

REPOSITIONNEMENT
Pomme de Pain affiche ses différences

« C'est pas comme ailleurs, c'est meilleur. » Pomme de Pain ne se contente pas de relooker ses restaurants, mais repense entièrement concept et positionnement. **P. 28**



CRÉATION
Columbus lance sa Barista School

L'enseigne poursuit son développement, mais ne veut pas rogner sur la qualité du service. Un seul outil : la formation. **P. 49**

45 000
exemplaires

Diffusion bimestrielle

N° 32 | Sept.-Oct. 2017

METIERS

SNACK zeproS

zepros.fr

Les Français ont faim de végétal, entend-on. Qu'en est-il vraiment ? Consomment-ils plus de fruits et légumes ? Ou s'agit-il d'une vraie évolution de fond qui touche toute la population ?



P.20 ALIMENTATION

Le vert est dans l'assiette



Tomato Mozza
Melters

Cheese Balls

Chicken Kicks
Sweet Chili

Cheese Pillows
Cream Cheese & Herbs

Surfez sur la tendance des tapas !

Des ingrédients de qualité pour des recettes innovantes et savoureuses.

Retrouvez nous sur : www.mccainfoodservice.com - contactfoodservice@mccain.com

McCain Alimentaire S.A.S - Rue Jacquart - 62440 Harnes - RCS ARRAS B 320 442 726 - Capital de 15 200 000€ - Juin 2017

ÉDITO



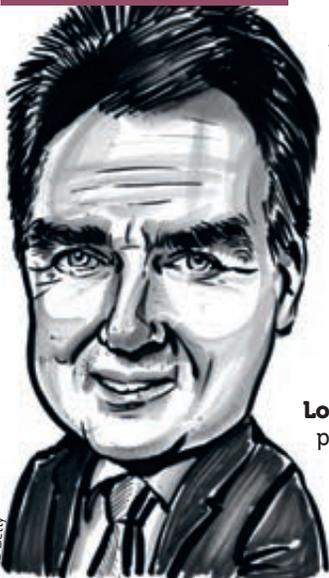
Anne-Lise Briot
Rédactrice en chef adjointe

En vert et contre tous

Le consommateur français a faim de plus de naturalité, de plus de légumes, de plus de végétal. Les études le soulignent. Les professionnels de la restauration rapide ont bien entendu sa demande et nombre d'entre eux adaptent leur carte pour répondre à cette attente. Une requête également entendue par les professionnels de l'industrie agroalimentaire qui revoient leurs recettes « sans » pour s'orienter vers du clean label, des produits plus naturels dont le quidam peut (enfin) comprendre l'étiquette de composition, des aliments intégrant plus de végétal et des produits végétariens. L'heure de gloire du burger aurait-elle donc sonné ?

Il ne semble pas. Et cela peut paraître antinomique. Après les arrivées de Steak'n Shake et Five Guys, sans oublier le retour de Burger King, c'est au tour de l'enseigne de burgers californienne Carl's Jr. d'annoncer son arrivée sur le marché français. C'est le groupe Brescia, dirigé par Francesco et Stéphane Brescia, qui a décroché la masterfranchise pour la France. Francesco Brescia connaît bien ce marché puisque cet ancien franchisé McDonald's a piloté jusqu'à 23 restaurants dans le sud de la France. C'est d'ailleurs dans le Var, à La Garde, près de Toulon, que devrait ouvrir la première unité d'ici à décembre. L'objectif étant d'en ouvrir 120 en douze ans. Carl's Jr., qui mise sur la fraîcheur et la qualité des ingrédients, travaille avec un chef français pour répondre au mieux aux attentes des Français. Fraîcheur et qualité... deux notions qui sous-tendent la faim de naturalité. Vert et burger ne seraient donc pas si antinomiques que cela... ●

LA PHRASE DU MOIS



« Nous avons quarante ans d'expérience dans la restauration française et méditerranéenne, notre savoir-faire culinaire est devenu notre ADN. »

Louis Le Duff, président et fondateur du groupe Le Duff, à propos de l'ouverture de 2 000 restaurants dans le monde d'ici à cinq ans.

ACTUALITÉS

Planète _____ 04

France _____ 06

VOS RÉGIONS _____ 12

ZOOM SUR TOULOUSE _____ 19

FOCUS _____ 20

MÉTIERS-MARCHÉS

Métissage & Co _____ 24

Pizza & Pâtes _____ 25

Solutions repas _____ 26

Burger & poulet _____ 27

Sandwich & salade _____ 28

Coffee-shop _____ 30

DISTRIBUTEURS _____ 32

DISTRIBUTEURS 32

Costco
Le club-entrepôt américain est enfin arrivé en France. Le 2^e distributeur mondial s'adresse aussi bien aux particuliers qu'aux professionnels et fonctionne sur un principe d'adhésion.



FOURNISSEURS _____ 34

36 FOURNISSEURS BOISSONS



Honest
Une nouvelle marque intègre le portefeuille de Coca-Cola : Honest. Avec un positionnement en rupture des autres boissons du groupe puisqu'il s'agit de sa première marque 100 % bio.

NOUVEAUTÉS _____ 40

CONSEIL JURIDIQUE NOUVELLE RUBRIQUE _____ 48

CONSEIL JURIDIQUE 48

Financer son entreprise
Retrouvez à chaque numéro un nouveau conseil juridique proposé par **Éric Ader**, avocat au barreau de Paris et membre de l'Association Ader Jolibois. Dans cette édition : comment financer sa future entreprise ?



EMPLOI-FORMATION _____ 49

PEOPLE _____ 50

PLANÈTE SNACK

Croissance, innovations, plantages et actions. À l'heure de la mondialisation, zappez large avec Zepros !



1 ROYAUME-UNI | LONDRES*

Des gaufres à bulles et des cocktails à Soho

La bubble waffle est une des spécialités de Hong Kong les plus séduisantes visuellement. C'est aussi un dessert très tendance actuellement à Londres : une opportunité que Buflé veut saisir en y ouvrant un lieu qui les propose en version pliée-roulée et garnie de glace et toppings. À associer avec des cocktails : un mélange à faire tourner la tête !

1 ROYAUME-UNI | LONDRES*

Chik'n ouvre à Baker Street en version éthique, healthy et ambitieuse !

Ouvert il y a quelques semaines à Londres, le petit frère de Chick'n Sours joue le poulet frit qualitatif avec un poulet élevé de manière responsable, à la friture croustillante et servi dans un roll à la pomme de terre. Au menu également, un breakfast servi toute la journée ! Un délice qui se veut sans culpabilité comme en témoigne le claim « fresher, healthier, tastier fried chicken for the people ». L'ambition des fondateurs : en ouvrir un par rue !



*Réalisé en partenariat avec Anne-Claire Paré, créatrice de l'agence Bento qui analyse depuis 2002 l'univers de la restauration commerciale à travers le monde. Retrouvez son observatoire sur www.bento.fr et sur www.bento.fr/blog.

bento



2 ÉTATS-UNIS | NEW YORK

Kayser : le plus new-yorkais des boulangers

C'est sur la Cinquième Avenue, à deux pas de l'Empire State Building, que la Maison Éric Kayser a installé sa 12^e boulangerie new-yorkaise, cinq ans après être arrivée dans la Grosse Pomme. Comme dans les autres établissements, l'identité de la Maison Kayser est au rendez-vous : boulangerie, viennoiserie, pâtisserie, café, restauration à emporter ou à déguster sur place, dont la soupe à l'oignon...

Lors de l'inauguration, le 29 juin, le célèbre boulanger entrepreneur a d'ailleurs eu la visite du ministre français de l'Économie et des Finances, Bruno Le Maire, qui a salué sa réussite et son esprit de conquête. Cf. Tokster.com



La Maison Eric Kayser inaugure sa douzième adresse new-yorkaise sur la célèbre 5th Avenue



3 CÔTE D'IVOIRE | ABIDJAN

La Boucherie en food court

La Boucherie fait évoluer son concept en adoptant un nouveau modèle de distribution : le food court. Cette enseigne de la restauration thématique intègre donc le « Club de marques CFAO » pour une stratégie de développement en Afrique subsaharienne. La première ouverture de La Boucherie sur le continent africain s'est opérée dans le food court du centre commercial Playce Marcory d'Adidjan. Le service s'y fait au comptoir. L'enseigne se partage l'espace avec la Brioche Dorée, El Rancho Express, Baïla Pizza et Burger King qui, elle, n'est pas exploitée par CFAO.

4 BENELUX

Bia Mara revisite le fish & chips

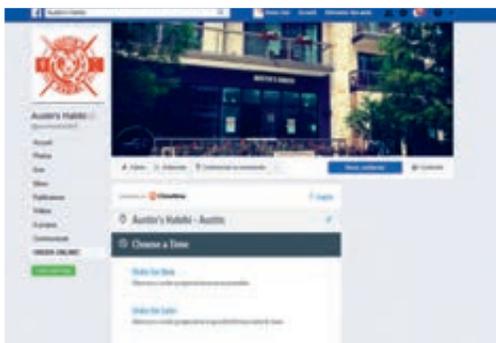
Barry et Simon ont voulu faire revivre le snack préféré des rues de Dublin (Irlande) : le maquereau en fish & chips. Pour le rendre plus attrayant, ils ont élaboré le Cajun spiced mackerel. Bia Mara (fruits de mer en irlandais) propose aujourd'hui une large gamme de poissons, tous issus d'une pêche responsable, cuisinés de nombreuses façons comme le merlan en tempura au citron vert et à la coriandre avec un ketchup de curry rouge thaï. Après une première ouverture de Bia Mara à Bruxelles, le duo vient d'ouvrir une seconde unité dans le centre historique d'Anvers et projette d'autres ouvertures à Amsterdam notamment.



5 ITALIE | MILAN

Starbucks prêt à ouvrir 300 cafés

Après des années de spéculations sur la question, Starbucks Coffee va enfin ouvrir au pays de l'espresso. L'inauguration du premier salon est prévue pour 2018 à Milan. Antonio Percassi, président du groupe immobilier éponyme sur lequel l'enseigne s'appuie pour assurer son développement en Italie, révèle que le projet compte de 200 à 300 points de vente dans toute la Botte d'ici à cinq ou six ans. Peu de temps après la première ouverture à Milan, une deuxième est d'ores et déjà projetée à Rome.



2 ÉTATS-UNIS

Facebook s'attaque à la livraison

Au pays de l'Oncle Sam, Facebook arrive sur le marché de la foodtech. Les Américains peuvent désormais commander directement à manger sur la page Facebook de leur restaurant préféré grâce à la nouvelle option « Order food ». Pour le démarrage de celle-ci, seuls les restaurants faisant appel aux plateformes Delivery et Slice peuvent proposer cette nouvelle fonctionnalité.

SALONS

Les rendez-vous de la rentrée

Comme chaque année depuis onze ans maintenant, Rapid Resto tiendra salon au Parc des expositions de Paris Porte de Versailles, au pavillon 2.2, les 19 et 20 septembre. Ce rendez-vous d'automne des professionnels de la restauration rapide accueille en parallèle le Street food international festival (SFIF) pour la 5^e fois.

Le SFIF, également ouvert au public, réunit 15 food-trucks qui proposent un voyage culinaire et s'affronteront pour décrocher les Trucks d'or, d'argent et de bronze 2017, remis par François Pasteau

le 20 septembre à 16h30, qui cette année encore est le président du jury et le parrain de Rapid Resto. En même temps, se déroulera le salon BonExpo, dédié au bien-manger.

Proposer les meilleures offres du marché

Ce salon parallèle a pour vocation de mettre en lumière au travers de stands et de tables rondes les acteurs de l'alimentation durable (producteurs, transformateurs, distributeurs, importateurs...) en proposant les meilleures offres et solutions du marché pour les

chefs et restaurateurs responsables. François Pasteau, est un partenaire engagé de ce salon.

En effet, le chef, propriétaire de L'Epi Dupin et de son pendant fast-good L'Epi Malin, est également président de l'association Bon pour le climat et de l'ONG Ethic Ocean. Il mise sur une cuisine privilégiant les produits locaux, de saison et respectueux de l'environnement. Le Cervia, organisme associé à la région Ile-de-France, est également partenaire de BonExpo. Devant la demande crois-



sante de produits issus de l'approvisionnement local, la démarche Mangeons local en Ile-de-France mettra en avant les bons produits. Outre la présentation de produits et boissons à faible impact sur la planète, des tables rondes aborderont sur deux jours les grandes problématiques que sont l'offre « sans », le fast-good, la premiumisation des boissons, la lutte contre le gaspillage alimentaire, le sourcing locavore, l'agriculture urbaine, etc. ●

Indicateurs en partenariat avec



TENDANCES DU MARCHÉ DE LA RESTAURATION COMMERCIALE (AVRIL-JUIN 2017)

La restauration rapide drive le marché au 2^e trimestre 2017

L'Insee prévoit une croissance économique de +0,5% au 2^e trimestre grâce à une demande intérieure en hausse, des exportations positives et une consommation des ménages en augmentation. Selon les prévisions économiques, la croissance annuelle de 2017 s'élèverait à +1,6% (vs +1,1% en 2016).

Si le taux de chômage reste toujours préoccupant (près de 10% de la population active), la confiance des consommateurs progresse nettement à fin juin 2017. Une des raisons de ce nouvel optimisme des Français : les élections du nouveau président Emmanuel Macron en mai 2017.

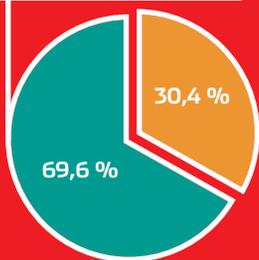
La météo du 2^e trimestre de cette année marque le 3^e printemps le plus chaud depuis 1900 en France. En 2016, à la même période le pays subissait au contraire les records des précipitations et les nombreuses grèves des transports et des raffineries. Le marché de la restauration commerciale a progressé de +1,3% en visites au 2^e trimestre, le ticket moyen a gagné sur la même période +0,4% et a ainsi dynamisé les dépenses totales (+1,9% vs le 2^e trimestre 2016) d'après le panel Crest.

Le circuit de la restauration rapide tire le marché vers le haut (avec +2% en visites vs +1,1% au 2^e trimestre 2016). La restauration à table, segment qui souffre depuis quelques années en France, parvient à stabiliser ses visites au 2^e trimestre.

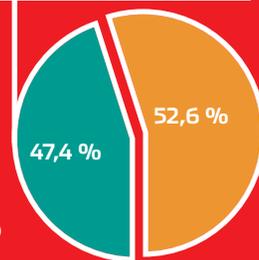
Les fast-foods, les coffee-shops et les glaciers sont les segments les plus dynamiques ce trimestre, les températures estivales contribuant à la consommation des glaces et des iced coffees.



Part de marché en visites (%)
2^e trimestre 2017



Part de marché en dépenses (%)
2^e trimestre 2017



	Restauration commerciale*	Restauration à table*	Restauration rapide*
Évolution en visites	1,3 %	- 0,2 %	2,0 %
Évolution de la dépense moyenne (par visite et par personne)	0,4 %	0,9 %	1,1 %
Dépense moyenne	6,09 €	11,09 €	4,07 €

* 2^e trimestre 2017 vs 2^e trimestre 2016

Définitions

- La restauration avec service à table (cafés/bars/brasseries, restauration à thème et non thématique, cafétérias)
- La restauration rapide (fast-foods, vente à emporter/livrée, sandwicheries, boulangeries, traiteurs, GMS/proxi pour la consommation personnelle et immédiate – ex. sandwich à emporter...).

Source : panel NPD Crest France, données Q2 2017 vs la même période de 2016. www.npd.com

ÉTUDE

Les 10 challenges du boulanger en 2017

Dans sa dernière étude, CHD Expert décrypte les 10 challenges du boulanger cette année afin de mieux se démarquer sur l'univers de la restauration rapide.

- 1- Savoir s'approprier les bonnes pratiques.
- 2- Conquérir la zone de chalandise en misant sur un savoir-faire authentique et artisanal, en proposant une offre complète et diversifiée.
- 3- Proposer aux clients de nouvelles offres et de nouvelles formules selon les différents moments de consommation.
- 4- Bousculer l'offre établie en innovant.
- 5- sublimer l'offre pâtisserie en la mettant en scène.

6- Faire de votre boutique un lieu de vie en mettant à disposition un espace de restauration et de détente.

7- Identifier les particularités locales (zone résidentielle ou d'activité) et les flux des clients selon les heures de la journée pour ajuster offre et tarifs.

8- Jouer la carte du locavore et du bien-être.

9- Proposer de nombreux services : drive, click & collect, paiement mobile, wi-fi gratuit, etc.

10- Être connecté en étant présent sur les réseaux sociaux pour créer du lien. ●

Cf. Tokster.com





RENAULT
PRO+

Nouveau

Renault KANGOO Z.E.

270 km d'autonomie* NEDC | 100% électrique



Première fourgonnette électrique grand public capable de vous offrir une autonomie de 270 km NEDC*. Soit une autonomie permettant de rouler de 120 km à 200 km en usage réel sur cycle livreur**.

*NEDC : norme européenne utilisée pour la mesure de la consommation. ** Cycle livreur : cycle réel correspondant à un utilisateur professionnel effectuant des livraisons en parcs périurbains et voies rapides, soit par exemple : 107 km en 2h 25, avec 45 km/h de moyenne, et un véhicule à l'arrêt 14% du temps (selon la topographie, la température extérieure, le vent, le style de conduite...)

Vite!

PÉNURIE

Le beurre flambe... et fond

La Fédération des entreprises de boulangerie (FEB) tire à nouveau la sonnette d'alarme sur la hausse du prix du beurre et, maintenant, sur sa possible pénurie. Avec une hausse du prix de 172% en l'espace de 20 mois. Les industriels dont certains de leurs produits sont composés à plus de 25 % de beurre, comme les croissants, doivent augmenter leur prix de vente... une hausse qui devra, à terme, être répercutée sur le prix de vente au consommateur. Des premiers cas de pénuries ont été signalés. La FEB estime qu'il « y va de la responsabilité des acheteurs de la grande distribution et de la restauration hors foyer de prendre les mesures susceptibles d'équilibrer l'équation économique du secteur ». Cf. Tokster.com



PROFESSION

Le Leaders Club au côté de la jeune restauration

À l'occasion de son assemblée générale du 26 juin, le Leaders Club a démontré sa volonté d'être plus proactif envers la jeune restauration. « Cette jeune génération est composée de chefs comme Julien Duboué qui est à l'origine de plusieurs concepts, ainsi que de jeunes sortis d'écoles de commerce et qui se mettent à fond dans la restauration, à l'instar de Jonathan Jablonski qui crée un groupe polymorphe », explique Nicolas Riché, président du Leaders Club encore une année.

Enquête

Afin d'accompagner au mieux ces jeunes entrepreneurs, une enquête a été menée par Food Service Vision. Il en ressort que ces jeunes entrepreneurs sont en attente de coaching. « Le jeune chef



ne sait pas dupliquer son enseigne ou gérer une franchise, tandis que celui qui sort d'école de commerce ne sait pas construire une cuisine. Ils vont alors trouver des appuis auprès de réseaux tels qu'Entreprendre Paris, mais ce n'est pas du coaching métier. Aussi, lançons nous Leaders You », détaille-t-il.

candidats pourront présenter leur pitch se déroulera le 2 octobre. « L'idée est d'organiser une réunion par trimestre pour accompagner 12 restaurateurs par an », note Nicolas Riché.

Parité parfaite et voulue parmi les coachs

Parmi les coachs, on notera une parité parfaite et voulue. La gent féminine présente une certaine sensibilité complémentaire de la vision économique des hommes. En outre, les femmes sont historiquement moins représentées dans le monde de la restauration, or elles sont de plus en plus nombreuses à fréquenter la restauration le midi. Au-delà de Leaders You, Nicolas Riché compte bien que cette jeune génération crée une nouvelle dynamique au bénéfice du client final. ●

Grâce à Leaders You, 4 coachs (Nicolas Riché, président de Columbus Café & Co, Aurore Malpièce Bégué de Chai 33, Laurianne Ferté d'Hoir, cofondatrice de Rice Trotters, et Jonathan Jablonski, fondateur de Factory & Co) vont épauler les candidats durant neuf mois. La première réunion où les

MARCHÉ

Reprise sur l'hôtellerie-restauration

L'optimisme se confirme en ce qui concerne les perspectives d'emploi. Les employeurs interrogés en France par ManpowerGroup dans le cadre de son Baromètre des perspectives d'emploi pour le troisième trimestre 2017 font en effet état d'intentions d'embauches positives : la prévision nette d'emploi, après correction des variations saisonnières, atteint + 2 %. Cela confirme la tendance positive observée depuis maintenant cinq trimestres consécutifs.

Les intentions d'embauches demeurent stables par rapport au trimestre précédent et gagnent un point d'une année à l'autre. L'hôtellerie-restauration affiche une nette reprise avec de meilleures perspectives d'emploi pour le deuxième trimestre consécutif. Avec une perspective d'embauche de + 8 %, et un solde net d'emploi qui grimpe de 6 points par rapport au précédent trimestre, le secteur regagne du terrain et observe une forte dynamique. ●




4^e SALON
DE LA PÂTISSERIE
BOULANGERIE - RESTAURATION
& MÉTIERS DE BOUCHE

Espace Diagora
TOULOUSE - LABÈGE

2 > 3
OCTOBRE
2017
DE 9H à 18H

SALON

Snacking, pizza et sandwicherie au programme de Serbotel

Pour la seconde fois, le snacking et la pizza seront mis à l'honneur sur la salon professionnel Serbotel qui se déroulera du 22 au 25 octobre au Parc des expositions à Nantes (44). L'espace pizza animé en partenariat avec Bruno Bertrand (Esprit Pizza - Pizzeria, Centre de Formation à Nort-sur-Erdre, 44), maître instructeur de l'École italienne des pizzaiolos et champion de monde 2010 des pizzaiolos, se tiendra dans le hall 3. Au programme : des recettes signatures de chefs détournées par des pizzaiolos...



Au programme : des recettes signatures de grands chefs détournées par des pizzaiolos.

