

Comment Sodexo et Elios affrontent la désertion des restaurants d'entreprise

La reprise de la circulation du virus pose la question à nouveau du télétravail massif. Conséquence directe, les salariés fuient les cantines collectives ou n'ont plus accès aux restaurants d'entreprise. Les géants du secteur, Sodexo et Elios en tête, tentent d'innover pour combler le manque à gagner.

Temps de lecture : minute

26 octobre 2020

Repas à emporter, commandés en ligne ou en libre accès: confrontée à une baisse d'activité durable du fait du recours accru au télétravail depuis la crise sanitaire, la restauration d'entreprise s'efforce de réduire l'érosion de ses revenus en accélérant de nouveaux services. "Notre métier historique c'était d'assurer le service pour des gens qui vont à la cantine le midi", dit Frédéric Galliath, directeur général du marché entreprises d'Elios, un géant du secteur qui compte quelque 1 400 clients en France.

Mais avec la pandémie, le télétravail s'est imposé deux à trois jours par semaine dans de grands groupes tertiaires d'Ile-de-France et des métropoles régionales - une tendance que va encore amplifier le couvre-feu. L'activité du secteur, à l'arrêt pendant le confinement du printemps, n'a retrouvé depuis septembre que 60% de ses niveaux d'avant Covid. Certaines entreprises suppriment même leur cantine, plus assez fréquentée pour être viable: les repas peuvent alors être préparés "dans une autre cuisine d'entreprise, et leur être livrés", précise Paul Quipourt, directeur de la transformation chez Elios France.

Parfois les entreprises ferment tout simplement des sites à l'activité en chute libre, notamment dans la sous-traitance automobile ou aéronautique. "Pour l'instant cela reste assez marginal, heureusement. Beaucoup d'entreprises attendent de savoir dans quels délais on va sortir de cette crise sanitaire", indique le directeur général d'Elior, qui a déjà annoncé 1 888 suppressions de postes en France suite à la crise sanitaire. Le groupe présente lundi de nouvelles offres visant les salariés présents dans leur entreprise, mais qui désertent la cantine: des applications où commander un plat chaud à emporter, servi "dans les étages" ou livré en "click and collect", des repas ou produits d'enseignes partenaires -Exki, Daily Monop, Paul, Sushi Shop- en libre-service dans un frigo connecté à déverrouiller avec un badge..." Le coeur de métier reste le même, il nous faut juste trouver des solutions hybrides", souligne Paul Quipourt.

Fidéliser les salariés avec des nouvelles offres même en dehors du travail

Un virage pris aussi par les deux autres grands acteurs du secteur dans l'hexagone, le français Sodexo et le britannique Compass, dont la filiale Eurest propose le "click and collect" sur 250 de ses 800 sites: "On commande son repas sur son téléphone, on le récupère à un point de retrait et on le consomme dans la salle à manger, au bureau ou à l'extérieur", précise à l'AFP Camille Berthaud, directeur général d'Eurest. Et pour "toucher les collaborateurs en télétravail", Eurest étudie "des partenariats avec des sociétés de livraison, ou des paniers à récupérer sur le lieu de travail et à emmener à la maison".

Très touchée elle aussi par la crise sanitaire qui a fait chuter son chiffre d'affaires de 23% au deuxième trimestre et de 9% au troisième, la société de services prépayés Edenred, maison mère de Ticket Restaurant,

développe ce qu'elle appelle la "cantine 2.0", dont la "croissance est exponentielle actuellement", selon Patrick Bataillard, son directeur financier: le paiement en tickets restaurant dématérialisés de repas commandés via des plateformes de livraison de repas à domicile. Sodexo a lancé une carte "Pass Restaurant" sur le même principe.

Pour l'heure, la législation n'impose pas à l'employeur de prendre en charge le déjeuner des salariés en télétravail et le coût de livraison, ajouté à celui du repas, pourrait s'avérer dissuasif. Les sociétés de restauration collective espèrent donc surtout fidéliser les salariés avec leurs nouvelles offres. "Avant le Covid, 55% d'entre eux fréquentaient le restaurant d'entreprise. On peut, dans les années à venir, compenser une partie des pertes de nos volumes par un taux de captage de 70% ou 80%", estime le DG d'Eurest. "Mais pour cela, il faut que la prestation soit au rendez-vous", souligne-t-il, avec des repas répondant "aux attentes du consommateur autour du plaisir et du bien manger... avec du bio, du local, du frais".

Servir un repas "nutritionnellement impeccable" à des horaires flexibles, "comme à la maison, mais en mieux", résume Frédéric Galliath, doit aider les entreprises qui le souhaitent à "réattirer les salariés au bureau". Un défi de taille pour le secteur.