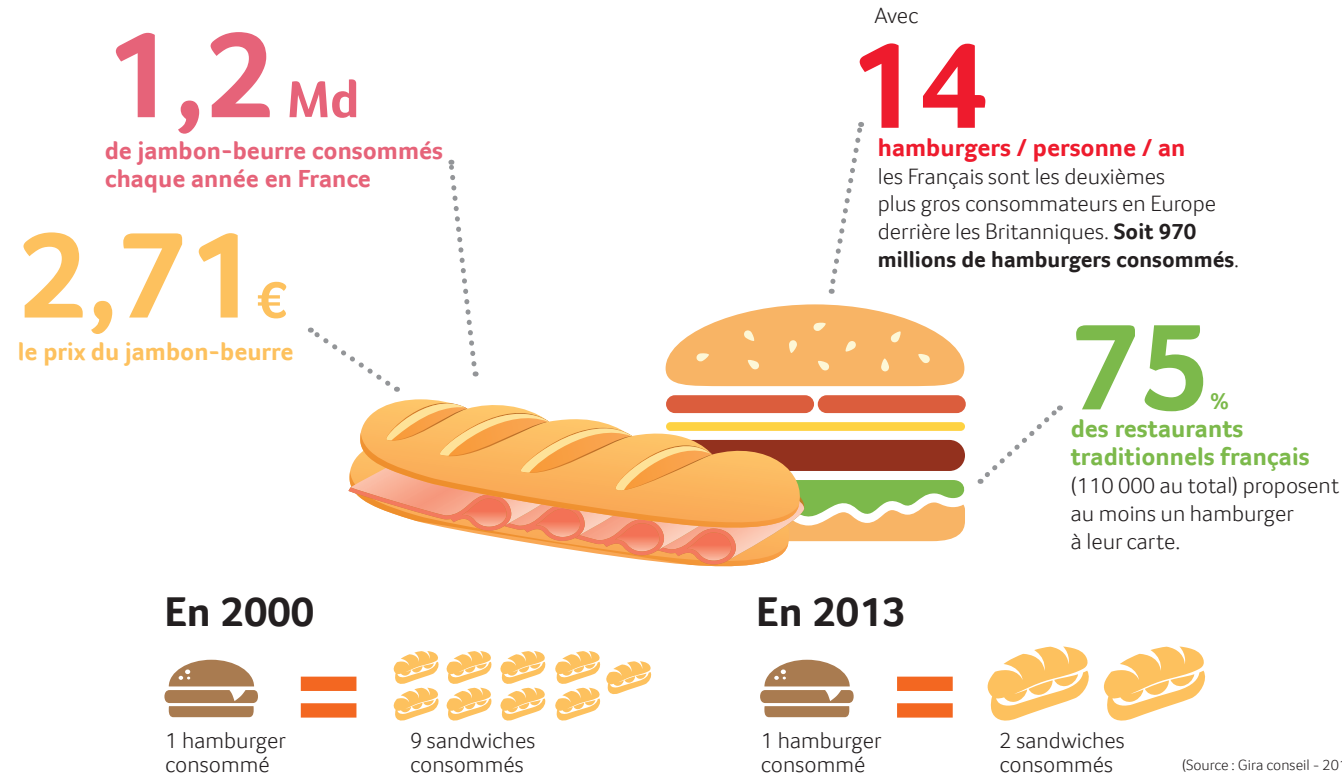


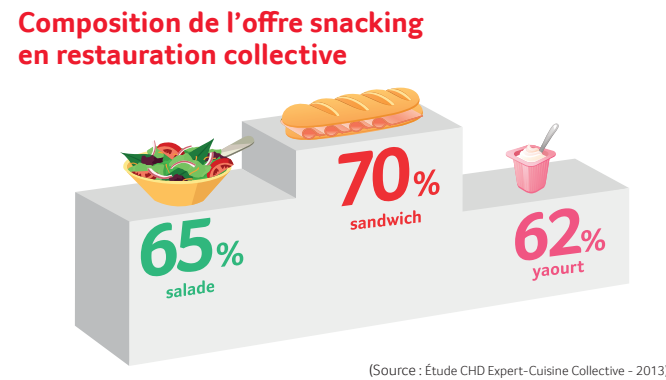
PRODUITS



TERROIRS



RESTAURATION COLLECTIVE



RESTAURATION COMMERCIALE



Livret d'idées N°2

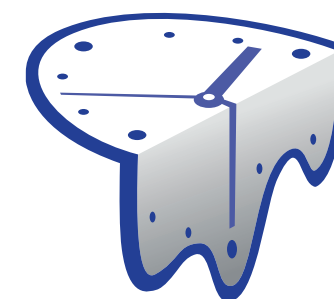


La façon de déjeuner et de digérer a bien changé.
Auparavant, nous mangions assis et digérions debout car nos métiers
nous incitaient souvent aux déplacements. Aujourd'hui, nous mangeons
souvent debout et, avec le développement de métiers sédentaires,
nous digérons assis. Que vous lisiez debout ou assis, voici notre livret d'idées... très digestes.