6^e mondial du pain avec une épreuve « sandwich »

Les exposants, au fils des allées, présenteront leurs nouveautés produits et matériel de l'univers du snacking et de la restauration rapide. Des interventions, tables rondes et conférences sur le marché seront programmées. Direction le hall XXL sur l'espace boulangerie où le 6^e Mondial du pain intègrera une épreuve « sandwich ». L'occasion de découvrir comment il est décliné hors de nos frontières, puisque 18 équipes en provenance des 5 continents se mesureront les unes aux autres face à un jury international pour

décrocher le titre de vainqueur du Mondial du pain 2017. Sur un nouvel espace de conférences, en partenariat avec la Fédération des boulangers et boulangers pâtisseries de Loire-Atlantique et les différents partenaires de la Coupe d'Europe de la boulangerie artisanale, Serbotel proposera aux visiteurs de connaître les toutes dernières actualités professionnelles et les perspectives de la filière boulangerie. www.serbotel.com

ALIMENTATION DURABLE

Charte des bonnes pratiques

Le Geco vient de publier la « Charte des bonnes pratiques des entreprises agroalimentaires du food service – Pour une alimentation durable en restauration ». L'association veut en finir avec l'opposition systématique produit local vs produit industriel. La charte s'articule autour de 5 axes : être acteur du développement des territoires, viser l'amélioration de la qualité des produits, réduire leur impact environnemental, réduire le gaspillage alimentaire et améliorer le service et l'information aux restaurateurs.

ATELIER MILLENNIALS

Le Leaders Club fait sa réunion de rentrée

Le lundi 18 septembre, le Leaders Club organise sa réunion de rentrée à 18 h 45 à L'Étoile du Nord (Paris). Au menu : atelier thématique sur les Millennials pour connaître leur consommation de demain, d'après une étude de Food Service Vision ; la découverte des deux derniers finalistes des Palmes de la restauration et un apéro réseau.

NOUVEAUTÉ

CHOC'N NUT

MUFFIN GÉNÉREUX
FOURRAGE GOURMAND
129g

Craquez pour le plus gourmand des muffins et son cœur fondant Choco-Noisette !

- ★ Texture aérée, saveur intense et authentique
- ★ Fourrage onctueux choco-noisette
- ★ Moelleux à cœur
- ★ Éclats de noisettes croquantes

Dawn[®]

DAWN FOODS FRANCE • 456 rue du Moulin • 59193 ERQUINGHEM - LYS
• Tél : 03 20 10 30 03 • www.dawnfoods.fr

SALON

Exp'Hôtel 2017 : booster de business

Porté et présidé par le chef emblématique et MOF Philippe Etchebest, le salon Exp'Hôtel revient cette année du 19 au 21 novembre au Parc des expositions de Bordeaux. Ce rendez-vous biennal réunit pendant trois jours les professionnels de l'hôtellerie, de la restauration et des métiers de bouche pour leur apporter des solutions concrètes afin de booster leur business.

Ce ne sont pas moins de 250 exposants qui sont attendus autour de 3 grands pôles : Alimentations & boissons, Équipements & services, Agencement et arts de la table. Trois thèmes transversaux viennent compléter l'offre du salon autour du snacking, de la boulangerie et du vin. Un nouvel espace Tendances Hôtellerie vient accompagner l'hôtelier dans ses projets quel que soit le positionnement de son hôtel. Ainsi, à travers des mises en scènes de salles de bains, chambres, salles de sport et bars, le professionnel dé-



Présidé par Philippe Etchebest, Exp'Hôtel se déroule en synergie avec Bordeaux S.O Good, le festival grand public de la gastronomie et de l'art de vivre, qui se tient du 17 au 19 novembre.

couvrira des propositions d'aménagement cohérentes selon son positionnement. Le salon est rythmé par 12 concours et challenges ouverts aux professionnels, aux élèves et apprentis. Temps fort de ce programme, le Trophée Philippe Etchebest, présidé par le chef lui-même et coordonné par François Adamski, lauréat du Bocuse d'or.

Un accompagnement concret

Afin d'accompagner concrètement les restaurateurs dans leur business, Exp'Hôtel privilégie

cette année les rencontres et échanges entre professionnels. Le Grand Plateau, un forum prospectif, proposera de nombreux débats et conférences autour de thématiques comme le merchandising pour les métiers de bouche, la gestion des déchets, etc. Le Speed Coaching, nouveau rendez-vous, permet de rencontrer des spécialistes lors d'entretiens individualisés de trente minutes. Les restaurateurs peuvent ainsi bénéficier d'avis d'experts sur des questions concrètes (agencement, gestion, recrutement, question juridique...). ●

SALON

Food Hotel Tech : un événement plein de générosité !

Priorité à l'humain ! « Food Hotel Tech sera un événement plein de générosité. Nos visiteurs seront bien traités tout au long du salon pour vivre un moment très agréable », assure Karen Serfaty, fondatrice et directrice du nouveau salon du digital dédié à l'hôtellerie et à la restauration, Food Hotel Tech, dont la 1^{re} édition se déroulera les 28 et 29 novembre à Paris. Dès l'entrée, les visiteurs seront accueillis et orientés par des étudiants de l'École Ferrières.



Zepros Snack, partenaire presse de Food Hotel Tech, offre une entrée à ses lecteurs grâce au code promotionnel FHTZEPRO lors de l'inscription sur www.food-hotel-tech.com

L'humain d'abord

Le 28 novembre au matin, avant l'inauguration par Chris-

tian Mantei, directeur général d'Atout France, un petit déjeuner sera offert aux visiteurs et

exposants par Andros, sponsor du salon. « Bien sûr, le salon est digital et tech mais le contact et l'humain restent ma priorité. Ainsi, les innovations présentées sont là pour libérer, pour dégager les personnels de certaines tâches et les rendre plus disponibles auprès de leurs clients », poursuit Karen Serfaty. Les innovations en termes d'applications pour réserver, payer, gérer les plannings et les paies, embaucher des extras... seront autant d'éléments permettant d'offrir une expérience client plus performante et de générer un meilleur fonctionnement des établissements. ●

Agenda

Vous préparez un événement, un salon, un congrès, un concours, une journée « partenaires »... et vous souhaitez le faire savoir ? Prévenez-nous !

al.briot@zepros.fr

LIEUX	DATES	RENDEZ-VOUS
Dans vos régions		
Ile-de-France	du 16 sept. au 8 oct.	Semaines du Mangeons Local Paris Ile-de-France 2017
75 Paris	du 22 au 24 sept.	Food Temple au Carreau du Temple
75 Paris	du 5 au 14 octobre	Oktoberfest Paris
67 Strasbourg	9 octobre	Salon professionnel France Boissons, Stade de La Meinau
44 Nantes	du 22 au 25 octobre	Serbotel
20 Ajaccio	du 29 au 31 octobre	CHR Pro Expo
14 Caen	8 et 9 novembre	Normandie Pro'Expo
73 Albertville	du 10 au 13 novembre	Salon alpin de l'hôtellerie et des métiers de bouche
33 Bordeaux	du 17 au 19 novembre	Bordeaux So Good, Festival de la gastronomie et de l'art de vivre
33 Bordeaux	du 19 au 21 novembre	Exp'Hôtel Bordeaux
21 Dijon	21 et 22 janvier 2018	BFC Pro'Expo
31 Toulouse	du 28 au 31 jan. 2018	Smahrt

Vos salons et événements nationaux

69 Lyon	du 15 au 17 septembre	Showcake, 1 ^{er} salon de la pâtisserie créative
France entière	du 18 sept. au 1 ^{er} oct.	Tous au Restaurant
75 Paris	19 et 20 sept. 2017	Rapid Resto, BonExpo et SFIF à la Porte de Versailles
France entière	du 22 au 24 sept.	Fête de la gastronomie
75 Paris	9 et 10 octobre	Congrès du GNI dans les Salons de l'Aveyron
75 Paris	du 10 au 12 nov.	Salon du made in France à la Porte de Versailles
75 Paris	du 21 au 23 nov.	Salon des maires et des collectivités locales à la Porte de Versailles
75 Paris	28 et 29 novembre	Food Hotel Tech, premier salon dédié au digital dans l'hôtellerie et la restauration
75 Paris	du 1 ^{er} au 3 décembre	Salons Bio Gourmet et Vinibio au Carreau du Temple
75 Paris	du 1 ^{er} au 4 décembre	Salon Saveurs des plaisirs gourmands à l'Espace Champerret
75 Paris	20 et 21 mars 2018	Salon Made

Vos salons et événements internationaux

FR Paris	24 et 25 septembre	Gourmet Food & Wine Selection 2017 à la Porte de Versailles
FR Paris	du 7 au 9 octobre	4 ^e Salon européen du saké et des boissons japonaises
DE Cologne	du 7 au 11 octobre	Anuga 2017
FR Villepinte	du 22 au 24 octobre	Natexpo à Paris-Nord-Villepinte
FR Paris	du 28 oct. au 1 ^{er} nov.	23 ^e édition du Salon du chocolat à la Porte de Versailles
FR Paris	13 novembre	Palmes de la restauration du Leaders Club
FR Marseille	du 28 au 30 janv. 2018	Food'in Sud, le salon méditerranéen du food service



Thierry, Cuisinier.
Est aux commandes de son entreprise.



Credit photo: Denis Roussin



C'est un vrai plus de lui proposer un tarif sur mesure.*

Nos services d'entretien et de réparation sont spécialement adaptés aux pros.

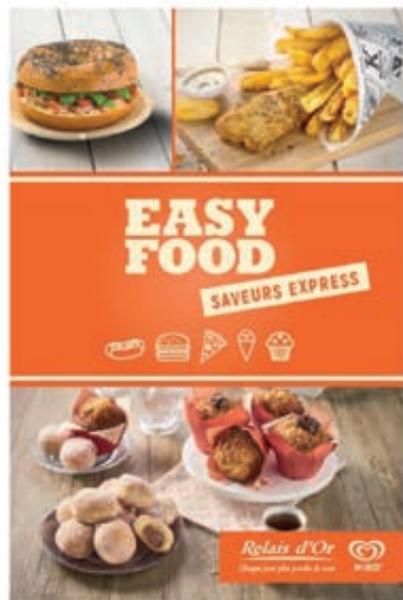
Qui mieux que Renault peut entretenir votre Renault ?

* Offre réservée aux professionnels, sur les véhicules Renault, dans le réseau Renault participant. Liste des affaires disponible sur Renault.fr

Renault recommande 

  renault.fr

Relais d'Or Miko : Une offre complète et des concepts originaux pour la vente à emporter



offre particulièrement développée de produits de préparation ou de produits prêts à servir, permettant de proposer tous types de burgers, pizzas, sandwichs, salades, desserts et glaces.

Ce catalogue propose aussi des concepts originaux permettant de répondre aux attentes des consommateurs en un minimum

de temps pour une qualité et une fraîcheur optimales :

Manhattan Hot Dog permettant de préparer le vrai Hot Dog New Yorkais avec sa recette unique au monde dans les meilleures conditions et avec du matériel adapté.



Les paninis prêts à toaster **Délicecook** permettant de proposer des sandwichs chauds en 3 minutes.

Les smoothies **Tamarindo**, permettant de réaliser en 30 secondes des boissons rafraîchissantes,



onctueuses, savoureuses et 100% naturelles.

Sans oublier les glaces **Miko** et leurs marques préférées des Français : **Magnum, Ben & Jerry's, Cornetto...** dont le réseau **Relais d'Or** assure la distribution en exclusivité.

À cet offre large de denrées et produits alimentaires, **Relais d'Or Miko** a associé une gamme de contenants, d'emballages et de vaisselle à usage unique indispensables à la vente à emporter.

Un catalogue étoffé, couvrant tous les besoins et permettant de se démarquer, en bénéficiant d'un service de très haute qualité. Le réseau **Relais d'Or Miko** en effet dispose de 54 entrepôts de proximité lui permettant de livrer ses clients dans des temps et avec une fréquence records.

Relais d'Or Miko apporte aux établissements de restauration rapide et à emporter des solutions chaque jour plus pertinentes.



Le catalogue **Easy Food** de **Relais d'Or Miko**, regroupe des produits sélectionnés sur la base d'un cahier des charges exigeant pour offrir un large assortiment aux restaurants rapides, aux sandwicheries, et à la vente à emporter. Cette dernière y trouve une

Ben & Jerry's, une marque gourmande et engagée

« La meilleure glace possible de la meilleure façon possible », voilà ce que **Ben & Jerry's** s'essaie à faire depuis plus de 39 ans maintenant.

Concrètement, c'est la volonté d'une part de proposer des recettes toujours plus gourmandes et généreuses, avec des tourbillons de sauces et des gros morceaux. C'est d'autre part la conviction qu'une crème glacée est de meilleure qualité lorsqu'elle a été faite avec des ingrédients soigneusement sélectionnés et des matières premières cultivées de



manière équitable. Ainsi, la marque utilise des œufs de poules élevées en plein air, et des produits laitiers issus de l'agriculture durable. Les bananes, le café, la vanille, le cacao et

le sucre sont quant à eux certifiés **Fairtrade** (commerce équitable).

Ben & Jerry's, c'est aussi une marque qui innove et n'hésite pas à s'aventurer

sur de nouveaux territoires ! Bien connue pour ses crèmes glacées en pots (500ml ou 150ml), la marque est arrivée sur le marché en 2016 avec le **'Wich'**, un sandwich glacé gourmand composé d'une crème glacée vanille avec des morceaux de pâte à cookie comme ceux de la célèbre **Cookie Dough**, prise en sandwich entre deux cookies moelleux !

Peut-être avez-vous aperçu d'ailleurs en juillet dernier la campagne d'affichage qui mettait en avant ce produit « **Wichment bon** » ! Un plaisir n'arrivant jamais seul, le **'Wich Chocolate Fudge Brownie** est venu compléter la gamme cette année, pour

la plus grande joie des mordus de chocolat.

Format à croquer par excellence, pratique à déguster, le **'Wich est idéal pour la vente à emporter**. Il a déjà conquis de nombreux fans, à l'instar de l'un des leaders de livraison à domicile, chez qui le **'Wich Cookie Dough** est la référence n°1 des glaces*.

Proposer de la Ben & Jerry's, c'est offrir un dessert différent à ses consommateurs, qui assure de la gourmandise à chaque bouchée !

*Source : données internes Unilever, YTD semaine 33 2017, ventes pièces.

 **59** | LAMBERSART

L'assiette anglaise de Pies and Potes

Pies and Potes, salon de thé à l'accent british, se situe dans une artère passante de la banlieue lilloise. Ici, une vraie carte anglaise, avec les traditionnelles pies, proches de nos tourtes françaises, des gâteaux et des thés. Mélissa Dubus, après avoir vécu huit ans en Angleterre puis un an en Nouvelle-Zélande, voulait créer son affaire. De retour en France, elle a convaincu sa collègue belge Alison Debarbieux, issue des Beaux-Arts. Elles se sont instal-

lées dans un ancien cabinet d'avocats, après une campagne de crowdfunding et 29 000 € de travaux.

Le salon de thé de 30 couverts possède une petite terrasse. « *On peut manger et boire à n'importe quelle heure, concept assez inédit à notre sens. Quelques Anglais viennent mais les clients sont surtout du quartier, souvent des clientes avec ou sans enfants.* » Mélissa s'occupe du salé, Alison du sucré. Tout est à 50-50, y compris les parts de la société. ●



Alison Debarbieux et Mélissa Dubus utilisent des produits locaux pour la cuisine qui est entièrement faite maison. Elles traversent régulièrement la Manche pour approvisionner leur petite épicerie.

 **37** | TOURS

Chez Julia, c'est bon et sans gluten

Julia Meurdesoif est intolérante au gluten et sa petite fille aussi. Mais elle a toujours aimé cuisiner et a le goût des bonnes choses. Elle a donc ouvert en centre-ville de Tours Juju

sans Glut', un lieu où l'on peut déjeuner rapidement de façon gourmande et équilibrée, sans traces de gluten.

Salades, soupes chaudes ou froides, poulet basquaise, tajine, lasagnes, pâtisseries, dont des muffins sans lactose... Sa carte a vite trouvé son public. « *Je suis la seule à proposer du sans gluten en restauration sur Tours. J'ai pas mal d'habitues parmi ma clientèle, des personnes intolérantes au gluten ou non* », sourit Julia.

La jeune femme ne cuisine que des produits frais, ses fruits et ses légumes proviennent de la région. « *Le ticket moyen est d'environ 13 €, indique Julia. Je veux proposer des prix abordables tout en faisant de la qualité, et c'est un défi quotidien.* » ●



Julia Meurdesoif a également une activité traiteur et épicerie fine.

13 | AIX-EN-PROVENCE

Véronique Desjouis fait gonfler Ego



Ego double la mise. Le glacier artisanal en libre-service au poids, dont le dirigeant est Véronique Desjouis, s'installe à Aix-en-Provence dans une boutique d'une cinquantaine de places assises. Au menu, 3 gammes de glaces et sorbets : la gamme traditionnelle, la gamme bio et la gamme végétale certifiée sans gluten ni lactose. Ici, le prix est au poids, à 3,50 € les 100 g et le ticket moyen à 5,50 € avec une consommation centrée sur la glace l'été et constituée de crêpes et boissons chaudes l'hiver.

Cf. Tokster.com

94 | ST MAUR-DES-FOSSÉS

Festival de foodtrucks en septembre



À l'occasion du Saint-Maur Foodtrucks Festival qui se tiendra du 22 au 24 septembre sur la place des Marronniers, près de 50 camions ont été scrupuleusement sélectionnés dans un esprit « mangeons local ». L'événement, qui s'inscrit dans le cadre de la Fête de la gastronomie, accueillera aussi des producteurs locaux. Michel Roth, chef doublement étoilé, MOF et Bocuse d'or, sera présent et remettra le Prix spécial du jury au meilleur foodtruck.

54 | LAXOU

Du basket à la pizza

Mustapha Najin, ancien joueur de basket pro B, a quitté les parquets pour se lancer dans la restauration, épaulé par sa femme et son frère. Le trio vient d'ouvrir Bon App' au cœur du centre commercial des Provinces, place Louis-Collin. Pizzas, salades, paninis, tex-mex, le tout sur place ou à emporter avec un service de livraison.



 **59** | LILLE

La maison B, bar central

La place de la République est bordée par la Préfecture, le musée des Beaux-Arts, la célèbre école de journalisme et désormais l'Institut d'études politiques. Mais elle ne comportait aucun bar. Hicham Ben Nasr et Sofiane Kassimi, déjà associés à l'Urban Bar tout proche, y ont ouvert la Maison B en mai.

Dans ce bâtiment classé monument historique, le concept est un peu du bar « à l'ancienne », avec billard et jeux de fléchettes, des jeux de société à venir mais avec un look design. Les boissons sont accessibles : softs à 3 €, verres de vin à 4 € et cocktails (dont mojitos variés) et les pintes à 5 €. Pour cette rentrée, l'objectif est d'ouvrir avant 16 heures et d'enrichir son offre d'une carte de petite restaura-



Après 90 000 € de travaux, Hicham Ben Nasr et Sofiane Kassimi ont ouvert « une 2^e maison » pour leurs clients, après l'Urban, et veulent en faire un lieu « pour se poser et boire un verre entre amis ».

tion avec bruschettas et croques, toujours de qualité. Le local de 180m² accueille 80 couverts, l'étage est privatisable. ●

 **37** | TOURS

De quoi se régaler à la guinguette



Chez Dupont complète le restaurant de la guinguette de Tours avec des prix plus bas et un cadre aussi agréable.

La guinguette a de nouveau investi les bords de Loire pour l'été. Au restaurant vient s'ajouter cette année une « cantine », Chez Dupont. « *Nous y proposons un plat du jour ou une salade végétarienne à 9 €, à base de produits frais et locaux, comme à notre restaurant* », indique Grégoire Courtin, cogérant des deux établissements. Plus de 200 convives viennent chaque jour à la guinguette.

Grégoire Courtin et son associé sont brocanteurs le reste de l'année. Liés à l'association Le

Petit Monde et à la société Kwamti (aménagement et animations à la guinguette), ils ont remporté le nouvel appel d'offres pour quatre ans. « *En 2016, nous avons fait 500 000 € de chiffre d'affaires sur la restauration, avec 10 % reversés à la mairie et à Kwamti* », confie Grégoire Courtin.

De l'autre côté de la Loire, Tours-sur-Plage, pilotée par un autre prestataire, propose petits plats et assiettes mitonnés par Séverine Mayer, ancienne candidate à MasterChef. ●

peka

Découvrez
notre gamme gratins



La marque **Peka Freshline**, une large sélection de pommes de terre pasteurisées et de spécialités à base de pommes de terre, destinée exclusivement à la restauration commerciale et collective et aux Bouchers, Charcutiers et Traiteurs.



Retrouvez l'ensemble
de notre gamme sur
pekakroef.com

NOUVEAU
Gratin aux
4 fromages



« portionnable à souhait »

54 VARANGÉVILLE

Le 113
métamorphosé

Plus rien à voir ! Tout a été refait de A à Z. Le restaurant grill-kebab du 113, rue Gabriel-Péri est passé dans les mains du nouveau propriétaire. Bilyan Mirolyubov a réalisé les travaux lui-même pendant six mois. L'établissement offre aujourd'hui une capacité de cinquante couverts. En plus de la restauration en salle, une large gamme de sandwiches est proposée.

54 NANCY

You Drink
à tout heure

L'apéro jusqu'au bout de la nuit ! Sabin Bongos vient d'ouvrir You Drink, société spécialisée dans la livraison d'apéritifs à domicile. Après avoir suivi une formation Permis de vente de boissons alcoolisées la nuit (PVBAN), ce diplômé en commerce international a décidé de se lancer. Un service atypique sur la cité ducale et son agglomération.

54 NANCY

Starbucks
s'ancre dans
la cité ducale

Starbucks vient d'ouvrir le 10 juin en plein cœur de la cité ducale rue Saint-Georges. À la tête de cette franchise, le multifranchisé Kamel Boulhadid, fondateur du groupe BK (dont le siège est en Alsace), affichant une cinquantaine de restaurants Domino's Pizza en région parisienne et dans le Grand Est ainsi que les restaurants Sushi's. Trois ou quatre autres Starbucks devraient voir le jour dans l'agglomération nancéienne.



86 | CHASSENEUIL-DE-POITOU

Le Futuroscope s'offre
un drôle de foodtruck

Imaginé et dessiné par Peugeot Design Lab, le foodtruck Le Bistrot du Lion a pris ses quartiers d'été au cœur du parc du Futuroscope près de Poitiers (Vienne) jusqu'au 31 août. Doté d'un matériel de cuisine professionnel, le véhicule propose crêpes et gaufres l'après-midi ainsi que planches apéritives le soir. Chaque jour, il sert environ 400 visiteurs présents sur le parc. Mais la véritable innovation

de ce foodtruck est de pouvoir se déployer pour laisser apparaître alors un espace musical avec un DJ assurant des animations électro-lounge ainsi qu'un écran de 46 pouces qui retransmet les gestes du cuisinier. Le concept avait été dévoilé en 2015 au Carreau du Temple à Paris avant d'assurer la restauration des visiteurs du pavillon France lors de l'exposition universelle de Milan. ●



Pour ses 30 ans, le Futuroscope se dote d'un camion qui, une fois déployé, laisse apparaître un grand écran et un espace musique.

