

Restauration Impactée par les tendances de la restauration commerciale et l'univers de l'hôtellerie, la restauration d'entreprise a entamé une mue profonde de ses espaces dédiés au déjeuner, pour attirer et satisfaire davantage des salariés en quête d'expérience et d'offre diversifiée. En coulisse, les experts travaillent à façonner des lieux de vie à forte identité, personnalisés, digitalisés et serviciels, condition sine qua none de l'adhésion des collaborateurs.

Des concepts à la carte, recette de la fidélisation

En perpétuel mouvement, la restauration d'entreprise fait preuve d'un appétit croissant pour des concepts plus attractifs, serviciels et personnalisés, émancipés des codes de la « canotche » traditionnelle. Limité à un rôle purement pratique, fonctionnel et rationalisant par les organisations, une partie d'entre elles ont pris le pari d'en faire un levier de cohésion, d'échanges « corpo » et de

fidélisation à part entière, ainsi qu'une brique indissociable et stratégique de la qualité de vie au travail. Derrière cette mutation, une remise en question obligatoire des modèles éprouvés par les convives, des collaborateurs en quête d'une expérience nouvelle, gage de leur adhésion à l'entreprise dans son ensemble. « *Les nouvelles générations qui postulent dans l'entreprise ne sont plus motivées par*

une vision uniquement « matérielle » et salariale, mais attentives à toute une palette de services intégrés dans leur périmètre professionnel », observe Sarah Jafarshad-Rajaei, Directrice de Bleu Vert Concepts. Pour l'ingénieur en restauration, plus question d'en faire un élément de réflexion annexe : l'espace de restauration est attendu, sollicité, pertinent, nécessairement pensé en amont de tout projet. « *Il représente une incarnation de l'image de l'entreprise, le prolongement de sa culture, en connexion totale avec l'ensemble des projets d'aménagements immobiliers* ».

au chaud des convives plus volatiles, qui entendent bien vivre une expérience similaire. « *Influencés par l'offre des grandes enseignes hôtelières, qui ont complètement basculé vers des concepts sur mesure, une identité et des services propres, les salariés espèrent bénéficier de la même qualité d'accueil. Exit l'attente aux comptoirs d'entrée des hôtels, les visiteurs sont enregistrés sur tablette, invités à s'installer dans un environnement interactif et confortable. En parallèle, le succès des food-market, concepts commerciaux mêlant distribution, épicerie et services de restauration, ont également déteint sur les propositions du tertiaire, prouvant à quel point les gens plébiscitent les lieux de vie multifonctionnels, voire les expériences « instagrammables ».* Si la multiplicité des pôles culinaires se généralise, ces espaces ne font également plus l'impasse sur l'apport de solutions digitales, afin de répondre aux habitudes plurielles de consommation, et faciliter le service. Le personnel peut alors se concentrer sur des tâches à forte valeur ajoutée telles que l'accueil, la cuisine minute, du conseil sur la carte ou du placement en salle, par exemple. « *Le digital est un élément clé de fluidité, quel que soit le concept et sa dimension. Aux services de click & collect, self-scanning, solutions de paiement*



BIO EXPRESS



Depuis 30 ans, Bleu Vert Concepts accompagne ses clients dans la conception et la réalisation de leurs espaces de restauration et food concepts-stores. Composée d'une équipe pluridisciplinaire (ingénieur restauration, architectes et architectes d'intérieur, dessinateurs, pilotes de chantier), l'agence est à la fois maître d'œuvre de conception

(architecture & design, études techniques, restauration) et d'exécution (gestion financière du chantier, direction des travaux). Engagée sur la performance durable des projets, elle intègre des savoir-faire complémentaires : les aspects techniques, fonctionnels et réglementaires que nécessite la réalisation d'un restaurant, mais aussi les aspects esthétiques, visuels et commerciaux. L'agence intervient en restauration commerciale et collective, ainsi qu'en hôtellerie.