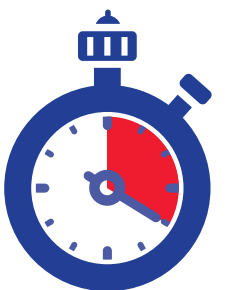
Le temps du déjeuner a changé avec le temps



En 1980 le temps
de pause-déjeuner était
de 1h38 en moyenne,
aujourd'hui il est réduit à **31 min**



(Source : Centre Régional d'Observation
de l'Industrie et des Services - 2012)



Pour bien digérer, il est nécessaire
de manger lentement, un repas
doit s'étendre sur au moins

20 min

(Source : PNNS)

partagerlemeilleur.fr



LE SNACKING

Vite, d'accord... mais bon surtout

Les Romains auraient-ils inventé le snacking ? Les contemporains de Jules César mangeaient, en effet, régulièrement dans des échoppes de restauration rapide. Aujourd'hui, les urbains pressés renouent avec cette tradition puisque, dans l'arène des villes, 52 % des Français mangent régulièrement "sur le pouce"⁽¹⁾.

Au siècle dernier, le snacking avait deux égéries : le sandwich et le hamburger. Depuis, il s'est réinventé, il est devenu gourmand, créatif, atypique. Aujourd'hui, **on recense près d'une quarantaine de produits différents** proposés dans des sushis bars, des bars à pâtes, du libre-service traiteur, des bars à soupes, des food trucks... Réunis sous l'appellation de *fast casual*, ils s'intercalent entre les fast-food et les restaurants traditionnels, en conciliant la rapidité de service des premiers et la préoccupation de qualité des seconds.

À ce titre, **la France est devenue un véritable territoire d'innovations**, à tel point que

les Américains et les Asiatiques viennent en voyages d'études pour s'en inspirer. "Depuis l'arrivée de l'enseigne Cojean en 2001, explique Bernard Boutboul, directeur général de Gira Conseil, le secteur a connu une montée en gamme fulgurante en l'espace de quelques années (Bert's, Francesca, Exki, Chipotle...)".

Un marché en pleine croissance

Le marché de la vente au comptoir a, en effet, plus que doublé en dix ans, avec un chiffre d'affaires de 46,23 milliards d'euros en 2014. Bernard Boutboul livre un constat surprenant à bien des égards : "Les clients sont prêts à payer

un ticket moyen pouvant aller jusqu'à 29 euros si les produits sont de qualité, frais et préparés sur place. Pour les Français, les notions de plaisir et d'équilibre priment dans le choix du repas." C'est ce qui explique le succès d'enseignes comme Big Fernand avec ses burgers chics. L'aventure des camions ambulants food trucks, commencée en 2011 avec le Camion qui fume, s'inscrit dans cette tendance. Aujourd'hui, pas moins de 350 de ces camions, comme celui de Cousin Mouton, sillonnent la France.

"Dans la vente au comptoir, **les professionnels qui jouent la carte du moyen et du haut de gamme avec des produits frais, le respect du client et un choix diversifié réalisent entre 6 et 10 % de croissance**", analyse Bernard Boutboul. On peut s'attendre à voir les nouveaux acteurs de la restauration rapide asphyxier les mastodontes du secteur. Je ne serais pas étonné de voir bientôt le marché pris d'assaut par des acteurs américains haut de gamme."

"Dans un simple cornet, rapide à consommer et à prix raisonnable on peut proposer des produits bons, originaux et équilibrés", conclut Thierry Marx⁽²⁾ qui est à la fois chef étoilé et président d'honneur de l'association Street Food en mouvement. Une double casquette bien naturelle pour celui qui garde de ses années de Casque bleu dans les rues de Beyrouth, le souvenir ému d'une plaque de fortune où chauffait le pain et grillait la viande. Autour de ce bidon métallique se réunissaient toutes les communautés libanaises alors en guerre. Assis ou debout, un repas reste toujours un moment de convivialité.

(1) Source : étude Vitagora en partenariat avec Ipsos, mars 2015. Réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1007 Français âgés de 16 à 70 ans.
(2) Source : Guide Transgourmet L'Essentiel « Snacking 2014 ».

TENDANCES

Le lifting du hamburger

Contrairement aux idées reçues, ce n'est pas un clown américain qui a inventé le burger mais un Mongol célèbre. Et si depuis le 12^e siècle, la façon de cuisiner et de consommer le hamburger a considérablement changé, les dernières années ont accéléré cette mutation.

Gengis Khan, l'empereur de tous les empereurs, n'avait pas de temps à perdre pour conquérir de nouveaux territoires. Avec ses guerriers, il avait pris l'habitude d'attendrir la viande sous sa selle avant de la consommer d'une main tout en continuant de chevaucher. Trois générations plus tard, les Russes découvrent cette viande hachée et la surnomment steak tartare (Tartare étant l'autre nom donné aux Mongols). Au 19^e siècle, les immigrants allemands embarquent sur des bateaux à destination de New York. Ils consomment des steaks de bœuf haché mélangé avec des oignons et de la chapelure.