31 | TOULOUSE

Veggie Corner, pionnier
du vegan dans la ville

Veggie Corner espère servir 25 couverts pour un ticket moyen de 11 € chaque jour au déjeuner.

« C'est le bon moment pour se lancer. Plus qu'une mode, le végétalisme est en train de s'imposer comme un changement de société même si le phénomène a dix ans de retard en France. Il y avait une forte demande, surtout ici à Toulouse avec une population jeune et étudiante », estime Franck Lafon. Ce pâtissier de formation vient ainsi de créer Veggie Corner, le premier snack vegan de la Ville rose. Porté par une importante communication sur Facebook et par

une campagne de financement participatif réussie sur la plateforme KissKissBankBank, Veggie Corner espère servir 25 couverts pour un ticket moyen de 11 € chaque jour au déjeuner, en plus de son activité salon de thé l'après-midi. « Dès septembre, j'espère recruter un collaborateur pour étendre les horaires d'ouverture jusqu'à 19 heures », explique Franck Lafon, qui souhaite faire découvrir la cuisine vegan et aussi toucher une clientèle non végétalienne. ●

54 | NANCY

Le Croc'Clo :
une affaire qui roule

Premier prix dans la catégorie Changement ! Clotilde Besançon-Watelet, ancienne professionnelle médicale et aujourd'hui pilote de son foodtruck le Croc'Clo, a été mise à l'honneur à l'occasion des derniers trophées du Club Entreprendre au féminin de Meurthe-et-Moselle (une commission de la CPME 54) pour son revirement total de parcours professionnel. Le fait d'être primée par cette commission de la CPME de Meurthe-et-Moselle, influente dans la région, va lui permettre de côtoyer un univers de chefs d'entreprise et de trouver de quoi développer ses relations et son réseau.

Depuis quelques mois, elle sillonne les routes de Meurthe-et-Moselle dans le Touloulois pour y proposer ses formules. « Les matières que j'utilise sont fraîches, écoresponsables et généralement labellisées et pro-



Catherine Besançon-Watelet, la pilote du foodtruck Croc'Clo, vient d'être récompensée par le Club Entreprendre au Féminin de Meurthe-et-Moselle. De quoi lui permettre de renforcer son réseau d'affaires.

duites localement », assure-t-elle. Accompagnée par l'Agence de développement du sud nancéien (ADSN) dans le lancement de son projet, elle entend continuer à proposer de nouvelles recettes avec, comme leitmotiv, qualité gustative, variété et équilibre alimentaire. ●

31 | TOULOUSE

Pizza Martine s'ouvre
à la franchise

Alors que deux nouvelles ouvertures sont d'ores et déjà prévues d'ici à la fin de l'année, Pizza Martine saute le pas et se lance en franchise. L'enseigne toulousaine de pizzas à emporter, née il y a vingt-trois ans et qui compte quatre points de vente pour 25 collaborateurs dans la périphérie de la Ville rose, a ainsi fait appel au cabinet RBMG Consulting pour accompagner ce développement. « Le ticket d'entrée est fixé à 12 000 € et l'investissement ne dépasse généralement pas les 40 000 €, ce qui va nous permettre de viser des candidats avant tout passionnés et impliqués », explique Tom Depril-Dupre, chargé de projets chez RBMG Consulting. Chaque point de vente, qui affichera les couleurs violettes désormais bien identifiées de Pizza Martine, nécessitera généralement un pizzaiolo et un vendeur et pourrait générer jusqu'à 100 000 € de chiffre d'affaires dès la deuxième année d'activité. ●

alement pas les 40 000 €, ce qui va nous permettre de viser des candidats avant tout passionnés et impliqués », explique Tom Depril-Dupre, chargé de projets chez RBMG Consulting. Chaque point de vente, qui affichera les couleurs violettes désormais bien identifiées de Pizza Martine, nécessitera généralement un pizzaiolo et un vendeur et pourrait générer jusqu'à 100 000 € de chiffre d'affaires dès la deuxième année d'activité. ●



Chaque point de vente affichera les couleurs violettes désormais bien identifiées de Pizza Martine.

privilege **de** marque.com

Arts de la table - Ustensiles de Cuisine - Équipements professionnels

VENTES PRIVÉES

KitchenAid®

Robot Pâtissier 6.9L

699€³⁰

~~999€⁰⁰~~



Des offres comme celle-ci, il y en a **chaque matin !**

INSCRIVEZ-VOUS

sur privilege **de** marque.com



63 | CLERMONT-FERRAND

LAG, de street food en cafés



© Béatrice Baroil

Une décoration et des travaux réalisés par le propriétaire.

Clermontois d'origine, Lyria Boufekka et Boris Wandoren ont roulé leur bosse de Londres à Paris en passant par Montréal, ce qui les a motivés pour la restauration rapide. Revenus à Clermont-Ferrand, ils ont ouvert un coffee-shop convivial avec des cafés de spécialités et une offre de street food rapide mais élaborée. « On trouve peu de street food en France », explique Boris Wandoren, à la fois gérant de l'éta-

blissement et cuisinier. Aussi, il propose des sandwiches originaux comme le banh-mi vietnamien, à 6,50 € ou le chimichurri argentin. Carrot cake et muffins complètent cette offre originale et faite maison.

LAG, qui offre 25 couverts, est aussi un vrai coffee-shop où l'on peut boire des cafés de spécialités (Brésil, Kenya, Guatemala...) sélectionnés chez les meilleurs torréfacteurs. L'espresso est à 1,60 €. ●



56 | LORIENT

Bagel au centre pour Amy's

Un nouveau lieu de restauration sur place et à emporter en plein cœur de Lorient, une atmosphère cosy déclinée en chêne, rotin, briques et faïence, le bagel en produit phare : Amy's ne désemplit pas depuis son ouverture en mai. Vincent et Sébastien Kerjouan, créateurs et propriétaires du lieu (précurseurs du burger premium avec Papy Joe, une autre enseigne à Lorient), ne se sont pas trompés sur cette nouvelle tendance. Aux côtés des soupes, salades, quiches et tartes, les bagels sont bien le must.

Par le choix des saveurs (nature, sésame, pavot, et bientôt sans gluten), les différentes garnitures et les prix abordables (entre 5 et 6,30 € pièce, le menu bagel, accompagnement et boisson à 8,50€). Les bagels sont produits dans leur propre laboratoire par Michelle Coré-Poussain, un chef pâtissier indépendant. « Nous voulons donner la meilleure expérience à nos clients et le tout maison ne coûte pas forcément plus cher que de s'approvisionner dans l'industrie », souligne Vincent Kerjouan. ●



© Amy's

Une atmosphère cosy déclinée en chêne, rotin, briques et faïence.



33 | BORDEAUX

Le Buro des Possibles : repère gourmand et studieux

Sur le papier, Zoé Elliott est diplômée d'un CAP pâtisserie, mais, aujourd'hui, elle fait beaucoup plus que cela. « J'ai profité d'une période de chômage pour me perfectionner

en cuisine salée et me lancer un défi : tester une nouvelle recette chaque jour. » Depuis février, nouvelle étape pour celle qui se définit comme une autodidacte : elle gère les cuisines du

Buro des Possibles à Bordeaux, un lieu hybride composé de deux espaces, le coin des gourmands où Zoé Elliott est aux commandes et le coin des intellos, un working café studieux et cosy avec buffet et boissons chaudes à volonté. Et le dimanche, c'est brunch pour tout le monde.

Au Buro des Possibles, les clients dégustent des plats à base de produits de saison, locaux et au maximum bio. Soupes, tartes, buddha bowls, cookies... le menu change tous les jours. ●



© H.L.

Le Buro des Possibles a été lancé en février par Alexandra Maillet, Laure Rigoudy et Zoé Elliott (de g. à d.).



63 | CLERMONT-FERRAND

Kafé Niho, coffee-shop à la française

Andreas Lyberis, parisien d'origine grecque, a installé sa boutique, rue Saint-Dominique, en plein centre-ville, pour créer un véritable espace de dégustation de café. Il l'a baptisé Kafé Niho, ce qui veut dire phonétiquement en grec, le café en tant que lieu. « Même s'il y a plusieurs autres coffee-shops à Clermont-Ferrand, mon offre est très différente des classiques. Je veux me démarquer des grandes enseignes. Chez moi, l'accent est mis sur les cafés de spécialité avec une traçabilité qui va jusqu'à la ferme productrice. » Espresso, cappuccino, cappuccino glacé, macchiato, café filtre, café ibrik (turque) sont servis dans un



© Béatrice Baroil

Chocolats chauds, jus de fruits bio et thés s'ajoutent à l'offre du Kafé Niho.

espace cosy de 14 places. Il offre un accord café et plaisirs sucrés. Andreas Lyberis concocte lui-même des pâtisseries grecques, des galettes de blé noir et des crêpes. ●



35 | RENNES

WhiteFields café : food-court plus que tendance

Réunir quatre univers culinaires et un bar sur 700 m² dans un environnement très qualitatif, assurer un service en continu 7j/7 jusqu'à minuit pour séduire différents types de publics, le tout dans une zone de bureaux : l'enjeu était conséquent pour la famille Sturm Thipthiphakone, propriétaire du lieu. Situé en périphérie de Rennes dans le quartier d'af-

fares Les Champs Blancs (d'où le nom WhiteFields), le concept va au-delà du food-court habituel. En exemple, une carte de paiement qui peut se créditer sur place (en espèces, CB, titres restaurant...), utilisable dans tous les coins de restauration et le bar, elle permet de mixer l'ensemble des offres.

Élodie Dumas (agence Wunder Architectes) a conçu l'aménagement. Son challenge étant de rendre ce grand espace attirant, en le prêtant aux différentes facettes de vie durant la semaine. « Il fallait décliner une identité forte, sans tomber dans une même ambiance pour le bar, les coins en cuisine asiatique, italienne, française et bien-être. Avec le grand comptoir à l'accueil façon lobby, la volonté a été d'offrir un voyage et une vraie liberté de l'offre », observe Élodie Dumas. Dans un esprit décontracté à anglo-saxonne, le WhiteFields café confirme son ambition et le succès est au rendez-vous depuis son ouverture en mars. ●

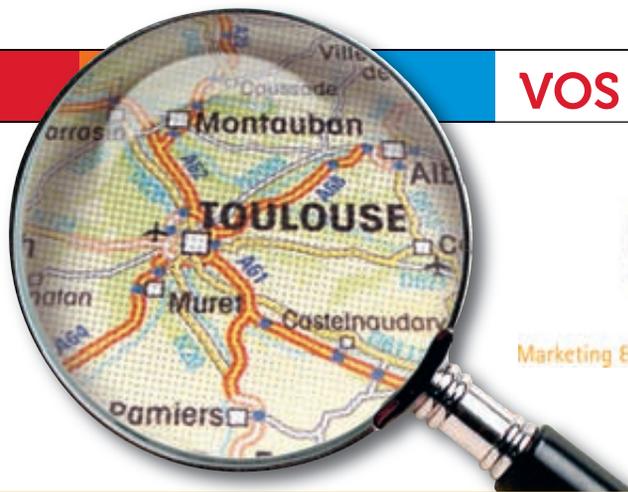


© Allan Ploix/Studio Trendy Colors

Le succès est au rendez-vous au WhiteFields café depuis son ouverture en mars.

À LA LOUPE...

La ville de TOULOUSE



conseil
GIRA

Marketing & Développement de la Restauration

La restauration voit la ville en rose

Ville dynamique à la tête d'industries spécialisées comme l'aéronautique, l'électronique ou encore le secteur médical, Toulouse est aussi connue pour ses performances sportives et son pôle universitaire. Avec sa grande concentration d'acteurs de l'aéronautique et du spatial, la zone d'emplois de Toulouse regroupe la majorité des effectifs salariés de la filière aérospatiale dans le grand Sud-Ouest avec 61% des salariés. On compte actuellement près de 37 000 entreprises sur la métropole de Toulouse. La ville en concentre 66%.

La Ville rose présente un potentiel d'emplois satisfaisant pour la restauration puisqu'elle compte environ 300 000 salariés dans une métropole de 435 000 emplois. De plus, Gira Conseil a relevé un profil d'actif qualitatif, avec une part de CSP+ supérieure à la moyenne nationale (63,8% contre 49,2%). Enfin, il existe une part importante d'employés, plutôt favorable à la consommation en restauration commerciale selon son positionnement.

On note également une population importante de près de 400 000 habitants (15 ans et plus) possédant des profils moins qualitatifs que sur le territoire national mais avec une part de CSP+ supérieure à la moyenne française (36,2% contre 26,6%). La ville se caractérise par la présence de nombreux étudiants avec un véritable pôle étudiant puisqu'on estime qu'environ 100 000 jeunes y préparent un diplôme de l'enseignement supérieur.

Cette analyse se ressent sur l'âge de la population, car les personnes de 45 ans et plus sont beaucoup moins présentes qu'en France, avec 32,3% contre 43,9% au niveau national. De plus, on constate que les 15-29 ans sont les plus représentés sur Toulouse. Enfin, cette population dispose de revenus moyens inférieurs à la moyenne française, de l'ordre de 25 291€ contre 25 874€. Entre 2008 et 2013, on remarque une croissance de l'emploi de l'ordre de 3,2% et de la population de 3,6%.



La rue du Taur à Toulouse et le clocher de la basilique Saint-Sernin.

Le centre-ville de Toulouse, en tant que cœur historique, regroupe de nombreux commerces et restaurants. Ainsi, la plupart des lieux de sorties et les commerces de la ville se situent dans le centre-ville qui attire de nombreux chaland de l'ensemble de la métropole. L'offre commerciale située dans l'hypercentre de Toulouse en fait le premier pôle commercial régional.

En termes de restauration, Toulouse comptait, en 2015, 946 unités de restauration en service à table et 731 unités de restauration rapide. ●

Alexandre Topin

L'avis de Bernard Boutboul



Directeur général de Gira Conseil.

Toulouse est une ville dynamique et en croissance avec un potentiel important pour la restauration. La métropole toulousaine permet de garantir pour la restauration des activités à la fois le soir et le midi en raison des nombreux centres d'intérêts tels que les loisirs, le passage, le shopping ainsi que des strates structurantes que sont l'emploi et la population, qui présentent des profils qualitatifs. La chaîne Burger King devrait s'installer dans le centre-ville de Toulouse d'ici à fin 2017, mais aucune date précise n'est connue pour le moment.

Gira Conseil recommande d'être attentif à l'emplacement choisi afin que celui-ci puisse capitaliser sur le maximum de profils de clientèle potentiels, notamment les clients de passage et de loisirs. En effet, le centre-ville de Toulouse abrite de nombreuses petites rues qui représentent de bons emplacements par leur localisation, mais il faut être vigi-

lant car certaines enregistrent de faible passage. L'agglomération toulousaine possède également d'autres pôles économiques d'envergures qui viennent compléter l'offre commerciale du centre-ville.

En effet, plusieurs zones d'attractions autour de Toulouse possèdent des potentiels intéressants pour la restauration (grosses zones d'emploi pour le midi, mais aussi pour les soirs et week-ends avec les centres commerciaux et les cinémas), bien qu'il y ait déjà énormément d'acteurs positionnés actuellement. ●

Feu : Vert !



1 Le bowl concentre en un bol tous les ingrédients d'une cuisine végétale. Pour être équilibré, il doit associer des céréales pour les glucides, des légumineuses pour les protéines, des légumes cuits et/ou crus pour les vitamines, des graines pour les vitamines et les minéraux et des oléagineux pour les oméga-3 et les lipides.

2 Le végétal est présent dès le petit déjeuner avec les açai bowls, les mueslis et, pour une offre 100 % végétale, ceux-ci seront préparés avec des boissons végétales à base d'amande, de soja, de noisette, d'épeautre...

3 Steak de tofu, steak de légumineuses ou de céréales... les propositions sont maintenant nombreuses pour inscrire un burger végétal à la carte.



1

FOCUS

ALIMENTATION

Le vert est dans l'as

**Les Français ont
faim de végétal
entend-on. Qu'en
est-il vraiment ?
Consomment-ils
plus de fruits et
légumes ?
Cette mode ne
concerne-t-elle
que des femmes
qui surveillent
leur ligne ?
Ou s'agit-il d'une
vraie évolution
de fond qui
touche toute la
population ?**

Ily a quelques années certains chefs de renom se sont intéressés de plus près au végétal, lui faisant une part plus belle dans l'assiette, cuisinant de nouvelles espèces et remettant sur le devant de la scène des légumes anciens. Le végétal semblait réservé à une élite gastronomique. Puis, sous l'impulsion des messages gouvernementaux, le principe du « mangez 5 fruits et légumes par jour » semble bien ancré dans les esprits... Et dans l'assiette ? En matière de restauration rapide et de snacking, rien n'était moins sûr car à l'heure de la pause, qui est courte, le consommateur se laisse généralement tenter par quelque chose qui va lui faire plaisir et caler son estomac. Pourtant, il suffit de lire de-ci de-là, d'observer le nombre de restaurants en tous genres, les

plats cuisinés proposés par l'industrie agroalimentaire et même ce qui se passe à l'étranger... la révolution verte est bel et bien en marche. Les raisons sont multiples et propres à chacun : manger plus sain, plus durable, faire moins souffrir les animaux... L'Observatoire des cuisines populaires s'est interrogé sur la place réelle du végétal dans l'assiette des Français. Il ressort de cette enquête Ifop/Lesieur que non seulement leur consommation se végétalise, avec 4 Français sur 10 qui affirment avoir augmenté la part de végétal dans leur alimentation, mais qu'en outre ces produits bénéficient d'une image positive. Les produits végétaux sont ainsi considérés comme préservant la santé et la ligne. D'ailleurs, contrairement à ce que l'on pourrait penser, le consommateur de végétal n'est pas la « jeune femme CSP+ qui

surveille son poids ». Cette famille d'aliments s'est largement démocratisée et est appréciée de tous, sans profil de consommateur spécifique. Il faut s'intéresser aux produits végétaux plus nouveaux comme le soja pour observer des différences de profil. Ainsi, ce sont davantage de jeunes femmes urbaines (villes de +100 000 habitants) qui s'orienteront vers ces nouvelles propositions par goût de la nouveauté et de la cuisine.

Source de plaisir

Les épinards ne sont plus un plat punitif et l'imaginaire du végétal est devenu positif. Seulement 5 % des interviewés citent spontanément des éléments négatifs (fadeur, prix élevé) à l'évocation du végétal. Si pour 72 % des interrogés les notions de santé sont associées à la consommation de produits végétaux, celles de goût

et de plaisir sont citées dans 67 % des cas. La diversité de formes, couleurs, goûts et textures font que les végétaux sont source de plaisir et de bien-être mental. En effet, Éric Birlouez, ingénieur agronome et sociologue de l'alimentation, souligne dans cette étude que 22 % des personnes ayant accru leur consommation l'ont fait pour ne pas faire souffrir d'animaux. Et 30 % des sondés mangent plus de produits végétaux car ils leur apparaissent comme non transformés et plus naturels. « Cette quête de nature et de naturel est devenue une tendance structurante de l'alimentation contemporaine », analyse-t-il. Et cette dernière donne rejoint la faim de plats faits maison avec des ingrédients frais, bio, qui prend de l'ampleur. L'envie de vert n'est donc pas une mode passagère mais une tendance de fond. ●



FOCUS ART DE VIVRE

Je mange donc je suis



2



3



D'une manière générale, on observe que la consommation alimentaire aujourd'hui est réfléchie, voire intellectualisée. Le légume a tout pour plaire à tout le monde : il est healthy, il est bon pour la planète, il est socialement et religieusement irréprochable, il est gluten free, il est naturel, il est économique et peut être travaillé de très nombreuses façons. Le plaisir et le goût ont toujours leur part indétrônable dans l'assiette du Français, mais les préoccupations d'équilibre nutritionnel, de santé, d'environnement s'y ajoutent.

Ainsi, les notions de nutrition et de santé, en phase avec la norme sociale actuelle du corps idéal sont citées par 82 % des aficionados du végétal dans l'étude menée par l'Observatoire des cuisines populaires. Et c'est ce qui motive aussi un Français sur deux à augmenter sa consommation de produits végétaux dans les années à venir. Une étude menée par le site www.guestonline.io corrobore ces résultats. Celle-ci souligne qu'en l'espace de cinq ans la demande de restauration pour les végétariens a quadruplé, tandis que celle pour les végans a été multipliée par 20. De quoi stimuler l'offre de plats riches en végétaux.

gers, à l'instar de Bioburger, proposent également des burgers végétaux avec un steak de soja à la place de la viande. Les exemples d'établissements introduisant de plus en plus de végétal dans leur menu sont maintenant nombreux.

Et ce mouvement n'est pas propre à la France. Aux États-Unis, Anne-Claire Paré, fondatrice de l'agence Bento, a pu constater une recrudescence des adresses « végécetric » qui font venir le consommateur au végétal en imaginant « le légume en version tapas qui déménage, comfort food rassurante à base de pizzas généreuse ou de burgers aussi délicieux que diététiquement corrects », souligne-t-elle.

En Belgique, la consommation de végétaux augmente aussi et l'association belge Eva anime la campagne du Jeudi Veggie dans le cadre de laquelle elle incite les chefs à proposer au moins un plat végétarien chaque jeudi. ●

Les États-Unis aussi

Un certain nombre d'établissements a bien entendu cette attente du consommateur. Exki s'est toujours attelé à valoriser les végétaux et propose depuis longtemps des plats végétariens et végans. Des enseignes de bur-

CHIFFRES

4

Français sur 10 affirment avoir augmenté leur consommation de végétaux ces deux dernières années.

1

Français sur deux envisage de l'augmenter encore.

62%

des Français associent le végétal aux légumes.

22%

des consommateurs ayant accru récemment la part de végétal le font pour ne pas faire souffrir les animaux.

4%

déclarent pratiquer une alimentation végétarienne.

9%

se disent flexitariens.

Assiette

“Le végétal s'enracine de plus en plus profondément dans l'assiette de nos concitoyens. C'est un univers positif.”

