ST Intéressé(e) (assez+très)	TOTAL Actifs	18-34 ans	Décideurs	50-249 sal.
Offres de restauration en livraison (plateaux-repas...)	64%	71%	77%	78%
Offres de restauration disponibles en mode « retrait » (Click & Collect)	62%	71%	71%	77%
Repas mis à disposition via des frigos connectés (avec lieu de conso associé)	50%	62%	58%	63%
Une offre évolutive sur la journée animée par un personnel dédié	49%	59%	57%	61%

Si une majorité d'actifs pense qu'il n'y aura pas de changements, les décideurs sont plus optimistes

Probabilité que ces offres soient proposées



 Scores significativement supérieurs vs. non décideurs (95%)



**harris
interactive**

a toluna company