Les bateaux prenant le départ du port de Hambourg, le nom de ce plat devint... hamburger.

Popularisé par de nombreuses chaînes de restauration de fast food, **le hamburger est aujourd'hui l'objet de nombreuses attentions et transformations**. Si initialement, il était l'emblème d'une nourriture rapidement expédiée et de qualité sujette à débats, il se caractérise aujourd'hui par une sophistication farouche et de nombreuses déclinaisons. Séverine Bru, responsable marketing de Beauvallet, en a été le témoin : "Chez Beauvallet,

la viande c'est notre métier. Et depuis 2010, nous avons largement développé nos gammes. En effet, **selon les âges, les goûts et les modes de consommation, les viandes hachées ne sont pas les mêmes**. Pour de jeunes enfants ou des adultes gourmands, le poids varie de 30 à 200 grammes. Le niveau de matières grasses s'échelonne de 3 à 20 %. Et puis, là où nous avons marqué notre différence c'est non seulement dans le goût et la qualité de la matière première, mais aussi dans le travail des textures. La gamme "façon bouchère" est préparée sous forme de basse pression. Elle offre une texture plus aérée donc plus moelleuse et plus savoureuse en bouche. Aujourd'hui, elle représente près de 30 % de nos ventes !" Le hamburger change aussi de forme. Ainsi en 2014, Beauvallet a-t-il créé de petites pièces de viande hachée rectangulaires, de la largeur d'une baguette de pain pour

créer des sandwiches à la française. "Pour garantir une qualité absolue à nos clients, nous portons une attention extrême à l'origine de nos viandes (origine France (VBF), race limousine ou charolaise) et à la sécurité sanitaire de nos chaînes de production. Tous les jours, nous pratiquons des tests organoleptiques et bactériologiques drastiques." Gengis Khan n'en faisait pas autant..



RESTAURATION COLLECTIVE

Le snack est dans la place

Chaque année, 4 milliards de repas sont servis dans les écoles, les universités, les entreprises, les hôpitaux, les maisons de retraite et les prisons⁽¹⁾. Après une longue résistance, la citadelle de la restauration collective a fini par succomber à la tendance du snacking.

C'est un fait, la plupart des appels d'offres de restauration collective sollicitent dorénavant une formule de restauration rapide. Depuis qu'il a évolué, le snacking est, en effet, devenu plus

fréquentable et il s'invite à (presque) toutes les tables. Lasses de voir fuguer de plus en plus nombreux leurs salariés vers la restauration rapide proposée en bas de leurs locaux à l'heure du déjeuner, les entreprises ont réagi⁽²⁾ et les réticences tombent.

La preuve : une étude récente montre que 37 % des professionnels de la restauration collective estiment nécessaire de proposer une offre snacking dans leurs menus. Mais **lorsque le snacking est déjà dans le restaurant d'entreprise, ils sont 85 % à le considérer nécessaire⁽³⁾**.

Les écoles et les hôpitaux se laissent séduire

Fin l'éternel plateau-repas "crudités-bœuf-carottes-compote". Les universités, les lycées et les collèges adoptent massivement le snacking pour **mieux s'adapter aux goûts des générations**



nomades pour qui la pause méridienne ne se résume plus à glisser ses genoux sous la table⁽⁴⁾. À la rentrée 2013-2014, le CNOUS a ouvert des projets pilotes sur les campus universitaires d'Orléans et Toulouse. Le premier, Mini R, a transformé l'esprit du self en proposant trois variations : Mini R Global avec une offre transversale, Mini R Fringale avec une offre de pâtes, soupes et sandwiches et Mini R Vital à l'ambition plus diététique avec une offre de salades. En complément, Mini M, ouvert hors déjeuner, mixe boutique et libre-service (plats cuisinés, produits d'hygiène...).

Les hôpitaux ne sont pas en reste. Les Relay H Café ont renouvelé leur offre culinaire compte tenu de la diversité des publics accueillis (personnels hospitaliers, patients et visiteurs) et plus encore des horaires d'ouverture, de 6h à 20h. Le renouveau de la restauration collective est en marche et le snacking prend sa part.

(1) Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt
(2) Selon Gira Food Service, le nombre d'actifs fugeurs a été multiplié par 3 en 10 ans.
(3) Étude CHD Expert-Cuisine Collective-2013
(4) Source : Magazine France Snacking

4 000 produits pour snacker !

Transgourmet propose 4 000 produits spécifiques aux professionnels de la restauration rapide. Cette offre se décline en matières premières et solutions plus élaborées. Autre atout : notre partenariat depuis plus de vingt ans avec

un boucher de référence, Beauvallet, qui garantit l'approvisionnement de viandes de grande qualité. **Nous croyons en un snacking exigeant, sans compromis sur la qualité.** C'est cela aussi partager le meilleur.

partagerlemeilleur.fr