Éric Birlouez,
ingénieur agronome
et sociologue
de l'alimentation



FOCUS MÉTISSAGE

Veggie, une carte gagnante pour Pita Pit

L'enseigne spécialisée dans le sandwich sur mesure élaboré avec du pain pita sait adapter son concept au marché et aux tendances. « Nous sommes toujours à la recherche de produits qui s'intègrent aux nouvelles tendances », explique Loïc Le Brun, président de Pita Pit France. C'est ainsi que Pita Pit a intégré l'année dernière dans son offre l'halloumi, ce fromage chypriote, des falafels, et des boulettes de soja tomates.

En mai, Pita Pit a introduit davantage de légumineuses afin d'apporter une solution repas pour les vegans et les flexitariens, ce qui porte à 6

le nombre de références de protéines végétales. Ainsi qu'une gamme propre de jus de fruits et légumes pressés à froid.

L'adéquation entre l'offre et la demande est là puisque le falafel est devenu sa 3^e meilleure vente. Afin de valoriser cet esprit végétal, le design intérieur des restaurants intègre davantage cette image.

Une démarche que Pita Pit appelle le « fresh thinking », c'est-à-dire de penser et manger différemment, c'est sur cette volonté d'apporter une solution repas saine, fraîche et équilibrée que l'enseigne a été créée en 1995 au Canada. ●



FOCUS CANTINE VEGGIE

La Guinguette d'Angèle accélère le tempo

La Guinguette d'Angèle vient d'ouvrir son deuxième opus au 2 de la rue du Général-Renault dans le XI^e arrondissement de Paris. Ici, on est gluten free et les deux établissements sont certifiés par l'Afdiag. Angèle Ferreux-Maeght, la créatrice de ces guinguettes, offre la part belle au végétal. Dans ses lunchbox, il y a toujours une base du type riz noir aux amandes, lentilles corail et sarrasin, des légumes crus, des légumes cuits comme les patates douces rôties au sirop d'érable, une touche de légumes lactofermentés ainsi que quelques graines, superaliments, herbes fraîches et graines germées.

Deux lunch box par jour

Elle propose aussi des soupes chaudes ou glacées selon la saison. « Je change mon menu tous les jours des arrivages, à l'exception des cookies et de l'açaï bowl. Je prépare également chaque jour deux à trois jus différents ou des kefirs », explique-t-elle. Deux lunchbox sont propo-



La première Guinguette d'Angèle ne propose que de la vente à emporter. Au comptoir, Angèle Ferreux-Maeght sert quotidiennement 2 lunch box, dont une toujours végétalienne.

sées chaque jour avec toujours une proposition pour les végétaliens. Du frais à 11 € le menu en vente à emporter. Mais la grande particularité de la Guinguette d'Angèle, c'est son atelier qui se situe dans le XIV^e arrondissement. « J'y ai un jardin de 65 m² où je fais pousser des fleurs comestibles, des herbes aromatiques et certains légumes rares. Autant d'ingrédients qui intègrent mes recettes », révèle-t-elle. Angèle Ferreux-Maeght voyage beaucoup et multiplie les projets.

Ainsi, si sa première unité, située rue Coquillière dans le I^{er} arrondissement de Paris, ne permet que

de faire de la vente à emporter, sa deuxième unité permet de s'installer à toute heure de la journée. Une offre coffee-shop est proposée l'après-midi. « J'aimerais ouvrir un nouveau comptoir encore et je publie bientôt mon deuxième livre de recettes. Je commence également une nouvelle émission de télévision, *Aux racines de la longévité*, diffusée sur France 5, grâce à laquelle je vais me rendre dans des pays où les gens vivent plus longtemps pour les interroger notamment sur leurs habitudes alimentaires, ce qui est totalement en phase avec ce que je propose à la Guinguette », révèle-t-elle. ●

DÉFINITION

Qu'est-ce que le végétal ?

Quand on pense végétal, la première image qui vient à l'esprit, c'est un légume vert, de la salade... Et lorsqu'on interroge les gens, ceux-ci citent de manière unanime les légumes, puis les fruits. Ce n'est qu'après réflexion qu'arrivent en vrac les légumes secs, les pâtes, le riz, les pommes de terre, la polenta, l'huile, le vin, la bière... car, en y réfléchissant bien, les propositions végétales sont nombreuses : le pain est fait avec le blé, c'est donc un aliment végétal. La richesse des ingrédients issus du végétal est telle qu'il est facile d'élaborer des recettes gourmandes, variées et rassiantes exclusivement avec ces éléments.

FOCUS GMS

Le végétal dans tous les étals



Les consommateurs veulent du végétal pour la pause déjeuner et les industriels de l'agroalimentaire ont bien entendu leur requête. Les enseignes de proximité ne cessent de renforcer leur position sur le marché du snacking et de la pause méridienne.

Monoprix, réputé pour être à la pointe des tendances alimentaires, ne s'y trompe pas et a concocté pour cette rentrée une gamme traiteur « végétale » pour, notamment, végétariens et flexitariens. Au menu l'enseigne pro-

pose 4 recettes 100 % végétariennes qui apportent fibres et protéines, composées d'ingrédients comme le boulgour, les pois chiches, le sarrasin, le soja... et des légumes bien sûr.

Et ce n'est pas la seule offre ! La marque de plats cuisinés « Cooked by Dorothee » propose également de nouvelles créations végétales et healthy. Et Sodebo avait déjà pris les devants en lançant au printemps dernier deux nouvelles Pasta Box faisant la part belle aux légumes (55 %) pour une offre vegan. ●

FOCUS JUS

L'Atelier Yumi ouvre

Le végétal en version liquide aussi. Trois ans après le lancement de leur gamme de jus de légumes pressés à froid et livrés à domicile, Louis de Bentzmann et Raphaël de Taisne ouvrent leur atelier* près de République, à Paris. Il s'agit de leur établissement de restauration rapide où l'on peut boire un jus de légumes pressés à froid ou déjeuner autour d'un veggie bowl, d'une salade ou d'un wrap de légumes. La carte de saison est renouvelée chaque jour. Côté épicerie, on y trouve une sélection de granolas crus, salés et sucrés des Fruits détendus, les pickles des 3 Chouettes, les chips de kale de Happy Culture, etc.



L'Atelier de Yumi a pour ambition de faire consommer des légumes au quotidien. C'est dans cette idée qu'il est également possible depuis cet été d'y acheter des paniers de légumes. D'autres projets sont en cours comme la valorisation des fibres issues de l'extraction des jus en crackers et la création d'une ferme urbaine. ●

*L'Atelier Yumi - 27, rue du Château-d'Eau, Paris X^e

LE POIS CHICHE



RICHE EN PROTÉINES VÉGÉTALES, cette légumineuse se cuisine en soupe, en salade, en curry... Sa farine est sans gluten.

LE BOULGOUR



L'INTÉRÊT DE CE BLÉ réside dans sa richesse en glucide à index glycémique bas. À incorporer à des salades ou pour des plats cuisinés rassiantes.

LE QUINOA



RICHE EN FER ET EN PROTÉINES, cette céréale contient aussi les 8 acides aminés essentiels. Gluten free, elle se cuisine salée ou sucrée.

NOUVEAUTÉS
À partir de Juillet



MUTTI, LE MEILLEUR DE LA TOMATE 100% ITALIENNE.

L'exigence de la qualité, 100% naturelle, sans additifs ni conservateurs et sans OGM.



Texture rouge vif,
velouté savoureux



Sûr et facile
à manipuler.



Pratique à utiliser.



Commode à stocker
en réserve.



Facile à éliminer.



Particulièrement aromatique,
douce, naturellement sucrée



Connaisseur en tomates depuis 1899

F. Mutti
PROFESSIONNEL

www.mutti-parma.com/fr



www.facebook.com/muttifrance



www.instagram.com/mutti_france

MOYEN-ORIENT

Houmous : Yafo en fait tout un plat

OPÉRATEURS

Métissage & co	24
Pizza & Pâtes	25
Solutions repas	26
Burger & Poulet	27
Sandwich & Salade	28
Coffee-Shop	30

DISTRIBUTEURS

Cash, MIN, Spécialistes	32
-------------------------	----

FOURNISSEURS

Produits	34
Boissons	36
Équipements & Services	38

Tous les métiers de la restauration rapide et du snacking

Vite!

TENDANCE

Sushi Daily sort son Poke Bowl

Les Poke Bowls font leur arrivée dans de nombreuses enseignes de sushis. Sushi Daily, le spécialiste du kiosque à sushis en GMS, surfe sur cette offre typique d'Hawaii. Quatre recettes sont proposées dans tous ses kiosques : Duo de saumon et thon marinés (photo), Saumon sauce soja ail, Hamachi sauce ponzu et Tofu mariné pour une recette végétarienne.



Le 20 avril, le premier bar à houmous a ouvert ses portes rue d'Hauteville à Paris. Avec 26 m², 17 places assises et un ticket moyen de 11€, assez bas pour le quartier, Yafo vise une clientèle du midi. « J'ai réalisé avec étonnement qu'en France l'houmous était considéré comme un apéritif mais pas un plat à part entière », explique Lotan Lahmi, son fondateur.

Le jeune homme de 30 ans, qui a grandi en Israël, a suivi en France une formation de pâtissier avant de faire ses armes chez Pascal Lac à Nice, Ladurée et le Prince de Galles dans la capitale. « L'idée m'est venue de faire découvrir quelque chose d'israélien à Paris. J'ai pensé à l'houmous qui est là-bas un plat populaire, bon marché que l'on mange rapidement pour se rassasier. »



Lotan Lahmi, le fondateur, a pensé l'établissement dans un esprit de cantine simple et conviviale.

Au Moyen-Orient l'houmous est servi tiède avec des garnitures rustiques comme de la bouillie de fèves rouges ou des pois chiches très cuits. Une tradition avec laquelle Lotan Lahmi a choisi de prendre des libertés en proposant des accompagnements plus élaborés.

Poulet rôti effiloché avec herbes fraîches et graines de tournesol, lentilles vertes sauce ponzu ou encore salades travaillées à l'image de ce mélange trois carottes avec sauce gingembre et orange sanguine ou encore chou rouge, graines de courge, dattes.

Chaque jour Yafo propose 3 houmous (un traditionnel avec pois chiches tièdes, un végétarien et un carné), 3 salades et 3 desserts. Preuve que le concept a le vent en poupe, un autre houmous bar baptisé SouSoum a ouvert dans le Marais. « Cela permet de créer une dynamique autour de ce produit », se réjouit-il.

D'autres ouvertures ?

Ce dernier aimerait ouvrir d'autres Yafo dans des quartiers de bureaux. « J'aborde tout comme un pâtissier en termes de production. Les recettes sont écrites, j'ai une façon très structurée de voir les choses. » Un modèle qui se prêterait bien à la franchise même si Lotan Lahmi entend d'abord totalement maîtriser ce dernier. ●

FUSION

Motto, le burger à la sauce nipponne



Frédéric Muller (à d.), le fondateur de Motto Burger, et son chef Yasuo Nanaumi.

Pas facile d'innover sur le créneau ultraconcurrentiel du burger. C'est pourtant le pari de Frédéric Muller. Ce passionné de culture américaine travaillant dans la communication s'est associé au très expérimenté chef japonais Yasuo Nanaumi pour ouvrir fin 2016 Motto Burger. Le restaurant, situé rue de Ponthieu, non loin des Champs-Élysées, affiche 52 couverts sur 2 niveaux et une part de la vente à emporter de 50%.

Au menu, 8 burgers portant le nom des différents quartiers de Tokyo. Chacun d'eux revisite des plats emblématiques du patrimoine japonais comme le Shin-

juku avec porc pané sauce tonkatsu ou le Tsukiji avec saumon grillé au miso. Buns légèrement briochés d'artisan-boulangier, 150g de bœuf frais, sauces et frites maison : le résultat s'avère aussi copieux que riche en saveurs avec un ticket moyen entre 13€ et 14€. « Nous avons aussi intégré des produits pour les petites faims comme le minibao ou les brochettes panées et aimerions développer une déclinaison végétarienne », détaille Frédéric Muller qui entend roder la formule et apprivoiser ses coûts matière importants durant cette première année d'existence. ●

DÉVELOPPEMENT

Mexillico va se lancer en franchise

Avec déjà deux unités situées rue du Sergent-Blandan, en face du campus étudiant Artem, et dans la prestigieuse rue Stanislas à Nancy, Mexillico affiche aujourd'hui la volonté de tisser sa toile un peu partout dans l'Hexagone.

Cette enseigne de restauration rapide made in Mexique, créée par deux étudiants, entend continuer sur sa lancée et le succès de ses burritos, tacos, nachos et quesadillas.

L'idée de lancer un réseau de franchise semble bien mûrir. « Nous regardons de plus en plus cette possibilité mais nous analysons le sujet avec prudence », assure Jérémy Becker, l'un des fondateurs, à l'occasion du dernier Rendez-vous du commerce organisé par la ville de Nancy à la CCI de Meurthe-et-Moselle. L'enseigne y était présente dans la catégorie « recherche franchisés ». Il y a des signes qui ne trompent pas ! ●



Présent à Nancy, rue Stanislas et dans le quartier du campus Artem, Mexillico affiche sa volonté de tisser sa toile partout dans l'Hexagone.

MULTIFRANCHISE

Domino's Pizza accélère

À l'occasion de l'ouverture de son 350^e magasin en France au mois d'août, à Mouvoux (59), Bart De Vreese, directeur général de Domino's France, vient confirmer son ambition d'atteindre les 400 points de vente d'ici à un an.

Depuis juillet 2016, ce ne sont pas moins de 55 nouveaux points de vente qui ont ouvert leurs portes au rythme moyen de 4 ouver-

tures par mois. « Le nombre important d'ouvertures enregistrées durant derniers mois témoigne de la forte attractivité de Domino's Pizza. Beaucoup de nos franchisés n'hésitent pas à ouvrir de nouveaux magasins après une première aventure entrepreneuriale réussie », souligne-t-il. C'est le cas notamment de Bernard Bataillé, franchisé sur l'Île-de-France, qui compte pas moins de 9 ma-

gasins. Si l'enseigne de pizza peut s'appuyer sur ses multifranchisés, elle compte également parmi ses franchisés de nombreux collaborateurs, formés à la Domino's Academy, qui sont devenus leur propre patron. « Ils contribuent ainsi à renforcer notre position de n°1 français du secteur », ajoute-t-il. D'ailleurs, pour accompagner les créations d'emplois générées par les ouvertures, Domino's



Pizza s'est engagé dans un plan de recrutement de 1 200 nouveaux collaborateurs sur 2017, ce

qui portera à plus de 8 000 le nombre de personnes travaillant dans le réseau. ●



MASTERFRANCHISE

Pizza Hut renforce ses positions

Pizza Hut (groupe Yum! Brands, Inc.) continue son expansion en Europe grâce à la signature d'un accord de développement avec AmRest Holdings visant à doubler la taille de son activité en France d'ici à cinq ans. AmRest, qui exploite 92 enseignes Pizza Hut en Europe cen-

trale ainsi qu'en Russie, deviendra le partenaire masterfranchisé des concepts Pizza Hut Livraison et Express en France. L'Hexagone, qui compte parmi les marchés les plus importants et les plus dynamiques d'Europe, est un pays clé dans la stratégie d'expansion et de croissance de

Pizza Hut qui y exploite environ 150 unités. En effet, les Français sont les plus grands consommateurs de pizzas en Europe, et la France représente le 2^e marché après les États-Unis au niveau mondial. Cette expansion va permettre à Pizza Hut de croître en France à long terme. ●

DIGITAL

Tutti Pizza toujours plus connecté

Avec 30% de visiteurs en 2017 en plus par rapport à la même période en 2016, Tutti Pizza conforte sa position de réseau n°1 de la vente de pizzas à emporter et à livrer en Midi-Pyrénées. Afin d'être toujours en phase avec les attentes des consommateurs, toujours plus connectés, l'enseigne a lancé en début d'année sa nouvelle plateforme de commande en ligne, plus ergonomique, accessible sur smartphone et aussi bien pensée pour les consommateurs que pour les franchisés.

En effet, constatant que 72% des 18-35 ans consultent le site internet des établissements avant de choisir leur lieu de snacking, Tutti Pizza a investi dans une nouvelle plateforme de commandes plus performante. En 2016, son chiffre d'affaires réalisé grâce à la commande en ligne était de 1,5 M€ TTC, un chiffre que l'enseigne compte porter à 2,8 M€,

soit une progression de 64% en 2017. Une estimation qu'elle pense réaliste dans la mesure où depuis la mise en ligne de la nouvelle plateforme le site enregistre déjà une fréquentation en hausse de 30% avec 300 000 visiteurs par mois.

En outre, Tutti Pizza constate que le panier moyen est supérieur lors des commandes en ligne. Celui-ci s'élève à 23,13€ contre 20,15€ lors d'une commande en magasin. ●



VOTRE BADGE SUR www.natexpo.com

22-24 OCT. 2017

natexpo Salon international des produits biologiques

Paris Nord Villepinte Hall 7 Accélérateur de Bio-Tendances

Rencontrez plus de 400 fournisseurs
en alimentaire et vins biologiques pour renouveler votre sourcing parmi les 750 exposants !



DÉCOUVREZ LES NOUVELLES TENDANCES DE LA RESTAURATION BIO

- Des démonstrations de chefs à l'Atelier Cuisine Bio, l'Atelier Chocolat Bio et la Fromagerie Bio
- Le Village des Vins Bio
- Nos parcours thématiques dédiés : Restauration Bio, Sans Gluten, MDD, Vegan
- Des conférences exclusives

DE NOMBREUX TEMPS FORTS

- Trophées Natexpo
- Galerie des Nouveautés
- Forum des Bio-Tendances
- Village Innovations Cosmétiques
- Forum des Ingrédients Bio
- Rendez-vous d'affaires
- Animation Compléments Alimentaires

UN SALON DE **NATEX BIO** ORGANISÉ PAR **Spas**

www.natexpo.com

Vite!

CONFLITS SOCIAUX

Deliveroo, un modèle pérenne ?



Durant l'été, les livreurs à vélo de l'entreprise Deliveroo ont manifesté à Paris, Lyon et Bordeaux afin de protester contre la modification de leur grille de rémunération. En effet, les coursiers qui ont commencé à travailler avec la plateforme avant septembre 2016 sont rémunérés 7,50 € de l'heure avec des primes de 2 à 4 € par course. Les autres sont uniquement payés à hauteur de 5 € la course dans toute la France et 5,75 € à Paris. Ces autoentrepreneurs estiment que leur emploi devient précaire. Qui remportera cette course ?

LIVRAISON

Nestor mise sur ses algorithmes

L'entreprise de food-tech Nestor ne propose qu'un menu unique par jour. Pour optimiser ses tournées et livrer en 13 minutes en moyenne, Nestor s'appuie sur ses algorithmes. Un 1^{er} calcul définit le trajet optimal pour chaque coursier. Un 2^e va déterminer le nombre de menus supplémentaires que doit embarquer le coursier. Celui-ci, grâce aux deux ans et demi de données, peut prédire combien de menus vont être commandés sur une zone géographique précise et sur quel créneau horaire. 40% des menus sont ainsi livrés par « prédiction ». Une fois les coursiers partis, un 3^e algorithme calcule en temps réel la meilleure façon de livrer chaque menu.

PAUSE-DÉJEUNER

The Living Room

Certains acteurs de la food-tech se positionnent comme des solutions alternatives à la restauration collective pour des TPE et PME. Elixir Group réagit et crée le 1^{er} restaurant connecté : The Living Room. Ce restaurant d'entreprise est connecté aux 1 200 cuisines d'Elixir en France et permet d'être livré en 30 mn pour 4 € après la prise en charge de l'entreprise. Une offre disponible du petit déjeuner au dîner. Cf. Tokster.com



NOUVEAU CONCEPT

Bon App ! prend ses marques à Arras

La pause déjeuner est plus que jamais un levier de croissance pour les enseignes de la GMS. Après les rayons dédiés au snacking qui se multiplient dans les hypers et les coins repas aménagés dans les proxis, les enseignes de la GMS poursuivent leur incursion au pays du snacking.

Après deux tests menés à Paris depuis 2015, Carrefour inaugure un troisième point de vente Bon App ! à Arras (62), qui annonce le lancement officiel du concept. Ici, sur 60 m², dans un environnement modernisé, le client trouve une offre de snacking complète (600 références) et variée pour répondre à tous les moments de

la journée en consommation nomade ou sur place. Le mobilier et l'ambiance sont travaillés afin de rappeler l'univers de la restauration. L'éclairage vise à créer une ambiance contemporaine et la signalétique vient simplifier le parcours client qui trouvera, outre l'offre snacking, quelques produits du quotidien.

Offre renouvelée

Répartie en différents univers, l'offre est régulièrement renouvelée, parfois autour de thématiques telles que le bio, les cuisines du monde, la randonnée... et présente aussi bien des boissons fraîches que du snacking chaud, des sandwiches et des sa-



lades. On y trouve également des fruits et légumes frais découpés, un bar à glaces, un arbre à fruits, des meubles à viennoiseries et pâtisseries... L'enseigne met à disposition de ses clients un espace détente avec une machine à boissons chaudes et un presse agrumes. Bon App ! se veut ac-

cessible à tous avec des formules pour le petit déjeuner (jus d'orange, café, viennoiserie) à 3 € et le déjeuner (plat, boisson, dessert) à 6,50 €. Les plages horaires sont vastes puisque Bon App ! est ouvert du lundi au samedi de 7 heures à 21 heures et dès 11h30 le dimanche. ●

OUVERTURE

Kokotte cuisine l'œuf bio et healthy



L'équipe de Kokotte derrière son comptoir 100 % take away.

C'est peu après Pâques, en avril, qu'un comptoir dédié à l'œuf a ouvert rue Ternaux dans le XI^e arrondissement de Paris. C'est le coiffeur Nicolas Waldorf qui a eu l'idée atypique de consacrer une partie du local de son second salon à de la restauration. Les deux activités étant bien entendues séparées par une cloison... transparente.

Dans la cuisine de 10 m² qui donne sur rue, on y propose à partir de 9 heures du matin jus de fruits frais, œuf coque dans un packa-

ging nomade, mais aussi burgers avec buns de chez Rachel's, tortilla ou wrap à base d'œufs. « Tous viennent de la ferme Galobio près de Lisieux (14). On ne propose que des œufs extra frais de moins de neuf jours », explique Émilie Lisitzky, qui a développé le concept. Lait végétal pour la partie barista, thés Artefact, pas de sucre raffiné, bière artisanale : Kokotte entend proposer de la street food mais « respectueuse de l'environnement, cuisinée, fraîche et bonne pour la santé ». ●

DÉVELOPPEMENT

Executive Traiteur pour les cantines culturelles

ALT, c'est le nom de la nouvelle entité créée au sein d'Executive Traiteur. Celle-ci chapeautera l'activité restauration sur laquelle la société met l'accent. L'idée étant d'investir des lieux culturels à l'image de Rest' Ici, la première cantine lancée en 2016 au sein du FabLab ICI Montreuil.

