

La pause déjeuner suscite l'intérêt des innovateurs

La pause déjeuner est un symbole des évolutions de nos sociétés : elle concentre un nombre croissant d'activités - du repas jusqu'au sport - dans un temps toujours plus contraint. Startups et grands groupes redoublent donc d'inventivité pour optimiser au mieux ce rendez-vous incontournable de la journée, sans le dénaturer.

Temps de lecture : minute

10 janvier 2019

Depuis plusieurs années, l'innovation s'invite dans nos assiettes. Les nouvelles technologies réinventent notre façon de consommer comme de manger. Et la pause déjeuner, moment clé de la journée pour une majorité de salariés, n'est pas épargnée. De l'innovation produit à l'innovation servicielle, elle est un terrain de jeu rêvé pour les startups comme les grands groupes.

La pause déjeuner cristallise ainsi les enjeux des sociétés actuelles : comment optimiser au maximum ses activités dans un temps limité tout en préservant une expérience de qualité ? Avec une moyenne de 52 minutes, selon une étude réalisée l'an dernier par [CHD Expert](#), la pause déjeuner doit intégrer un panel de plus en plus varié d'activités. "Les Français ont de moins en moins de temps à consacrer à leur pause déjeuner et de plus en plus de choses à faire sur cette plage horaire", appuie [Bertrand de Frémont](#), directeur de l'open innovation chez [Groupe Up](#), créateur notamment du Chèque Déjeuner, qui permet aux entreprises de participer financièrement aux frais de déjeuner de leurs salariés.

Des attentes de plus en plus variées

En effet, si la pause déjeuner est, comme son nom l'indique, d'abord consacrée au repas, elle est pour beaucoup l'occasion soit de prendre du temps pour eux, par exemple en faisant du sport, soit de se débarrasser de tâches administratives personnelles dont ils n'ont pas le temps de s'acquitter (rendez-vous, réservations de services...). *"Le salarié exige donc une certaine flexibilité, de la liberté et n'est plus attaché à un lieu ou à une proposition de valeur uniforme"*, analyse Bertrand de Frémont.

Est-ce la fin des cantines d'entreprise ? Pas forcément mais elles ne constituent plus la solution ni idéale - elles sont coûteuses pour les employeurs - ni même adaptée aux nouveaux besoins des salariés, qui recherchent *"une expérience personnalisée"*. Pour répondre à ces attentes de plus en plus variées, les services de livraison de repas ont la cote, grâce à une offre suffisamment large pour contenter les utilisateurs réguliers et présentant l'avantage de s'adapter aux différentes typologies de la pause déjeuner (entre collègues, seul devant l'écran, en mobilité...).

D'autant que tous les travailleurs ne sont pas logés à la même enseigne. Dejbox a ainsi pensé *"aux salariés travaillant en périphérie urbaine, qui sont de plus en plus mobiles, et qui souffrent d'une offre beaucoup moins importante que dans les centres villes"*, rappelle Adrien Verhack, fondateur et CEO de la startup. L'essor du télétravail et du travail indépendant imposent également aux entreprises d'imaginer de nouveaux services pour que la pause déjeuner reste un moment de convivialité et de plaisir, pour tous.

Une exigence accrue de qualité

Une notion de plaisir qui n'a pas toujours été associée à la pause déjeuner. Des cantines peu accueillantes aux sandwiches insipides avalés rapidement entre deux réunions, la pause de midi constitue pour certains

un mauvais moment à passer. Et c'est précisément sur ce point que la plupart des innovateurs cherchent à faire bouger les lignes. "*Les consommateurs veulent vivre une expérience particulière*", affirme Bertrand de Frémont.

La première composante de cette expérience reste bien entendu le contenu de l'assiette. Et les consommateurs se tournent de plus en plus vers des solutions, certes rapides et pratiques, mais qui correspondent également à leurs valeurs nouvellement adoptées. "*Faire attention à ce que l'on mange est désormais un signe de sophistication*", constate Malika Moussaoui, directrice marketing d'Up France. *Les consommateurs veulent du sain et de l'artisanal et délaissent les produits industriels.*" C'est pourquoi ils scrutent les labels, font davantage attention à la traçabilité du produit pour privilégier les producteurs locaux et bio. Les fast-foods, qui régnaient en maîtres à la fin du 20ème siècle, perdent du terrain face aux solutions prônant le bien-manger. D'un *nice to have*, un lunch sain et équilibré est aujourd'hui passé au rang de *must have*.

Préserver le lien social

Rien ne vaut toutefois le plaisir partagé et déjeuner rime avec convivialité. Un autre challenge pour la Foodtech et les entreprises, sous l'effet des contraintes de temps et d'efficacité qu'impose le rythme effréné de nos sociétés actuelles. "*Le déjeuner a une véritable dimension sociale*", soutient Malika Moussaoui. Une assertion valable aussi bien pour les salariés, qui y trouvent le moyen de tisser des liens extra-professionnels avec leurs collègues, que pour les travailleurs indépendants, pour qui le déjeuner est le moment de socialisation par excellence.

Malika Moussaoui rappelle également que la pause déjeuner est facteur d'intégration, non seulement dans l'entreprise mais aussi dans la société, en contribuant à dynamiser les petits commerces. "*Il y a un enjeu autour*

de la fidélisation des clients, plaide-t-elle. Les commerçants cherchent à créer un lien particulier avec leurs clients récurrents. Les acteurs de la pause déjeuner ont une responsabilité sociétale, celle de connecter à la fois les clients, les commerçants et le quartier dans lequel ils s'intègrent."

Un enjeu crucial, dont les startups de la Foodtech mais aussi tous les acteurs de la pause déjeuner doivent mesurer l'importance s'ils veulent véritablement innover tout en respectant les fondamentaux de notre société.

[Contacter le Groupe Up](#)

Maddyness, partenaire média du Groupe Up.

Article écrit par Maddyness, avec le Groupe Up