Ouvrir l'appétit des consommateurs

Aux premières loges de l'évolution du secteur, Bleu Vert Concepts s'attache depuis plus de 10 ans à transposer les codes de l'hôtellerie et de la restauration commerciale sur le terrain de l'entreprise, à l'avant-garde des tendances, des concepts et des valeurs recherchées aujourd'hui par les consommateurs. Une déclinaison nécessaire pour séduire et garder

39 %

des salariés français s'octroient plus de trente minutes de pause déjeuner, loin devant les pays anglo-saxons, seulement 22 % à consacrer ce temps au déjeuner.

Etude Wrike, 2018

SITE WEB



WWW.BLEUVERT.NET



dématérialisées s'adjoint une panoplie d'outils qui vont venir enrichir l'expérience utilisateur». Conviées à la table des projets, plus aucune société de restauration n'omet aujourd'hui d'assortir son offre d'applications pour communiquer sur ses services. Santé, qualité produit et « fait maison » s'invitent dans l'assiette, et avec elle, un besoin impérieux de transparence exigé par les consommateurs, impactant là encore la conception des espaces. À l'instar de la restauration hors domicile, la cuisine ouverte refait surface pour rassurer les convives, jamais repus d'expérience et de démonstrations culinaires. En ordre de marche pour répondre aux cahiers des charges, leur rôle n'a pas fini d'évoluer, constate Sarah Jafarshad-Rajaei : « On n'attend plus seulement d'un cuisinier qu'il cuisine, mais qu'il prenne une vraie part dans le niveau de satisfaction client, en développant une mosaïque de services transverses à son cœur de métier. Du multiservice pour accompagner les concepts de restauration, que les entreprises n'hésitent plus à mutualiser avec leur zone d'accueil. En dehors du sacro-saint « midi et deux », celles-ci seront de plus en plus nombreuses à solliciter des community managers ou des directeurs de restauration formés pour faire vivre le lieu à toute heure de la journée ».

Mixer l'ingénierie et le design

Force de proposition sur des espaces hybrides qui n'ont plus seule vocation à accueillir les publics en dehors des heures de bureau, les restaurateurs doivent aujourd'hui répondre à un enjeu complexe : marier design et contraintes de la restauration collective. « Tout l'exercice consiste à faire matcher technique et esthétique, un mix d'éléments réglementaires, durables et attractifs pour le consommateur », confirme la responsable. En parallèle, la rentabilisation des mètres carrés reste une question prioritaire pour l'entreprise, parfois tentée de réduire le back office et les outils de production au profit de davantage de distribution. Espaces flexibles, décloisonnés, digitalisés... il s'agit également pour eux de répondre aux nouvelles tendances de travail, mobiles, nomades, collaboratives, appliquées aux aménagements. Ce en prenant garde, prévient Bleu Vert Concepts, de ne pas tomber dans l'écueil de l'environnement de bureau. « Même si l'espace de restauration peut s'adapter à des moments de coworking, il ne s'agit pas ici de transposer les codes du bureau, ce n'est pas le but. Ces espaces doivent conserver leur fonction de rupture et de convivialité, aussi attractifs soient-ils ! »

Stéphanie Santerre



01



02



03

01 Well West Boulogne Billancourt Sur l'immeuble Well West à Boulogne, Bleu Vert Concepts propose un espace de convivialité et de restauration, avec plusieurs modes de service, dans une surface inférieure à 300 m²

02 Ibis La Défense pour Accor Hotels Bleu Vert Concepts transforme le lobby de l'hôtel en lieu de vie multifonction : petit déjeuner, co-working, salles de réunion, déjeuner, événementiel...etc.

03 Programme immobilier Issy les Moulineaux L'accueil de l'immeuble est mutualisé avec la petite restauration et un concept de restauration commerciale s'invite dans le hall de l'immeuble via un food truck pour casser la routine