Surface du labo doublée

En mai, un second lieu baptisé Trois Bis a ouvert au sein de la Gaîté-Lyrique à Paris. On y retrouve le même esprit bistrot fast casual signé du chef Bruno Viala avec, en plus, de la street food (Banh Mi, hot-dog, bagel) et un brunch à volonté le dimanche. Avec un objectif de 80 à 100 couverts le midi. « Du fait de notre activité traiteur, nous sommes capables de produire dans notre labo et de nous implanter dans des lieux sans surface de production. Nous avons juste besoin de réchauffer au four et de maintenir en température au bain-marie », explique Brieg Monsant, direc-

teur associé en charge du développement. La société vient de doubler sa surface de laboratoire avec désormais 550 m². Une troisième cantine, dans le tout nouveau théâtre Le 13^e Art, verra le jour en octobre. Ouverte en continu elle développera, en plus du reste, une offre de petit déjeuner et de tapas.

Executive Traiteur réalise aujourd'hui 10 % de son chiffre d'affaires avec la restauration et espère passer à 50 % d'ici à deux ans. ●



Brieg Monsant (à d.), le directeur associé en charge du développement, et l'équipe de Rest' Ici.

DÉVELOPPEMENT

Ouvertures en série pour Factory & Co

C'est un véritable coup d'accélérateur que donne Jonathan Jablonski à son enseigne. Ce ne sont pas moins de six nouveaux points de vente qui ouvrent leurs portes entre septembre et octobre. Avec une première : le développement en régions étrenné par deux unités en gares de Bordeaux et du Mans.

Factory & Co s'est en effet associé à Areas et a mis en place pour l'occasion un format inédit pour l'enseigne : le kiosque. Une structure plus réduite que les 150 m²

à 200 m² des restaurants historiques. On retrouvera donc des kiosques Gare de l'Est (le premier a ouvert en juin) mais aussi au Parc des expositions de la Porte de Versailles ou encore dans le siège social de L'Oréal, à Clichy.

Des ouvertures de restaurants sont aussi au programme à Massy Grand Ouest, à Paris dans le quartier de l'Odéon mais aussi à Strasbourg et Lille. « *Et nous avons signé une master franchise avec un opérateur partenaire pour la région Paca* », souligne Jona-



Factory & Co commence son développement en province avec des kiosques en gares de Bordeaux et du Mans.

than Jablonski. Le réseau devrait finir l'année avec 17 Factory & Co et un chiffre d'affaires de 25 millions d'euros, contre 12 millions au dernier exercice. Une trentaine d'unités supplémentaires dans les trois prochaines années avec un mix de propre et de franchise, voilà l'ambition affichée.

Plus grand labo et école de formation

Pour soutenir ce développement, l'atelier central vient de doubler sa surface en passant de 1 000 m² à 2 000 m². Il est désormais dédié à la boulangerie-pâtisserie, les découpes de légumes étant réalisées dans les restaurants. Ce sont

ainsi environ 30 000 bagels et 1 000 cheesecakes qui en sortent chaque semaine.

Factory & Co lance également des recrutements pour la partie marketing et formation. Pour ce qui est de la carte, l'accent est clairement mis sur le premium. La partie coffee-shop a notamment été musclée avec une nouvelle recette de milkshake. « *Nous avons tout changé pour monter en gamme. Ce produit a progressé de 80 % à 250 % selon les unités* », se félicite Jonathan Jablonski. Dernier projet pour parfaire l'arsenal Factory & Co : une véritable école de formation qui verra le jour en 2018. ●

RACHAT

Big Fernand change de mains



De g. à d. : Steve Burggraf, Alexandre Auriac et Guillaume Pagliano, les 3 fondateurs de Big Fernand.

Le fonds d'investissements européen BlueGem reprend Big Fernand. Big Groupe a signé un accord pour céder 80 % de son capital, à travers un rachat des parts des fondateurs (Steve Burggraf, Alexandre Auriac et Guillaume Pagliano) et du family office, SEP (Famille Riccobono), actionnaire historique de Big Fernand.

Steve Burggraf, cofondateur, reste président et conserve 6 % du capital de la société. « *Nous restons tous les trois dans l'affaire qui avait besoin d'un tremplin financier pour poursuivre son développement* », explique Guillaume Pagliano. Avec une première augmentation de capital de 7 millions d'euros, l'équipe

veut atteindre rapidement le cap des 100 restaurants. « *Notre objectif est de se développer en propre à l'échelle nationale et de nous développer en master franchise à l'international* », poursuit-il. Les exceptions sont de mise puisque l'unité de Londres est en propre et que Big Fernand est en pourparler pour racheter les deux Ateliers du Hamburgé de Hong-Kong, jusqu'ici exploités en franchise.

Quatre nouvelles adresses en propre verront le jour d'ici à fin 2017 dans Paris intra-muros. Le réseau devrait atteindre la cinquantaine d'unités avec un chiffre d'affaires prévisionnel de 50 millions d'euros à fin 2017. ●

FRANCHISE

Roadside séduit les franchisés

Roadside poursuit son développement en franchise avec une implantation le 31 août à Lorient. Cette nouvelle unité est pilotée par le premier partenaire en multifranchise. En effet, Elsa et Josselin Galle, qui ont ouvert à Nantes en mai 2016, prennent les commandes de ce 2^e restaurant situé en hypercentre-ville. « *Nous ne pensions pas ouvrir un 2^e restaurant aussi rapidement mais quand l'opportu-*

nité de s'installer dans ce local s'est présentée, nous avons décidé de foncer. Vu son emplacement, sa taille, et surtout vu l'absence de concurrence sur le créneau des burgers premium, ça va cartonner », confient-ils.

Pour cette unité, Roadside recrute une quinzaine d'employés en CDI à temps plein ou à temps partiel : 2 managers, 2 assistants managers et une dizaine d'employés polyvalents. ●

Une deuxième ouverture a eu lieu à Lorient le 31 août.



Vite !

OUVERTURE

Steak'n Shake à l'assaut de la capitale

Steak'n Shake avait débuté son développement en France par la province. L'enseigne américaine, qui se positionne comme « *l'inventeur du burger gourmet* », a ouvert son 11^e point de vente à Paris en juin. La conquête de la capitale ne s'arrête pas là puisque deux autres unités y ont ouvert en août. Plus globalement, l'enseigne se déploie au national à un rythme soutenu avec deux ouvertures à Lyon et une à Creil Saint-Maximin (60) cet été.

ÉCOLOGIE

Le Signature by McDonald's fait débat



Alors que McDonald's a déployé cet été son burger premium Signature by McDonald's et se revendique comme leader du marché du burger gourmet en étant la première enseigne à proposer une offre premium dans plus de 1 000 communes en France, son packaging fait débat. En effet, ce dernier, noir mat, contenant burger et frites, s'accompagnant de couverts en plastique, est dans la ligne de mire de l'association Zero Waste qui dénonce son impact sur l'environnement avec une boîte pesant 40 g, soit deux fois plus que celle du Big Mac.

FRANCHISE

KFC signe avec AmRest

KFC vient de signer un accord de mise en franchise de 42 restaurants avec AmRest, l'un des partenaires franchisés historiques du groupe Yum! Brands (KFC, Pizza Hut, Taco Bell). À travers cet accord, AmRest devient le plus grand partenaire franchisé de KFC en France. L'enseigne compte sur ce partenariat pour accélérer sa croissance dans l'Hexagone et atteindre les 500 restaurants dans la prochaine décennie. AmRest s'engage, en effet, à ouvrir 150 restaurants d'ici à 2023. La mise en œuvre de cet accord n'a pas d'impact sur l'emploi dans les restaurants transférés en franchise.

Vite!

FRANCHISE

Dubble multiplie les ouvertures



© Dubble

Dans notre précédente édition, nous vous avons annoncé le retour sur le devant de la scène de Dubble. Depuis, l'enseigne multiplie les ouvertures à Aix-la-Durance, le quartier tertiaire d'Aix-en-Provence, dans le village de marques Mc Arthur Glen de Miramas, une 2^e unité à Clermont-Ferrand dans le quartier tertiaire de La Pardieu (en photo), 3 unités supplémentaires à Marseille, ainsi qu'à Montpellier Port Marianne. Enfin, les villes de Lyon, Bordeaux et Nantes ont été signées. Un concept healthy qui séduit et qui retrouve son dynamisme.

COMMANDE EN LIGNE

Pegast joue la carte du click & collect

Après un an de présence sur la plateforme Deliveroo, Pegast lance ses services de click & collect et de livraison. Ceux-ci sont proposés en test sur Paris avant d'être déployés sur la province. La livraison est possible à partir de 15 € et uniquement sur Paris. « Cela nous semble être la suite logique de notre développement, nous avons donc intégré à notre site internet une plateforme pour pouvoir commander tous les produits disponibles en magasin directement en ligne », explique Oriane Peillon, directrice générale de Pegast.

GOURMET

Le Comptoir de la Gastronomie passe au sandwich

La maison historique, Le Comptoir de la Gastronomie, qui compte un restaurant et une épicerie, développe une offre de sandwiches élaborés notamment avec le jambon maison et le pain façon tradition de la boulangerie Colin située à proximité de la maison. Sept recettes entre 5,50 € et 7,50 € sont proposées : saumon fumé, foie gras, terrine maison, rillettes maison, magret de canard fumé, jambon cru et jambon à l'os. Des salades et crudités sont également disponibles pour un déjeuner sur le pouce.

REPOSITIONNEMENT

Pomme de Pain affiche ses différences

Couleurs chaudes (rouge terracotta, noir balsamique, jaune moutarde), matériaux nobles (bois, marbre), banquettes confortables, corner bibliothèque... La chaîne Pomme de Pain, alias la Maison du Sandwich, change le look de ses établissements en jouant sur la transparence, l'ergonomie et le confort, et, surtout, elle revient à son métier : le sandwich fait sur place à partir d'ingrédients frais et de qualité.

Un parcours client totalement repensé

C'est en effet une rénovation complète de son concept qu'elle a en-

tamée depuis fin novembre 2016, avec l'ouverture de l'unité de Lille (59) et des Terrasses du Port de Marseille (13) au début de l'été. Entre ces deux créations, une bonne trentaine de remodelings d'établissements du parc ont aussi contribué à appuyer sur les différences, à l'image de la baseline « C'est pas comme ailleurs, c'est meilleur ».

Au cœur de cette transformation, l'atelier de production ouvert à la vue des clients : « Nous l'avons mis en transparence, sans le déplacer. Il était important de nous repositionner sur notre image de La Maison du Sandwich », expose Marion Baret, directrice marketing.



Désormais, les clients peuvent voir l'atelier de production.

DÉVELOPPEMENT

Green is Better se renforce tous azimuts

Avec 6 unités en France et 60 dans le monde, le bar à salades Green is Better, créé en 2007 par le français Guillaume Groleau, puis vendue en 2013 aux Américains, affiche sa volonté de se développer.

Pour cela, Green is Better donnera naissance à une nouvelle enseigne 100 % dédiée au bio. Le ticket moyen restera identique (9,80 €) pour un menu complet. « Les gens regardent de plus en plus ce qu'ils mangent, d'où vient la nourriture. Du coup, nous avons par exemple supprimé le lait de toutes nos préparations, donc des 36 ingrédients proposés », explique Pierre Perelle, directeur du marketing. Qui ajoute : « Deux restaurants ouvriront au Maroc, deux au Chili,

trois au sultanat d'Oman et un à New York, au premier trimestre de 2018. » Le concept de l'enseigne s'adresse à une clientèle urbaine qui désire manger vite et sainement en moins de trente minutes. La demande est de plus en plus forte... ●



Ambiance chaleureuse et fresque « La Maison du sandwich » viennent renforcer la volonté de proximité avec le client ainsi que la notion de « fait sur place ».

Pour l'accompagner dans sa démarche, Pomme de Pain a notamment fait appel à l'agence Carré Noir pour le design et l'architecture et à Ika pour les tenues du personnel.

Retours très positifs

Les résultats de cette rénovation au coût tiré (1 300 € du m² pour les unités en propre) sont en tout cas au rendez-vous avec des unités qui performant : « Nous recrutons des clients et nous enregistrons également une mutation vers des CSP+. Les premiers retours

sont très positifs », se réjouit Jean-François Curé, directeur général opérationnel, qui évoque le « réveil d'une belle endormie ». Depuis mars, date du véritable décollage des remodelings, ceux-ci se traduisent en effet par 4 % à 5 % de fréquentation supplémentaire et de 6 % à 7 % de CA additionnel. La transformation va donc se poursuivre, et ce, tant en France qu'à l'international où l'enseigne, qui compte déjà une vingtaine d'unités à travers cinq pays, nourrit plusieurs projets d'expansion. ●

Cf. Tokster.com

OUVERTURE

La Boulangerie Thierry Marx fait des petits

Après une première année d'existence, La Boulangerie Thierry Marx va se dupliquer. Nommés boulanger de l'année par le guide gourmand Pudlo Paris 2017, Thierry Marx et le boulanger MOF Joël Defives, récidiveront. Une seconde boulangerie va ouvrir d'ici à la fin de l'année rue du Bac, dans le VII^e arrondissement de Paris, dans le nouveau projet commercial.

En effet, l'îlot situé entre la rue du Bac, la rue de Grenelle et le boulevard Raspail se voit réhabiliter. Ce projet, immobilier, piloté par Emerige, se développe sur près de 5 500 m² de commerce et 57 logements, adossé au musée Maillol. C'est donc dans ce nouveau complexe que la deuxième Boulangerie Thierry



© Mathilde de l'Écotais

Une deuxième boulangerie va ouvrir d'ici à la fin de l'année rue du Bac (Paris VII^e).

Marx va voir le jour. « Nous nous activons beaucoup pour ouvrir une nouvelle boulangerie, et d'autres encore », annonce le chef emblématique du Mandarin Oriental. ●

Vite!

DEUX-EN-UN

La Compagnie du café, torréfacteur et plus



La Compagnie du Café n'est pas un lieu comme les autres. Ce jeune coffee-shop, situé à deux pas de la place Saint-Georges dans le IX^e arrondissement de Paris, est aussi un torréfacteur. Si la Compagnie du café projette d'ouvrir une seconde unité, la priorité est de développer l'activité de torréfacteur et de proposer son café de qualité auprès des professionnels du CHR. Cf. Tokster.com

DÉVELOPPEMENT

Un 3^e Café Marlette

La marque de préparations bio pour pains et pâtisseries maison vient d'ouvrir sa 3^e adresse au sein du BHV Marais à Paris. Ce coffee-shop boutique se déploie dans une atmosphère de maison de vacances à la décoration inspirée de l'île de Ré où la marque est née... mais avec une vue imprenable sur l'Hôtel de Ville. Depuis la 1^{re} ouverture en 2014, Café Marlette est devenu une adresse de référence pour les petits déjeuners et goûters gourmands des foodistas parisiens.

NOUVEAUX EMPLACEMENTS

Gagao teste l'aire d'autoroute

Gagao, l'enseigne dédiée à la pause chocolatée, teste son format container dans de nombreux emplacements tels que les gares comme à Strasbourg ou Bordeaux. Cet été, Gagao s'est essayé à l'aire d'autoroute, sur celle de Sommesous entre Troyes et Châlons-en-Champagne. Elle est également actuellement à la recherche d'un candidat pour poursuivre son développement à Marseille, et plus particulièrement dans le centre commercial Les Terrasses du Port... lieu de prédilection pour un container de cacao!



© Instagram, Gagao

NOUVEAU CONCEPT

Les Glaceries de Senoble

A lors que la première pâtisserie Senoble Famille Gourmande a ouvert en tout début d'année à Paris*, l'entreprise familiale poursuit le repositionnement de sa marque en ouvrant deux glaceries, l'une adossée à la pâtisserie qui est définie comme le flagship de la maison Senoble, et l'autre, plus grande, située sur l'île-Saint-Louis**. « *Alors que le flagship met l'accent sur notre métier de pâtissier, les glaceries exposent notre savoir-faire sur les glaces. Il ne faut pas oublier que le lait est au cœur de notre métier. Ici, nous ne proposons que des produits sans le moindre ajout de colorant, arôme artificiel ou conservateur. Les glaces sont turbinées sur place avec du lait de Normandie ou d'Alsace ayant le label Lait frais haute*

qualité », souligne Agathe Senoble, descendante de la créatrice de la marque, Sophie Senoble.

Revoir la marque autour de concepts artisanaux

Agathe Senoble est également directrice artistique retail de Seninvest qui fabrique produits laitiers et desserts pour des marques de distributeurs, la marque Senoble s'étant retirée des linéaires en 2016 afin de procéder à son repositionnement. « *Nous sommes dans la réinvention de notre marque autour de concepts artisanaux haut de gamme misant sur la gourmandise et la convivialité* », explique-t-elle tout en insistant sur la qualité des ingrédients utilisés. Dans son fonctionnement, Senoble s'appuie sur deux laboratoires.



Agathe Senoble, arrière-arrière-petite-fille de la fondatrice de la marque, poursuit le repositionnement de la marque Senoble.

L'un, situé à proximité de la pâtisserie où les préparations délicates sont élaborées, l'autre, au nord de Paris, se concentre sur

les préparations moins fragiles ainsi que sur les mix des glaces. À terme, l'objectif est de centraliser le laboratoire.

Projets affinés

En phase de redéploiement de la marque, Senoble n'envisage pas de se développer en franchise pour le moment mais a déjà affiné ses projets : « *Je souhaiterais ouvrir prochainement une seconde pâtisserie sur Paris et arriver, à terme, à un ratio d'une pâtisserie pour 5 glaceries. La glacierie est facilement duplicable en province, que ce soit sous un format éphémère ou en dur, mais notre vraie ambition est à l'international, en Asie et au Moyen-Orient notamment.* » ●

*11, rue des Petits-Champs, Paris I^{er}**69, rue Saint-Louis-en-l'Île, Paris IV^e

STRATÉGIE

Columbus vise haut et loin



Columbus mise notamment sur le lancement de ses capsules pour assoier sa croissance.

À l'occasion de l'inauguration du nouveau siège de Columbus à Paris, Nicolas Riché a tenu à faire un point sur le développement de l'enseigne de coffee-shops qu'il dirige depuis dix ans. Forte d'un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros, la chaîne affichera 200 points de vente d'ici à la fin de l'année et ne cache pas ses ambitions. « *Dans dix ans, ce sera plus de 1 000 points de vente en France et à l'étranger* », promet Nicolas Riché. Pour cela Columbus a créé une filiale chargée

de développer l'international avec 7 pays ouverts et 3 autres d'ici à fin 2017.

Autre axe de développement fort : la grande distribution avec le lancement des capsules Columbus dans les linéaires. Pour ce qui est des ouvertures, elles s'orientent vers le centre-ville, le centre commercial et la zone de flux avec un équilibre voulu entre les trois. Nicolas Riché confie également poursuivre un important travail sur le numérique et la précommande avec une première étape avant la fin de l'année. ●

OUVERTURE

Ibrik, le café à l'orientale

S i les coffee-shops se multiplient à Paris, certains se démarquent. C'est le cas d'Ibrik Café, qui a ouvert en début d'année rue Laffitte dans le IX^e arrondissement de Paris. « *Je voulais un concept alliant café de spécialité et nourriture orientale avec des plats à partager* », résume Ecaterina Poirson alias Cathy, sa fondatrice.

Le lieu de 45m² avec trente places assises est ouvert à partir de 8 h 30 jusqu'à 17 heures. Si le déjeuner fonctionne bien, Cathy compte intensifier l'offre du matin et de l'après-midi. Elle songe aussi à une seconde ouverture avec plus de place pour la cuisine afin de faire découvrir des spécialités de la gastronomie palestinienne, toujours dans un esprit coffee-shop. ●

Peut-être une 2^e ouverture

Formée chez Café Coutume après une reconversion professionnelle, cette dernière a notamment introduit comme produit phare le café réalisé avec une machine en cuivre Hovoli, le café y est cuit sur du sable dans une petite tasse appelée Ibrik. « *C'est la plus vieille méthode de cuisson du café au monde* », souligne Cathy. En cuisine c'est Ruba Khoury, chef d'origine palestinienne, qui prépare falafels, houmous, chou-fleur rôti, salade grecque, pitas, gâteaux à la pistache ou à l'orange pour un ticket moyen de 13€ à midi.



Ibrik propose, en plus de son offre de cafés de spécialité, une cuisine orientale et des formules mezze.

© Chloé Labiche



12 OCTOBRE 2017

AccorHotels Arena Paris

ENTREPRENEURS,
ENSEMBLE CONSTRUISONS
LA FRANCE DE DEMAIN !



#innogeneration

SE DÉVELOPPER
DES RDV INDIVIDUELS

- Grands comptes
- International
- Investisseurs

S'INSPIRER

450

PERSONNALITÉS

SE TRANSFORMER

100

ATELIERS THÉMATIQUES

ÉVÉNEMENT GRATUIT SUR INSCRIPTION
bpifrance.fr/innogeneration



Vite !

ENVIRONNEMENT

Brake livre en vert



Cet été, Brake a réitéré l'essai de livrer le centre-ville de Sarlat en triporteur à assistance électrique. Cette solution permet de circuler dans les rues étroites de la ville tout en évitant les problèmes de stationnement du centre-ville. Les restaurateurs, eux, sont assurés que la chaîne du froid est respectée, sans la remontée en température des produits, inhérente à une livraison à pieds en période de forte chaleur. Conquis par cette expérience, Brake envisage la mise en place de ce moyen de livraison dans le centre de Bordeaux.

NOUVELLES COORDONNÉES

Alterfood déménage



Alterfood, le distributeur de boissons et snacks positionné bien-être, vient d'emménager dans un nouveau showroom au 4, rue de Sèze, Paris IX^e, juste à côté de La Madeleine. Les coordonnées téléphoniques, elles aussi, changent : 0158 18 35 80.

INDICE VERT

Davigel obtient un A++

Tous les ans, la Centrale d'achat des hôpitaux privés et publics lance à tous ses fournisseurs le test de l'indice vert afin de connaître la hauteur de leur engagement en termes de développement durable. Les critères sont stricts et exigeants. Davigel est l'un des 4 fournisseurs obtenant un indice A++, le plus élevé. Davigel démontre ainsi son engagement en faveur du développement durable, notamment en matière d'achats responsables, de gestion des déchets, de réduction du taux d'émission de CO₂ en matière de logistique...

NOUVEL ACTEUR

Costco a enfin débarqué !

Finis les années de report et de retard, l'implantation de l'américain Costco Wholesale est devenue une réalité ! À peine son ouverture-événement achevée à Villebon-sur-Yvette (91), le groupe prévoit déjà d'ouvrir plusieurs autres sites en France dans les dix prochaines années, autour des grandes villes, dont Paris.

Nouveau en France, le concept de club-entrepôt propose des produits alimentaires et non alimentaires au plus bas prix possible et est accessible aux membres – particuliers et professionnels – par adhésion (36 €/an). Il propose, ici

sur 13 750 m², plus de 3 800 références (dont sa marque propre Kirkland Signature) parmi lesquelles figurent plus de 100 références bio et les 500 références de la « Chasse aux trésors », nom que Costco donne à ses produits inattendus, en quantité et durée limitées.

Peu de références mais des grands formats

Pour tirer ses prix le plus possible, Costco s'appuie sur un nombre réduit de références mais des grands formats, limite au minimum ses coûts d'exploitation, as-



Le panier moyen à Villebon-sur-Yvette est de 122 € avec une répartition à 57 % en alimentaire et 43 % en non-alimentaire.

sure une rotation rapide de ses stocks pour garantir la fraîcheur et minimiser les pertes. La maintenance est, quant à elle, très réduite... En complément, la société a développé une offre de services pour ses membres : un centre optique, un centre d'aide auditive, un centre de montage de pneus et un resto-club. L'enseigne propose des cartes membres garanties 100 % « satisfait ou remboursé », disponibles sur www.costco.fr ou au club-entrepôt de Villebon-sur-Yvette. Les 30 000 premiers membres ont bénéficié d'un avantage supplémentaire, en recevant

lors de leur inscription un chèque cadeau de 10 €. Pour cette première implantation, Costco emploie plus de trois cents personnes. Le 2^e distributeur mondial (116 Md\$ de CA – ou 101 Md€ –, 205 000 salariés, 700 clubs-entrepôts, une présence dans 10 pays, 82 millions de membres) semblait attendu car moins d'un mois après son ouverture il enregistrait déjà plus de 28 000 adhésions et plus de 45 000 porteurs de carte (en comptant les membres additionnels et secondaires) dont 10 % sont des professionnels. ●

OUTILS

Promocash se modernise

Non seulement Promocash poursuit-il la modernisation de son parc, mais en plus le distributeur fait évoluer son site de commandes en ligne afin d'offrir à ses clients des outils plus efficaces.

Ainsi, début septembre, les magasins de Mulhouse, Nancy et Pau ont rouvert leurs portes sur des espaces agrandis et réorganisés, proposant plus de gammes et de références. L'espace Services y est notamment mis en valeur pour accompagner les clients dans la création de leur cuisine professionnelle, proposer la location de matériel ainsi que la collecte des titres-restaurants, des huiles alimentaires usagées et des emballages vides.

Si chacun des magasins dispose de son site de commande en ligne dédié, le nouveau site global www.promocash.com est, lui, aussi doté depuis le début de l'été d'une nouvelle interface plus ergonomique, plus rapide et 100 % mobile pour permettre aux restaurateurs de naviguer depuis tous les écrans, sans perdre leur historique.

Pensé pour optimiser le parcours digital, le site permet de construire les commandes en fonction des stocks et de l'activité du restaurant en facilitant les modifications de quantité, l'ajout d'un produit ou l'attribution d'une promotion. L'outil permet aussi de gérer plusieurs listes d'achats. ●



Des espaces agrandis et réorganisés, proposant plus de gammes et de références.

CONSOMMATION RESPONSABLE

Les démarches vertueuses de Pomona



De g. à d. : Emmanuel Commault, DG de Cooperl, et Thierry Labaune, directeur de branche PassionFroid, signent un accord pérenne pour des modes de production et d'élevage du porc plus vertueux.

Le groupe Pomona poursuit sa démarche qualité qui vise notamment à augmenter le nombre de références clean label. Dans ce même esprit, il a annoncé qu'il ne vendra plus d'œufs de poules élevées en cage d'ici à 2025.

Cet engagement fait suite à des échanges avec l'association L214. Peu de temps avant cette signature, PassionFroid, la division de distribution de produits surgelés et frais du groupe Pomona,

s'était également engagé dans la filière « porcs élevés sans antibiotique » avec Cooperl, groupe coopératif français de la filière porcine. Par ce contrat, PassionFroid s'engage à acheter chaque année une gamme de produits piécés issus de porcs élevés sans antibiotique dès la fin du sevrage. À travers ces démarches, le groupe illustre sa volonté d'« aider les professionnels des métiers de bouche à toujours mieux nourrir leurs clients ». ●

100%

- **Pro**
- **Adapté**
- **Business**

**Le 1er média social
100% pro ciblé
par métiers**

5 chaînes d'actualité dédiées à la restauration
Restauration - Distributeurs RHD
Restauration Hors Domicile
Restauration Collective
Marchés Bio
Snacking

 LivePepper

 ECOLAB

 zenchef

 hotel
resto
VISIO

 brake
cgi

 UK
UNITED
KITCHENS

 BRIDOR

 PRIVILEGE
MARQUE

 resto

Vite !

IDENTITÉ

Salomon FoodWorld change de style



Enthousiasmer les clients. Telle est la mission que Salomon FoodWorld se fixe. L'industriel veut aller au-delà de la vente de produits surgelés et compte désormais proposer un véritable mode de vie, des idées et des recettes à succès. Un esprit qui se retrouve dans le nouveau catalogue. Une dynamique qui s'inscrit dans la continuité du lancement de sa nouvelle identité d'entreprise.

COBRANDING

Bel Foodservice signe de nouvelles soupes



Bel Foodservice PAI, la business unit du groupe fromager Bel dédiée aux industries de l'alimentaire et

aux chaînes de restauration, s'associe de nouveau à Liebig, pour signer 4 recettes de soupe : Légumes et Kiri, Petits pois carottes et Kiri, Déllice de champignons et Boursin, ainsi que Légumes et Leerdammer. Un partenariat initié en 2012 et qui s'élargit cette année avec une offre destinée aux adultes en intégrant les fromages Boursin et Leerdammer aux recettes.

PARRAINAGE

Jimini's retenue pour Pepsico Nutrition Greenhouse

Pepsico a révélé les 8 entreprises innovantes dans le domaine de la nutrition, de la santé et du bien-être, qui rejoignent son 1^{er} programme d'incubateur. Parmi elles, Jimini's, une entreprise française basée à Montreuil, qui propose des snacks enrichis en insectes comestibles, cultivés en Europe pour assurer la qualité, la traçabilité et un impact environnemental réduit. Chacune de ces 8 entreprises obtient une subvention de 25 000 € et un accompagnement de 6 mois par les experts Pepsico. But : accélérer la croissance de leurs activités.

PAUSE DÉJEUNER

Sodebo fait toujours la course en tête

Avec 35 % de PDM en valeur en grandes surfaces, le leader de la pause déjeuner consolide ses blockbusters et ses lancements les plus récents, et poursuit la valorisation des segments sur lesquels il intervient.

Dans un marché des box en progression de 9 %, l'industriel fait un carton à + 22 %. Générant la meilleure contribution valeur du marché, la gamme XTrême Box met le cap sur les « jeunes libérés » en accueillant une recette Poulet bacon creamy oignon. En matière de salades-repas, les gammes Salade & Cie et Mon Atelier Salade se hissent respectivement à la 1^{re} et à la 3^e place du podium, et Sodebo compte 7 références dans le Top 10 de la catégorie. En octobre, Salade & Cie signe une recette permanente : la Bombay contenant du riz, des légumes cuisinés et du

poulet au curry. Dans le même temps, la Normande rejoint le dispositif des recettes tournantes, en répondant aux attentes des consommateurs en quête de recettes régionales.

Le Rustic, la nouvelle gamme

En GMS, le recul des MDD a bénéficié à Sodebo dont les ventes progressent de 16 % dans une catégorie à + 5,2 %. Tandis que la recette Denver Mega Buns bénéficie d'un lancement national, Le Rustic est l'événement de l'automne 2017. Ces sandwiches sont préparés à partir d'un pain de campagne fabriqué par l'industriel. « En matière de sandwiches, le pain de campagne est le 3^e type de pain

Les creux et bosses dessinés par le pain de campagne valorisent la garniture.



préférés des consommateurs après le pain de mie et la baguette », détaille la chef de groupe pause-repas.

Si les garnitures adoptées sont simples, elles sont agrémentées de beurre léger typé ; noisette pour le jambon/emmental, poivre pour le poulet rôti/cantal, et fines herbes pour le jambon fumé/brie. Les 3 recettes de 190 g sont conditionnées dans un emballage blanc rupturiste, illustré par un graphisme qui modernise la tradition. ●

AOSTE PROFESSIONNEL

Philip Bourrely remporte le 3^e trophée Les Instants Créatifs



En haut de gauche à droite : Gilles Hémar, Philip Bourrely et Laurent Guillotin. En bas de gauche à droite : Frédérique Dallery, responsable marketing Aoste Professionnel, Emiliano Durao, directeur commercial France du groupe Aoste, Teddy Odorico, chef de cuisine et lauréat de la précédente édition, Christian Têtedoie, président du jury, Céline Marder, designer culinaire, et Rémy Lucas, Cate Marketing.

Chef de production à l'hôtel-restaurant spa Vatel de Nîmes (30), Philip Bourrely a terminé premier du troisième trophée Les Instants Créatifs organisé par Aoste Professionnel le 1^{er} juin à Paris sur le thème « Charcuterie et Fraîcheur végétale ». Sa recette Quenelle gourmande de chorizo a remporté les suffrages du jury présidé par le lyonnais Christian Têtedoie, MOF et président des Maîtres Cuisiniers de France. Gilles Hémar, chef de cuisine à L'Escapade à Tours (37), a terminé deuxième avec son Pressé végétal et saveurs charcutières, devant Laurent Guillotin, traiteur à Courbevoie (92), et son assiette Fraîcheur gourmande. Ils ont été évalués sur une dizaine de critères dont la mise en valeur de la charcuterie, la facilité de la mise en œuvre et la pertinence en restauration. « Le

végétal et la charcuterie, c'est un mariage de raison », a souligné Christian Têtedoie, qui a regretté que les candidats n'aient « pas utilisé assez de charcuterie dans leurs assiettes ».

Engagement d'Aoste Professionnel

Dans son travail de notation, il était assisté par Céline Marder, designer culinaire, Teddy Odorico, chef de cuisine et lauréat de la précédente édition, Stéphane Meunier, conseiller culinaire Aoste Professionnel, et Emiliano Durao, directeur commercial France du groupe Aoste. Celui-ci a réaffirmé l'engagement d'Aoste Professionnel en restauration : « La partie professionnelle est un axe important de notre développement. Aoste veut être le partenaire des cuisiniers dans leur quotidien. » ●

DESSERT

Tiliz, ou les mochis à la française

« **D**e petits desserts complètement givrés, inspirés de la culture japonaise. »

La phrase signe le lancement en juin de la marque Tiliz et sa gamme de mochis pour le marché de la RHD.

En plus d'être beaux et bons, ces desserts au cœur de crème glacée incrustée dans une boule de pâte de riz ont de nombreux atouts. Leur petit format est idéal pour le snacking, le thé ou le café gourmand, et la restauration japonaise. La variété des saveurs (chocolat, vanille, caramel au beurre salé, mangue-passion, thé matcha, framboise-litchi et coco), leur permet d'être revisités en dessert à l'assiette.

La triple culture d'un produit snacking

Sans gluten, les mochis se positionnent en excellence dans le registre du snacking sain. La boule de pâte de riz d'origine (fourrée d'une purée de haricots rouges), dégustée au pays du Soleil-Levant, s'est transformée en dessert tendance, démocratisé aux

États-Unis grâce à l'apport d'un cœur en crème glacée ou en sorbet.

Véronique Le Bourge, directrice générale et présidente d'Alain Glon Holding, forte d'une expérience en produits snacking, a eu l'idée de le développer en version glacée pour le marché hexagonal. Le travail de R&D tant sur les saveurs que sur la texture s'est doublé d'un sourcing de qualité, une valeur phare de l'entreprise. « *De la farine de riz, au lait pour la crème glacée, tout est rigoureusement sélectionné. En cours de certification IFS, Tiliz inscrit dans son développement le bon et le sain. Consommer Tiliz, c'est manger et partager des desserts innovants et branchés. Nous sommes investis dans cette démarche et souhaitons la faire grandir* », souligne-t-elle. Présentés en sachets individuels (35 g l'unité), les mochis sont conditionnés en cartons de 40 pièces par saveur (avec la possibilité de palettes en produits mixtes). ●



@agence-gosselin

PARTENARIAT

Bridor et Lenôtre : le plein de nouveautés

Cette année, Bridor, filiale du groupe Le Duff, fête ses 20 ans de collaboration avec Lenôtre. En 1997, le pari d'associer le savoir-faire de la Maison Lenôtre à la rigueur industrielle de Bridor a été lancé. Aujourd'hui, 30 références sont sous la signature « Bridor Une recette Le-

nôtre professionnel ». Le caractère novateur de ce partenariat n'a pas pris une ride et quelques innovations viennent célébrer cet anniversaire. Fleuron de la gamme de petits pains, la Fine-dor renforce celle-ci avec 3 nouvelles recettes : Campagne pour une version rustique, Graines anciennes et Piment d'Espelette. Le Croissant Lunch Echéché 30 g saura satisfaire les consommateurs attentifs aux notions d'origine et aux labels qualité. Enfin, les Roulés Arc-en-ciel se renouvellent pour toujours mieux surprendre et rester aux goûts du jour. Ces miniviennoiseries se déclinent en chocolat-cranberries, noix-caramel et pomme Tatin. ●



DES PAINS SO GOURMANDS !

UNE CROÛTE FINE
PARFAITE POUR DONNER UN CARACTÈRE UNIQUE
À VOS SANDWICHES.

UN TOPPING DE GRAINES
SUR CHAQUE PAIN POUR FAIRE
CRAQUER LES PLUS GOURMANDS.

UNE LÉGÈRE NOTE DE BEURRE
POUR UNE TEXTURE DOUCE ET FONDANTE
ET DES RECETTES MODERNES.

VANDEMOORTELE BAKERY PRODUCTS FRANCE.
Le Haut Montigné - 35370 TORCÉ (France)
SIREN 324 446 090 RCS RENNES - SAS au capital de 97 200 250 euros
Tél : 02 99 75 72 00 Fax : 02 99 75 72 10 www.vandemoortele.com
Visuel non contractuel

 **Vandemoortele**
shopping a tasty future

Vite!

LEADERSHIP

Lavazza confirme ses ambitions



Déjà en début d'année, Serge Merlet (à g. sur la photo), président de Lavazza France, annonçait l'ambition de la marque : être n° 1 du CHR d'ici à fin 2018. Giuseppe Lavazza (à d.), vice-président de Lavazza, confirme et assoit cet objectif : « La France représente le 2^e marché le plus important pour Lavazza après l'Italie. Le groupe a réalisé en 2016 une année record avec 1,9 Md€ de CA, et le marché du café étant en croissance nous escomptons réaliser 2,3 Md€ CA d'ici à deux ans. » Cf. Tokster.com

CROISSANCE

Café Royal poursuit sur sa lancée



La jeune marque Café Royal enregistre plus de 28% de croissance cette année.

Maintenant qu'elle est bien installée en France, Café Royal crée sa plateforme de distribution : M Industrie France. Outre la distribution de Café Royal, marque du torréfacteur suisse Delica AG, cette nouvelle entité aura pour vocation de distribuer d'autres produits suisses comme le chocolat Frey. Alain Hohwiller (photo) en prend la direction.

Cf. Tokster.com

INNOVATION

Lemon Lemon, la première citronnade gazeuse

Qu'est-ce qui distingue 7Up Lemon Lemon des autres limes ? « Il n'existait pas encore de citronnade gazeuse. Parfois, les vraies innovations viennent des idées les plus simples », explique Emmanuel Pin-



teaux, directeur de la division boissons et céréales de PepsiCo. C'est donc une citronnade finement gazeuse et très peu sucrée que lance PepsiCo.

NOUVELLE MARQUE

Honest : une signature engagée

Transparence sur la provenance des ingrédients, écoresponsabilité en matière d'emballage et soutien des communautés comptent parmi les promesses de la marque lancée par CCEP France. Outre ces valeurs, cette boisson faible en calories préparée à base de plantes infusées, contenant de 6 à 8% de jus de fruits et la juste dose de sucre de canne bio, est la première boisson lancée en France par Coca-Cola à être certifiée agriculture biologique.

De plus, Honest illustre la stratégie de diversification du groupe qui ambitionne de « réaliser au moins un lancement par an d'ici à 2020 », annonçait au printemps dernier François Gay-Bellile, le président de Coca-Cola France. Pour sa part, la directrice marketing de Coca-Cola France indique qu'« alors que les ventes de produits bio progressent de 18%, leur nombre de références n'évolue que de 12% ». Isabelle Hubsch pointe ainsi le potentiel d'un secteur dont le CA a été multiplié par 5 en quinze ans.

Distribution ciblée

Les urbains actifs de 26-45 ans constituent le cœur de cible de Honest. Pour toucher ces



Les saveurs grenade-myrtille, citron-miel et orange-mangue sont conditionnées en bouteilles PET 375 cl 100% recyclables.

consommateurs sensibles à l'environnement et à la qualité, la gamme est d'abord commercialisée dans les réseaux de proximité tels que les chaînes de boulangeries, les cinémas, les enseignes parisiennes de vente

à emporter et la distribution automatique. La gamme est également présente dans les rayons snacking de Monop' et de Monoprix. « Ce choix d'une distribution ciblée n'exclut pas les développements futurs », nuance

Isabelle Hubsch en précisant que Honest s'appuie notamment sur un site dédié pour faire connaître ses valeurs. Née en 1998 aux États-Unis, cette marque engagée est dans le giron de Coca-Cola Company depuis 2011. ●

HEALTHY

Habitus, boisson saine et rafraîchissante

Habitus Source a fait ses premiers pas au printemps dans quelques épiceries bio et restaurants rapides d'Angers et Paris. Imaginée par deux ingénieurs d'Agrocampus Ouest, Jérôme Henry et Paul Gapany, cette nouvelle boisson est résolument nature. Bio, sans sucre ni édulcorant, elle mélange de la menthe, de l'hibiscus et du galanga pour un effet rafraîchissant et légèrement pétillant. Habitus Stimulus, au goût citronné, sorti

cet été, et Relax, à la cannelle, sera lancé à l'automne. « Notre cible est plutôt féminine et citadine. Le produit séduit les restaurants proposant un snacking sain, à base de produits frais, voire bio », note Jérôme Henry. À Angers, siège de la société, on le sert avec les burgers d'Ernest Inn ou chez Class'crouste, à Paris dans deux Big Fernand... Des débuts prometteurs que le référencement chez Metro devrait accélérer. ●

Cf. Tokster.com



ENFANTS

Capri-Sun : de fortes ambitions sur le hors-domicile

Avec 74,3 M € (source : ventes internes CAM P5 2017), Capri-Sun a vu ses ventes doubler en l'espace de cinq ans. Le taux de pénétration a gagné 2 points en un an et le taux de notoriété atteint 84 % chez les ménagères avec enfants de moins de 15 ans. Les signaux de la marque distribuée en France par Coca-Cola depuis 2007 sont donc au vert.

Capri-Sun réalise 20 % de son chiffre d'affaires hors-domicile, un marché que Nativité Rodriguez, directrice marketing de Coca-Cola European Partners

France, perçoit comme une terre d'opportunités. « Alors que les familles représentent 20 % des visites en CHR, elle sous-consomme des boissons. Or, Capri-Sun affiche une progression de 17 % entre 2016 et 2017 sur ce marché. Enfin, d'après une étude Médiamétrie d'avril 2017, une famille sur deux souhaiterait avoir Capri-Sun dans le menu de leur enfant. Voilà autant d'éléments qui confirment le potentiel de la marque en hors-domicile », détaille-t-elle.

Pour continuer à tisser ce lien avec les familles, Capri-Sun s'associe en septembre au lancement du film *Le Petit Spirou*. « Cette opération va nous permettre d'activer 6 400 points de vente dont 1 400 en restauration rapide et vente à emporter. Ce partenariat sera relayé sur plus de 200 000 menus en restauration

Capri-Sun Banapple.



Capri-Sun Bio Multi Fruits Red.



Nativité Rodriguez, directrice marketing de Coca-Cola European Partners France.

rapide », annonce Nativité Rodriguez. Les ambitions de la marque sont fortes, car si elle est déjà présente dans 29 % des cafétérias indépendantes, elle se fixe pour objectif d'intégrer 50 % des établissements du CHR, tant indépendants que chaînés. « C'est une démarche nouvelle et nous allons l'accélérer en cette fin d'année et sur 2018. Notre priorité aujourd'hui est d'installer plus largement Capri-Sun ainsi que Capri-Sun Bio qui est encore peu diffusé », révèle-t-elle. ●

Cf. Tokster.com

STRATÉGIE

Orangina secoue ses habitudes

Le numéro un des boissons aux fruits en France opère sa mue. De nombreuses transformations sont en cours chez Orangina Suntory France (OSF) tant sur le plan du management que de l'offre ou encore de l'outil de production. « Une entreprise a besoin de se régénérer en permanence. Les goûts et les attentes des consommateurs changent bien plus vite qu'avant, les collaborateurs évoluent également, il faut donc changer les habitudes », explique Thierry Gaillard, P-DG d'OSF. Côté humain, un management participatif est instauré.

Dans son approche du produit, OSF compte marcher sur deux pieds, la boisson aux fruits et celles à base de thé. « Le mar-

ché des colas est en déclin et nous sommes leaders avec 29 % de part de marché sur le segment des softs hors colas qui est en croissance », souligne-t-il.

Des boissons plus vertueuses

Les boissons aux fruits représentent 98 % de l'offre de l'entreprise, aussi, dans son approche plus respectueuse des hommes et de la terre, OSF met en place une charte « Fournisseurs de fruits responsables ». OSF renforce également ses objectifs de réduction de taux de sucre sur l'ensemble de ses boissons avec sucre ajouté et vise une baisse de 20 % pour 2020. ●

Cf. Tokster.com



Thierry Gaillard, P-DG d'Orangina Suntory France.

Atollspeed

Le four ULTRA PERFORMANT

-  **ULTRA rapide**
Temps de cuisson divisés par 10
-  **ULTRA pratique**
Entretien facile grâce aux parois lisses et au refroidissement rapide
-  **ULTRA simple**
Branchez, cuisez - (230V - Fusible 16A)
-  **ULTRA facile**
A utiliser grâce à l'écran tactile avec recettes programmées
-  **ULTRA robuste**
SAV national assuré par le réseau EUROMAT
-  **ULTRA personnalisable**
Personnalisation et programmation des recettes



Flashez le QRCode pour voir la vidéo !



199 € HT* MOIS

Dans le réseau



EUROMAT
Votre réseau en actions

01 60 86 42 72

Liste des concessionnaires sur www.euromat-reseau.com
* Location financière - 199€ x 36 mensualités - Sous réserve d'acceptation du dossier par notre partenaire financier - Offre valable jusqu'au 30 octobre 2017 sur modèles 250 et 300T

Vite!

LIVRAISON

Bravo Glovo



Glovo devient la première start-up de livraison à la demande à équiper ses coursiers d'une mutuelle. L'entreprise d'origine barcelonaise vient en effet de se rapprocher de l'assurance complémentaire Alan pour proposer une couverture à ses employés avec une négociation de tarifs préférentiels et une assurance santé simple à utiliser et abordable.

ERRATUM

YouFid fidélise de plus en plus

Une erreur s'est glissée dans notre dernière édition. You Fid, la solution de fidélité sur smartphone ou carte, était adoptée non par 800 clients mais par 1 400 professionnels de la restauration rapide. Depuis, d'autres acteurs ont choisi la solution qui est disponible dans plus de 1 600 établissements de restauration rapide.

CAPITAL

IKentoo lève 4,6 M€

IKentoo a levé 4,6 M€ auprès d'investisseurs privés. Cette opération vise à consolider le leadership de l'entreprise spécialisée dans les systèmes d'encaissement sur iPad pour l'hôtellerie et la restauration. Cette opération de financement externe lui permet ainsi d'investir dans le développement de nouvelles innovations techniques et de fortement renforcer sa présence dans l'Hexagone grâce, notamment, à l'ouverture d'un bureau à Paris, ainsi qu'à l'augmentation des effectifs dédiés à la clientèle française.

CUISSON

Enodis en mode TGV

Enodis renforce sa position dans le marché du snacking. Son objectif est de proposer une gamme d'équipements de qualité, fiables, performants et adaptés aux petits espaces. La PME française affiche un plan stratégique de développement à travers près de 15 marques concentré sur l'innovation avec des outils à forte valeur ajoutée à destination des divers pôles de restauration, de la gastronomie au snacking. Les recherches concernent particulièrement les économies d'énergie et de surface afin d'améliorer les conditions de travail des restaurateurs, notamment dans des espaces réduits.

Une prouesse technologique

Dans cette optique, le fabricant de grande cuisine a réalisé une prouesse technologique particu-



Des fours à très grande vitesse qui présentent une technologie de cuisson unique.

lièrement adaptée aux exigences et aux contraintes de la restauration rapide. Le résultat est stupéfiant. Disponible en noir, inox ou rouge, son four à très grande vitesse E25 présente une technologie de cuisson brevetée unique. Sans fumée ni odeur, et très silencieux, il se caractérise par un

catalyseur intégré qui ne nécessite pas de hotte. Mais, surtout, il se révèle vingt fois plus rapide qu'un four traditionnel grâce à la combinaison de trois technologies de cuisson : impingement, micro-ondes et convection. Par ailleurs, il assure des économies énergétiques très élevées grâce à un branchement sur simple prise mono 230 volts. Ce concentré d'efficacité permet ainsi de cuire 5 paninis en qua-

rante secondes et 4 croque-monsieur en quatre-vingt-dix secondes. Il assure la cuisson des grands incontournables du snacking : sandwiches, tartines, desserts, tarte fine, moelleux, et même poissons, crustacés, et viandes en un temps record et avec une qualité culinaire incomparable. Le produit devient croustillant, moelleux, ou chaud à cœur. Un vrai label de qualité qui renforce l'offre client. ●

ACCESSOIRES

Firplast sur la ligne verte

Firplast développe une stratégie commerciale et des idées pour conquérir le marché du snacking. Le spécialiste de la fabrication et de la distribution de vaisselle à usage unique propose une large gamme d'emballage alimentaire composée de plus de 4 000 références. En lien direct avec les préoccupations actuelles envers l'environnement, l'entreprise, engagée dans une démarche ISO 14 001 depuis 2014, développe une gamme biodégradable et com-

postable sous la marque Vision Verte. Elle vient de lancer Kraft'n go. Ce coffret plateau-repas directement adapté à l'univers du snacking et des traiteurs se distingue par sa transparence et sa stabilité. Son insert micro cannelé carton optionnel permet d'associer plusieurs combinaisons de raviers, en pulpe, en PS blanc ou transparent. Il est doté, par ailleurs, de deux emplacements pour pots à sauce, et d'un emplacement pour un verre et un sachet couvert. ●



Le coffret plateau-repas Kraft'n go se distingue par sa transparence et sa stabilité.

PAIEMENT

Techfive passe à la caisse

Une nouvelle norme arrive pour les caisses enregistreuses. Cette nouvelle réglementation imposée aux entreprises assujetties à la TVA sera applicable dès le 1^{er} janvier 2018. Techfive, déjà bien présent sur le marché de l'encaissement, offre la certitude de détenir un matériel reconnu sur le marché du snacking et conforme à la nouvelle réglementation.

L'ensemble de ses systèmes d'encaissement est certifié par le Laboratoire national d'essais (LNE), un organisme notifié et désigné pour le contrôle par plus de 20 directives et organismes. Les systèmes de caisse Techfive, sécurisés, ne sont plus



Une caisse conforme à la nouvelle réglementation.

un simple outil d'encaissement, mais également un véritable auxiliaire de gestion pour les commerces permettant ainsi d'économiser du temps, pour en accorder davantage aux clients. ●

PUB ACTIVE

Capter le client avec Think&Go

Depuis quelques années, SNCF Gares & Connexions transforme les gares en lieux de vie faisant côtoyer voyageurs et riverains. Une évolution qui s'accompagne de nouvelles attentes en termes de services.

Ainsi une nouvelle génération d'écrans serviciels fait son entrée cet automne dans les

gares d'Aix-en-Provence TGV et de Paris Gare de Lyon. Grâce aux technologies développées par Think&Go, marque d'Ingenico Group, cette génération d'écrans peut communiquer avec n'importe quel objet NFC (carte de paiement ou de transports, smartphone...) apposé sur l'écran pour récupérer un coupon de réduction, payer un

produit à retirer en magasin... Elle offre ainsi d'innombrables possibilités aux annonceurs. Utilisés par plusieurs personnes simultanément, ces écrans connectés sont de véritables leviers d'acquisition et de fidélisation de la clientèle, tout en garantissant l'anonymisation des données personnelles. Cette première expérimenta-



tion vise à valider le déploiement d'autres mobiliers d'ici à la fin de l'année dans l'univers des transports exploités par Médiatransports (régie publi-

citaine qui exploite les espaces publicitaires de la RATP, des gares SNCF et les quais de SNCF Réseau), en lien avec les partenaires concédants. ●

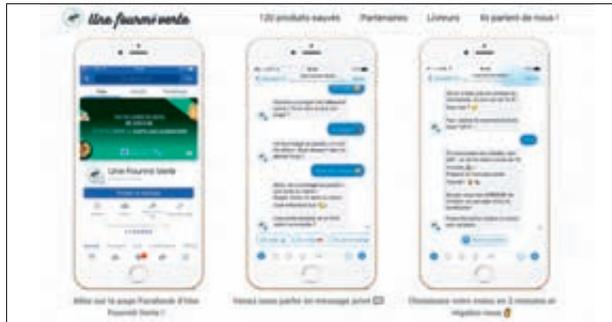
CHASSE AU GASPI

Une Fourmii Verte roule dans Paris

Vous avez déjà vu une Fourmii Verte ? Il s'agit d'un tout nouveau service parisien. Son objectif ? Sauver du gaspillage alimentaire les invendus des boulangeries et traiteurs à leur fermeture pour les livrer toute la nuit (entre 22 heures et 6 heures) en moins de trente minutes.

Son fonctionnement ? La Fourmii Verte vient récupérer les invendus auprès de partenaires boulangers et traiteurs qui sont rémunérés par une commission sur les ventes, le stock change donc chaque soir. En fin de service les invendus sont reversés à des associations caritatives. Les Fourmii Vertes misent sur une livraison à vélo par des coursiers recrutés notamment parmi les chômeurs de longue durée.

Le stock étant variable d'un jour à l'autre, difficile de mettre en place un site web classique, le client doit donc se connecter à la page Facebook d'Une Fourmii Verte et chatter sur le Messen-



Un bot répond aux demandes du client et réajuste en temps réel la liste des plats disponibles.

ger en privé afin de choisir son menu. Un robot, programmé pour répondre aux demandes, accompagne le client dans son choix selon ses envies. L'offre se compose généralement de sandwiches, quiches, parts de pizza, bagels, croissants, tartes, etc. « Nous travaillons aussi avec des traiteurs qui proposent des plats de qualité », explique Virgile Martinez, l'un des 5 cofondateurs et responsable projets. Une offre qui répond aux faims des étudiants, fêtards, travailleurs de nuit, etc.

Le service est disponible pour une commande minimale de 10 €, soit le prix du menu qui se compose d'un plat, d'un dessert et d'une boisson (soda ou eau). À ce menu à 10 € livraison incluse, le client peut ajouter un produit additionnel au prix fixe de 3 €. « Nous recherchons actuellement des partenaires qui proposent aussi des jus detox ou bio afin d'étendre notre offre », précise-t-il. Côté paiement, celui-ci peut se faire en ligne de manière sécurisée ou à la livraison. ●

DIGITALISATION

Fin du ticket de caisse ?

Dans la chasse au gaspillage de papier inutile, le ticket de caisse pourrait bien être dans le viseur. Peu écologique, ce petit papier devient digital.

Ticket Promo, leader de la publicité au dos des tickets de caisse, anticipe cette évolution possible et se tourne vers le digital en lançant un nouveau site internet et une application. Cette plateforme rassemble toutes les offres des annonceurs. En un clic, les consommateurs peuvent donc retrouver l'ensemble des réductions imprimées au dos des tickets de caisse. Grâce à l'appli, pas besoin d'imprimer les coupons : le client

les a toujours sur lui, dans son smartphone. Il peut même réserver en ligne et sélectionner, lors de son inscription, le type d'offres qu'il souhaite recevoir.

Le coupon digital présente aussi des avantages pour les professionnels : des clients mieux ciblés en fonction de leurs centres d'intérêt précisés lors de leur inscription, la géolocalisation qui permet de solliciter les consommateurs situés à proximité de l'enseigne, un gain de temps avec la possibilité de flasher directement le code présenté par le client et même le module de réservation en ligne. ●



150 EXPOSANTS
12 000 VISITEURS

6 CONCOURS DE PRESTIGE

PLUS DE 20 MOF ET CHEFS ÉTOILÉS PRÉSENTS

SALON PROFESSIONNEL DE L'HÔTELLERIE RESTAURATION

METZ

Gourm'est

• SALON PROFESSIONNEL DE L'HÔTELLERIE RESTAURATION ET DES MÉTIERS DE BOUCHE •

DU DIMANCHE 12 AU MARDI 14 NOVEMBRE 2017

Infos et inscriptions : www.gourmest.fr ☎+33 (0)3 87 55 66 00

CENTRE FOIRES ET CONGRES DE METZ MÉTROPOLE

INSPIRE

METZ ÉVÉNEMENTS



La sélection de la rédaction

Produits, boissons, équipements et services... Chaque mois, la rédaction vous informe des nouveautés qui arrivent sur le marché.

■ PRODUITS ■ BOISSONS ■ ÉQUIPEMENTS & SERVICES

EURIAL RESTAURATION

Mélusine s'emballe

Eurial, spécialiste du fromage de chèvre depuis plus d'un siècle, dévoile Mélusine sa première bûche de chèvre emballée. Jusqu'alors la bûche de chèvre était présentée sur paillon. Mélusine est proposée dans un papier spécialement conçu et dans un carton plus ouvert. Un packaging pensé pour gagner en qualité et en praticité... mais aussi apporter un meilleur bilan écologique. En effet, il offre un gain de temps au déballage et une meilleure préhension de la bûche de 1 kg, quand le paillon a tendance à s'incruster dans le fromage. Côté hygiène, cet emballage limite les risques sanitaires. Grâce au papier microperforé, qui laisse la fleur de surface se développer, la bûche se conserve mieux.

Un packaging qui permet un meilleur bilan écologique.



www.eurialrestauration.com

CHARAL

Croq'Toast

Charal complète la gamme de snacks toastés avec le Croq'Toast pour une offre inédite au rayon snack : le Croque-Monsieur au pastrami. Celui-ci se compose de pain de mie doré et croustillant grâce à l'emballage Toast'box, 3 fines tranches de pastrami 100 % français, d'une sauce fromagère et d'une tranche de fromage. Ce croque-monsieur de 145 g vient rejoindre le Panini aux 3 fromages et le Toast burger.

Une offre adaptée à la distribution automatique.



www.charal.fr

ARIAKÉ

Fonds de légumes

Après le lancement des fonds de volaille et de veau en pâte, Ariaké Pro propose le fond de légumes en pâte, une offre qui n'existait pas jusqu'alors sur le marché. Alternative de qualité aux produits carnés, cette aide culinaire s'utilise aussi bien en fond de sauce qu'en bouillon de légumes, tant en préparations de poisson que de viande, ainsi que pour la cuisson des légumes. Cuisinée à l'huile d'olive et au thym, elle a été élaborée par une cuisson lente à basse température sans exhausteurs de goût, ni arômes artificiels, ni colorants, ni conservateurs. Pot de 500 g pour 12,5 l de fond ou en seau de 3 kg pour 75 l de fond. Il se conserve 12 mois à température ambiante.



www.ariake-europe.com

GALBANI PROFESSIONALE

Billes de mozzarella di bufala

Galbani Professionale, qui propose une mozzarella bufala fabriquée en Campanie en boule 125 g et une version miniature en billes de 10 g, fait évoluer son packaging pour plus de praticité. Ces billes de mozzarella di latte di bufala sont désormais disponibles dans un conditionnement de 500 g, qui permet de réaliser environ 10 salades. Le coût portion est ainsi mieux maîtrisé. Si aujourd'hui la mozzarella au lait de vache est la plus courante et représente 90 % de la fabrication, l'authentique mozzarella au lait de bufflonne offre un goût plus typé, une peau plus épaisse et un cœur plus moelleux et connaît un véritable essor depuis quelques années, à l'instar de Galbani Professionale, qui note une forte progression de ses ventes depuis quatre ans...



www.galbani-professionale.fr

CARNIATO

Fromages bio et végétariens chez Carniato

Carniato, spécialiste de la distribution de produits italiens pour la RHF, poursuit le développement de son offre bio avec 3 fromages de la famille Busti certifiés Agriculture Biologique : le Pecorino Marzolino, le Pecorino curcuma e pepe et le Frescopecora. Ils ont la particularité d'être élaborés avec de la présure végétale, ce qui permet de les intégrer dans un régime végétarien. Le Pecorino Marzolino (1 kg), fromage sans lactose, possède une croûte frottée à la tomate bio. Le Pecorino curcuma e pepe (1 kg) combine poivre et safran des Indes qui lui confèrent une note exotique et une couleur naturellement jaune. Le Frescopecora (600 g) est le plus frais de la gamme. Il peut être utilisé en ingrédient dans des recettes, à la place du fromage de chèvre habituel.



www.carniato.fr

TARACKING

Le snack paleo-raw

Conçue pour les sportifs et les adeptes des snacks sains et naturels, Taracking est une barre fabriquée en France et composée de fruits secs, d'oléagineux et d'un superaliment. Ces trois ingrédients ont été sélectionnés pour booster l'énergie, améliorer les performances et un superaliment pour une nutrition au top. Cette barre végétalienne est élaborée sans aucune cuisson afin d'assurer une conservation parfaite des micronutriments. Deux recettes sont disponibles, l'une à base de figues, d'amandes et de cannelle de Madagascar, et la seconde à base de dattes, noix de macadamia et guarana du Brésil.



www.taracking.fr

EDNA

Mini-strudel

Edna propose le fameux strudel aux pommes en petit format pour une note gourmande tout en permettant une consommation maîtrisée. Ce strudel aux pommes déjà portionné est conçu à partir d'une pâte feuilletée fourrée d'un mélange de pommes, de crème, de beurre, d'épices ainsi que de raisins secs. Ce dessert végétarien peut être agrémenté d'une crème anglaise ou d'une glace à la vanille. Une part de strudel pèse 100 g et mesure environ 11 x 3,1 x 4,8 cm. Conditionné par 40 pièces.



www.edna.fr

BÉGHIN SAY

Les bûchettes 3 g

Pour répondre à la tendance du « moins sucré » et des formats de cafés courts, Béghin Say a revu le grammage de ses incontournables bûchettes de sucre blanc. Désormais déclinées en format 3 g, au lieu du format traditionnel de 4 g, elles ont le poids idéal pour sucrer un espresso. La boîte distributrice de 1 000 portions arbore le label « cultivé et produit en France » en écho aux engagements économiques, sociaux et durables de la marque et des agriculteurs français réunis au sein de la coopérative agricole Tereos.



www.beghin-say-pro.com

COLOR FOODS

Fruits secs Sun Encas



Pour les consommateurs nomades et adeptes des fruits secs, la société marseillaise conditionne des amandes grillées et des mélanges (amandes grillées & cranberries, noix de cajou & raisins, dés d'abricots, de figues et de raisins) dans des étuis contenant 5 sachets de 35 g. Synonyme de gain de temps et adaptée à une consommation fragmentée, cette présentation donne un nouvel attrait aux fruits secs qui trouvent ainsi leur place dans toutes les pauses gourmandes et équilibrées. Color Foods est une entreprise familiale spécialisée dans la transformation, le conditionnement et le négoce de fruits secs. Elle fait partie du Top 3 des sociétés françaises impliquées dans ce marché.

www.color-foods.com

WOOS

Mousse à la mangue

Woos, qui propose des mousses de fruits 100 % végétales, ajoute un parfum à sa gamme : la mangue. Pour élaborer celle-ci, Woos utilise des mangues Alfonso, une des variétés les plus réputées au monde. Les mousses Woos, conditionnées en bombe, sont naturellement sans gluten, ne contiennent ni colorant ni conservateur et sont toujours élaborées sans produits laitiers ni œufs.



www.woos.fr

NESTLÉ PROFESSIONAL

Docello Sensations Pistachio

Nestlé Docello se pare de vert pour faire découvrir sa nouvelle sauce Sensations Pistachio. Cette sauce dessert riche et onctueuse au goût intense de pistache torréfiée est élaborée avec 12 % de pâte de pistache. Elle ne contient pas d'huile de palme. Ergonomique et pratique, sa bouteille de 750 g facilite la prise en main et la rapidité de service. Son bouchon stop goutte permet une plus grande propreté. Sensations Pistachio apporte une note colorée et gourmande aux desserts, mais aussi aux boissons.



www.nestleprofessional.fr

DAVIGEL

L'éclair prêt à garnir

Pour l'univers du snacking, Davigel lance au mois d'octobre un éclair prêt à garnir afin que chaque établissement puisse proposer sa recette unique. La pâte à chou de cet éclair prêt à garnir est pur beurre, cuite puis coupée en 2 à mi-hauteur pour un maximum de service sans risque de blessure. La recette de cette pâte à chou permet aussi bien une garniture sucrée que salée pour une offre plus originale. Chaque éclair pèse 20 g et mesure 16,5 x 4 x 2,5 cm. Conditionnement par 36 pièces. Les éclairs se remettent en température pendant 2 à 3 heures en chambre positive (+ 3 °C).



www.davigel.fr

PASSIONFROID

Pain burger pavot sarrasin



www.passionfroid.fr

Passionfroid propose le Pain burger pavot sarrasin de Harry's. Ce bun au topping de graines de pavot et de sarrasin présente un visuel artisanal pour réaliser des burgers gourmands. Produit neutre, il peut être utilisé avec une multitude de recettes. Ce bun de 85 g est cuit et congelé et d'un diamètre de 12 cm. Il est conditionné en sachet de 15 pièces. Prétranché, il s'avère pratique à utiliser.

CONVIVAL

Effeillé de porc

Convivial est spécialisé dans la viande surgelée du bassin charolais. L'effeuillé de porc ou de bœuf est une excellente alternative au steak haché, car coupé en fines lamelles pour faciliter la mastication. À la cuisson, la chair est fondante. En étuis de 4 x 100 g, le produit contenant 10 % de matière grasse seulement est conditionné sous vide et protégé par un film plastique résistant sécable et pelable pour préserver ses qualités organoleptiques, avant d'être surgelé.



www.convivial.fr

La sélection de la rédaction

COCA-COLA

Honest

Honest, marque pionnière du thé infusé bio venue des États-Unis, fait son entrée en France avec un gamme de 3 recettes de boissons bio aux plantes infusées et avec du jus de fruits. Cette marque soutenue par Coca-Cola Company est la première du groupe à être totalement bio. Dans une bouteille 100 % recyclable dont 30 % d'origine végétale, la boisson associe un trait de jus de fruits, des plantes infusées et une touche de sucre. En format 375 ml, la boisson se décline en 3 parfums : Grenade & myrtille, Orange & mangue, et Citron & miel.



Une boisson bio dans une bouteille écologique.

www.coca-cola-france.fr/gamme/honest

NATURE & EXPRESSION

Coconut Collective

La marque d'eau de coco Coconut Collective n'utilise qu'une seule variété de noix de coco, la king coconut ou noix de coco royale. Celle-ci est orange et plus grosse que la noix de coco verte habituellement utilisée. Elle pousse au Sri Lanka et dans quelques îles d'Asie du sud. La king coconut n'est utilisée que pour son eau qui est naturellement moins sucrée que la verte (jusqu'à 40 % de sucre en moins). Coconut Collective la conditionne directement au Sri Lanka. Celle-ci est disponible nature ou travaillée avec une purée de fruits : ananas, goyave et mangue. L'eau de coco se décline en 2 formats de brique : 330 ml avec paille ou 1 l refermable. Un lait de coco est également disponible.



www.nature-expression.com

INNOCENT

Bubbles

Bubbles est la dernière création d'Innocent, une boisson gazeuse sans sucre ajouté au bon goût fruité. Et pour cause, Bubbles c'est le mélange de 60 % de fruits, 40 % d'eau de source et des bulles. Rien d'autre, pas d'additifs, pas de colorants. Celle-ci se décline en deux recettes Citron jaune & citron vert et Pomme & framboise. En Grande-Bretagne où Bubbles est déjà lancée, elle enregistre 81 % de ventes additionnelles chez l'un des plus gros distributeurs anglais avec un taux de réachat supérieur à 50 %.



www.innocent.fr

DELIDRINKS



Fizz

Delidrink a référencé la gamme de sodas bio Fizz by Meneau. Ces sodas répondent aux attentes des clients attentifs à la composition des produits qu'ils consomment. La gamme se compose d'une limonade, élue meilleur produit bio 2016, d'un tonic, d'un cola, d'un soda citron et d'un soda orange légèrement pulpeux. Ces boissons légèrement pétillantes offrent une DLUO de 6 mois en ambiant et sont conditionnées en bouteille verre 330 ml avec bouchon à vis.

www.delidrink.com

ALTERFOOD

Organic Hero

AlterFood s'associe à The Walt Disney Company France pour lancer Organic Hero, une gamme de jus de fruits bio 100 % pur jus, à l'effigie des superhéros Marvel et destinée aux enfants de 4 à 14 ans. Ce partenariat s'inscrit dans le cadre de la démarche Disney tous en forme (cf. Tokster.com) qui vise à encourager les familles à adopter une alimentation équilibrée. Les jus Organic Hero sont bio, pur jus, vegan, sans sucre ajouté, sans additif, sans conservateur et sans gluten. À chaque héros sa recette. Pour Iron Man, c'est pomme, myrtille et cassis, Hulk puise sa force dans la pomme, la pêche et l'acérola et Captain America mise sur la pomme, le raisin et l'abricot. Bouteille de 20 cl avec paille.



www.alterfood.fr

CAFFÈ VERGNANO

Ricetta Originale



Cette référence est l'incarnation d'un savoir-faire dont le développement est actuellement orchestré par la 4^e génération de la famille Vergnano. Aujourd'hui relancée en CHR, la Ricetta Originale est réalisée avec les mêmes variétés 100 % arabica que celles provenant d'une ferme productrice de café au Kenya, dont la famille était autrefois propriétaire. Son mélange aromatique est très doux, avec un parfum fruité, légèrement acidulé et une note chocolatée. Dans la tasse, le café se présente de couleur noisette, ponctué de quelques marbrures acajou.

www.caffevergnano.fr

NESTLÉ WATERS

SanPellegrino figue de Barbarie et orange

Dans la gamme SanPellegrino aux fruits, la saveur Ficodindia e Arancia est un mélange audacieux qui associe de la figue de Barbarie, fruit des cactus de Sicile, et de l'orange. Élaborée sans conservateur, cette boisson pétillante contient une forte teneur en jus d'agrumes mûris sous le soleil de la Méditerranée, et récoltés à la main.



www.nestle-waters.fr

NEMECO

Vivaloe au parfum de myrtille

Nemeco étend la gamme de Vivaloe avec le parfum myrtille. Le distributeur spécialisé dans les boissons naturelles renforce son offre de Vivaloe, ces boissons 100 % naturelles aux véritables morceaux d'aloë vera. L'aloë vera est un cactus riche de 16 acides aminés et 20 minéraux.

Vivaloe étant une infusion de fruits, la recette myrtille apporte en outre les bienfaits antioxydants de ce fruit. La gamme se compose désormais de 7 saveurs : melon, pêche, limonade rose, noix de coco, mangue, pastèque et myrtille.

www.nemeco.fr

CARNIATO

Mole Cola

Pour une offre 100 % italienne, boisson incluse, Carniato propose un cola italien : Mole Cola. Cette boisson gazeuse rafraîchissante à la saveur cola offre un goût intense et épicé. Une version light est également disponible, le Mole Cola Zero, sans sucre ni aspartame. Cette déclinaison présente une saveur équilibrée, fraîche et intense, mais sans calories.



www.carniato.com

PAF

Smoothies PAF

PAF ! C'est une jeune marque de jus pressés à froid. Cet été, la marque a lancé deux nouveaux smoothies riches en lait d'amande ou de lait de coco qui apportent une satiété durable ainsi que de nombreux fruits et légumes qui permettent de faire le plein de vitamines, minéraux et antioxydants. Les smoothies PAF sont sans sucre ajouté. Ils sont pensés comme un snack sain et nomade qui vient remplacer un cookie. Énergie se compose de lait et eau de coco, banane, betterave, et framboises. Douceur associe le lait d'amandes à la banane, aux épinards et aux dattes.



<http://paflejus.bio/>

JEANNE-ANTOINETTE

Chocolat chaud Cocon blanc

Après avoir lancé l'hiver dernier une gamme de chocolats chauds prédosés en sachet à base de chocolats noirs grands crus, la jeune maison de chocolats chauds Jeanne-Antoinette propose une nouveauté gourmande pour la prochaine saison hivernale : Cocon blanc. Ce chocolat chaud à base de chocolat blanc, peu sucré, possède une texture onctueuse et une saveur de lait entier mêlée au chocolat blanc. Les recettes sont préparées à partir de chocolat râpé finement pour fondre avec le lait et ainsi retrouver la vraie saveur et l'onctuosité des chocolats chauds traditionnels. Cf. Tokster.com



www.jeanneantoinette.fr

Vous souhaitez maîtriser votre consommation de serviettes ?



Colorez la vie de vos clients et réduisez d'au moins 25%* votre consommation de serviettes.

Les 5 nouvelles couleurs des serviettes Tork Xpressnap vous accompagnent pour égayer votre établissement.

Nos serviettes sont disponibles en blanc, bordeaux, noir, orange, vert et naturel. Associés aux distributeurs personnalisables, Tork Xpressnap vous garantit une réduction de consommation de serviettes de 25%.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.tork.fr

www.youtube.com  TorkFrance

* Grâce à sa distribution en feuille à feuille et par rapport aux distributeurs de serviettes traditionnels.



www.tork.fr
+33 1 85 07 92 00





La sélection de la rédaction

SYMBIO

Kangoo réfrigérée

Symbio, leader européen des solutions de mobilité hydrogène, lance sur le marché français la première Kangoo ZE H2 électrique hydrogène équipée d'un caisson réfrigéré. Ce nouveau véhicule zéro émission est destiné aux professionnels qui souhaitent réduire leur impact environnemental dans leurs livraisons du dernier kilomètre. Un boîtier intelligent indique la température du caisson et permet de la contrôler depuis l'habitacle du conducteur. Bénéficiant d'une autonomie comprise entre 250 et 300 kilomètres et d'un temps de rechargement record de 5 minutes en moyenne, il est inutile donc de recharger chaque soir son véhicule, a contrario d'un véhicule électrique classique. Le caisson peut également être réfrigéré indépendamment du véhicule et descendre à une température de 0 °C en moins de 30 mn.



Autonomie comprise entre 200 et 300 km et temps de rechargement record de 5 mn.

www.symbiofc.com/fr

VEGA

Niara

La nouvelle chaise Niara dotée d'accoudoirs se distingue par un design contemporain et un grand confort d'assise. Structure ajourée légère en polypropylène renforcé de fibre de verre, matériau résistant et anti-UV. Très facile d'entretien, cette chaise s'utilise aussi bien en intérieur qu'en extérieur. Pratique,



Niara est empilable jusqu'à 5 pièces. Résolument tendance, cette chaise s'intègre dans tous les décors grâce à ses 4 coloris (taupe, jaune moutarde, marsala et anthracite). Pour plus de confort, les coussins Twister peuvent être employés avec la chaise.

www.vega-fr.com

RATIONAL

CombiMaster Plus

Le nouveau CombiMaster Plus est désormais disponible en format XS et avec nettoyage automatique pour une utilisation encore plus facile. Pour le nettoyage, il suffit de sélectionner la phase de nettoyage, d'insérer le nombre de pastilles affiché et c'est tout. Les appareils bénéficient ainsi d'un entretien optimal et durable. Côté format, la version XS affiche des dimensions ultracompactes (55,5 cm de profondeur, 65,5 cm de largeur et 56,7 cm de hauteur), un design moderne et une utilisation ergonomique. Malgré ce miniformat, le CombiMaster Plus XS est également équipé d'un générateur de vapeur fraîche, ce qui le rend unique en son genre.



www.rational-online.com

ENO

Plancha Riviera 75

Ce modèle constitue un des musts du spécialiste français de la plancha Eno. Ses plaques en fonte épaisse garantissent une excellente répartition de la chaleur, indispensable pour maîtriser les cuissons. L'émail multicouche lisse appliqué est inrayable et très résistant afin d'assurer une utilisation durable, et une cuisine saine et de qualité. De grande capacité, le tiroir récupérateur de jus en inox est compatible lave-vaisselle. Les planchas Riviera 75 achetées avant fin 2017 sont garanties à vie.



www.eno.fr

SAMMIC

Four à Pizza PL-6+6

Ce four monobloc avec deux chambres de cuisson cuit jusqu'à 12 pizzas de 300 mm de diamètre. Le double thermostat offre la possibilité d'un réglage indépendant supérieur et inférieur dans la chambre. La conception avec des matériaux spéciaux à grand pouvoir isolant favorise les économies d'énergie. La partie frontale et la porte sont en inox. La porte avec une vitre résistante à de hautes températures est démontable sans outils afin de procéder au nettoyage ou à la maintenance.



www.sammic.fr

ADVENTYS

Micro-ondes Frel 1030



Ce modèle de four à micro-ondes 30 litres bénéficie d'une puissance restituée de 1000 W. Les commandes par clavier permettent d'accéder à de nombreuses fonctions, comme la décongélation ou la cuisson en 3 étapes, et à 20 programmes. Son plateau fixe est compatible avec les dimensions GN2/3 pro. Dim. ext. : 542 x 461 x 329 mm. Poids net : 18 kg.

www.plaque-induction.com

GIORIK

Friteuse à beignets

Eberhardt distribue la nouvelle friteuse à beignets électrique de chez Giorik qui bénéficie d'une cuve de 21 litres. Sa température est réglable jusqu'à 190 °C par un thermostat de haute précision. Les résistances en acier inoxydable sont dotées d'un dispositif de rotation pour un nettoyage facilité de la cuve. La vaste surface de cuisson évite le contact et la superposition des aliments. Une grille de retenue, qui empêche les produits de cuisson de remonter en surface, est disponible en accessoire. Livrée avec 1 panier.



www.eberhardt-pro.fr

RATIONAL

Support pour fixation murale

Vraiment bien adapté à l'univers du snacking, ce support pour fixation murale assure un gain de place non négligeable lors du montage sur un mur. Il est disponible en deux versions pour permettre la fixation au mur des appareils à 6 niveaux GN 1/1 et des appareils XS. Le plan de travail reste ainsi entièrement disponible pour les préparations, ce qui offre un vrai bénéfice en termes de qualité de travail et d'ergonomie.



www.rationalonline.com/fr

ALBAL

Sacs à légumes

Albal, leader de l'emballage et de la conservation des aliments, présente des sacs qui offrent une préservation surprenante. Ses sacs à légumes conservent les légumes aux frais jusqu'à trois fois plus longtemps. Ils contiennent des centaines de micro-aérations qui permettent de réguler l'humidité afin de conserver les fruits et légumes. Grâce à la fermeture ultra-zip intégrée, les sacs sont faciles à utiliser. Prix : 2,64 € (7 sacs de 3 l).



www.albal.fr

ROUSSELON DUMAS

Affiloir Carbut 2

Cet accessoire s'avère particulièrement utile afin de disposer d'outils de préparation fiables et performants. Cet affiloir permet en effet en un clin d'œil d'affûter chaque côté de la lame et d'obtenir un tranchant rasoir grâce à sa face cylindrique rainurée. Il s'utilise facilement sans eau ni huile, et s'adapte à toutes les lames. Prix : 49,90 € TTC.

www.rousselon.fr

ITW SPRAYTEC

Lustrant alu-inox Jelt

ITW Spraytec développe sa gamme hygiène afin de répondre aux besoins des CHR pour la propreté des surfaces. Le groupe lance sous la marque Jelt une solution nettoyante et lustrante des surfaces aluminium et inox. Ne contenant aucune charge abrasive ou de polissage, Lustrant alu-inox élimine les salissures grasses, saletés, traces de doigts, poussières et résidus, sans danger sur les surfaces neuves.



www.itwpc.com

ROLLER® GRILL

VITRINE REFRIGEREE VENTILEE

RD 600

+2 / +10°C

4 rampes LED

Dégivrage
automatique

Double-vitrage

Gaz R134 sans CFC

Compresseur
Tecumseh France

Pav. 1 STAND N09 P10

20 > 24 Octobre 2017

MILAN—Fiera Milano

host Milano

Equipment, Coffee and Food
40th International
Hospitality Exhibition
October 20 - 24, 2017
fieramilano



ROLLER GRILL INTERNATIONAL

16 Rue Saint-Gilles - 28800 Bonneval—France

Tel.: +33 (0) 2 37 44 67 67

www.roller-grill.com rollergrill@roller-grill.com



LA PASSION DU DÉTAIL !

Créateur d'univers Tendance, VEGA vous présente Sidina. Avec son effet moucheté et sa bordure légèrement irrégulière, ce service imite à la perfection la céramique émaillée avec tous les avantages de la porcelaine.

VEGA

VEGA, fournisseur de matériel pour la restauration, l'hôtellerie et les traiteurs. Retrouvez plus d'inspiration sur vega-fr.com

CITIZEN SYSTEMS EUROPE

Imprimante CT-E351

Citizen Systems Europe, leader des solutions d'impression professionnelles, commercialise un modèle pour les points de vente. Alliant performance et esthétique, cette imprimante compacte, qui mesure tout juste 108 mm de hauteur, est facile à installer dans les petits espaces. Elle arbore une conception ergonomique et un mode de chargement par le haut qui simplifie le remplacement des supports.

Elle atteint des vitesses de pointe de 250 mm par seconde, ce qui accélère les transactions.



www.citizen-systems.com

KYMCO

Moto 125 Visar

Voilà un modèle particulièrement intéressant et performant pour effectuer les livraisons. Conforme à la norme antipollution Euro 4, en vigueur depuis le 1^{er} janvier, cette moto 125 cm³ remplace l'ancienne CK 1. Elle est équipée d'un

nouveau moteur à injection ainsi que d'un freinage couplé CBS, en remplaçant le tambour arrière par un frein à disques. Elle est disponible en deux coloris : blanc perle et steel grey. Prix : 2 799 €.



www.kymcolux.com/fr

DINOVIA

Plateaux repas by Starck

Le distributeur de vaisselle éphémère Dinovia présente la collection de plateaux repas à usage unique conçue avec le Studio Starck et produite par IPI. Cette gamme garantit une stabilité maximale du plateau et de la vaisselle qui le compose lors du transport. Une stabilité assurée par des picots thermoformés, qui permettent aussi une multitude de combinaisons de dressage et d'empiler les plateaux.



www.dinovia.fr/pro

SEMPA

Presse-grenades

Sempa, le spécialiste du presse-agrumes, innove avec un appareil conçu pour presser les grenades. Tous les composants importants de la machines sont en acier inoxydable. Le système de



nettoyage automatique du filtre (ATS) permet de garder un jus exempt de tout résidu, mais aussi de réduire le temps passé à vider le tamis. Une simple pression sur le robinet déclenche le système ATS ainsi que le pressage des fruits. L'appareil offre une haute capacité d'approvisionnement des fruits de 21 kg. Il délivre une boisson aux vertus antioxydantes et anti-inflammatoires.

www.sempa.fr

DUNI

Ecoecho

Duni étend sa gamme Ecoecho de vaisselle respectueuse du développement durable : assiettes, verres, gobelets, etc. L'accent a été mis sur l'offre boissons chaudes et froides, ainsi que sur les bols et boîtes en bagasse. Le couvercle peut être en bagasse, l'ensemble passe au four à micro-ondes, ou R-PET pour une offre visible en vitrine. Burgers et frites ont aussi leur vaisselle en bagasse qui conserve les frites plus croustillantes. La bagasse utilisée est un sous-produit naturel de la production de sucre. Elle est adaptée aux remplissages à chaud, aux micro-ondes et aux congélateurs. Une fois compostée, elle se décompose en quelques semaines.



www.duni.fr

LOUIS TELLIER

Distributeurs de sauces et coulis

Louis Tellier présente la première gamme de distributeurs de sauces et coulis qu'il diffuse. Cette gamme offre un très large choix de tailles et de fonctionnalités qui permettront d'optimiser les opérations en cuisine, en salle ou en front office pour un gain de temps, de productivité et un service plus propre. Les cuves en inox peuvent être utilisées pour des sauces chaudes ou des coulis froids. Les 6 distributeurs sont tous dotés de pompes portionneuses pour une meilleure rentabilité et une bonne gestion du coût portion.



www.tellier.fr

CHAUD DEVANT

GT1pro Magister

Chaud Devant, spécialiste du vêtement professionnel, s'associe à Michelin pour le lancement de la nouvelle série GT1pro Magister. Ces chaussures de sécurité performantes sont équipées des semelles Michelin technical sole. Celles-ci offrent une flexibilité excellente et une conception antidérapante spécifique qui permettent des mouvements rapides dans des directions multiples sans jamais perdre prise. Légère et confortable, cette chaussure créée pour les chefs par Chaud Devant est une chaussure slip-on (sans lacets) en cuir pleine fleur hydrofugé. Elle est disponible en version basse ou montante. Elle est certifiée classe S2, testée SRC et conforme à la norme EN ISO 20 345 : 2011.



www.chauddevant.com

DIAÏWAÏE

Adopte une Aloes

Adopte une Aloes, ce sont 4 box au graphisme moderne et épuré dessinées par Candice Vanhoorne qui accueillent Hector, Emma, Olaf et Aliona, des plantes aux vertus dépolluantes issues de l'agriculture française. Ces superplantes ont le pouvoir d'assainir l'air, d'absorber la fumée de cigarette et les ondes électromagnétiques. De la famille des aloes et des plantes grasses, elles mesurent de 8 à 15 cm. Les box sont vendues au prix de 24 €, mais pour 30 € Diaïwaïe personnalisera la box à l'initiale de votre établissement.



www.diaivaie.com



Rapid Resto PARIS

Paris Porte de Versailles

19&20
Septembre
2017









Salon Professionnel
Vente à Emporter,
Snacking & Street Food

www.salonrapidresto.com

11^{ème}
ÉDITION

CRÉATION & REPRISE D'ENTREPRISE

Financer sa future entreprise



Par **Éric Ader**, Avocat au barreau de Paris, Association Ader Jolibois.

ADER JOLIBOIS
AVOCATS

Vous avez décidé de créer votre établissement. Alors, quelles sont les étapes et quels outils à mettre en place pour que votre projet débute sous les meilleurs auspices ? Dans ce 1^{er} volet, le financement sera abordé. En effet, si la logique veut que l'on pense d'abord à dresser un audit et un business plan, l'expérience montre qu'il faut déjà connaître son budget maximal. L'audit et le business plan seront abordés dans la prochaine édition de Zepros.

Les aides financières ont pour but d'aider au financement de la création d'entreprise, mais aussi d'assurer la sécurisation financière du créateur d'entreprise.

LES PRÊTS D'HONNEUR À TAUX ZÉRO

Octroyés par des organismes comme Initiative France ou le Réseau Entreprendre, ces prêts financent les fonds propres et le besoin en fonds de roulement de départ. Leur montant varie selon le projet et l'organisme. Ils sont accordés au porteur de projet et non à l'entreprise. L'emprunteur doit défendre son projet devant une commission de sélection et obligatoirement contracter un emprunt bancaire complémentaire.

Le rôle moteur de la BPI France : la BPI à 2 fonctions distinctes : celle de caution du prêt bancaire classique (pour 50 % du risque) et celle classique de financement de l'entreprise par l'octroi de prêt. La BPI a un fonctionnement régional et il convient de prendre attache avec le pôle régional compétent.

LES AIDES DE PÔLE EMPLOI

■ **1. L'Aide aux chômeurs créant ou reprenant une entreprise (Accre)** permet de bénéficier d'une exonération partielle de charges sociales ainsi que d'un accompagnement pendant les premières années de la vie d'une société. Cette aide est ouverte à bien plus de bénéficiaires que les demandeurs d'emploi : les bénéficiaires du RSA, les moins de 26 ans...

Quels sont les critères pour en bénéficier ?

La demande d'Accre se fait soit lors du dépôt de la déclaration de création ou de reprise de la société, soit dans un délai

de quarante-cinq jours au maximum à compter de l'immatriculation. Dépôt de la demande auprès du Centre de formalités des entreprises (CFE). Pour l'obtenir, il faut exercer un contrôle d'au moins 35 % sur la société, que ce soit directement ou avec votre famille, et/ou diriger la société avec au moins 25 % des parts à titre personnel. Attention, l'ensemble des critères pour bénéficier de l'Accre doit être maintenu pendant au moins deux ans. Depuis le 1^{er} janvier 2017, l'aide est réservée aux personnes dont les revenus liés à leurs différentes activités sont inférieurs au plafond de la sécurité sociale (Pass), fixé à 39 228 € en 2017.

■ **2. L'Aide à la reprise ou à la création d'entreprise (Arce)** se présente au demandeur d'emploi en phrase de création d'entreprise, sous la forme d'un versement de 45 % de ses droits acquis restants lors du début de l'activité, 3 % étant déduits au titre du financement des retraites complémentaires. L'Arce n'est attribuée qu'une seule fois et n'est pas

compatible avec le maintien des droits (paiement mensuel des allocations chômage). La demande se fait auprès de son conseiller Pôle Emploi mais il est nécessaire de faire en plus une demande d'Accre, l'attribution de l'Arce étant liée à l'acceptation de l'Accre. L'Arce n'est pas éligible aux personnes qui, par exemple, créent leur entreprise en étant encore salariées – le critère primordial étant l'acceptation de l'Accre, spécifique aux demandeurs d'emplois.

Combien puis-je obtenir ?

Le montant de l'Arce est calculé sur le solde des droits restants du demandeur d'emploi. Le versement se fait en 2 étapes : 50 % au démarrage de l'activité, sous réserve que le demandeur d'emploi soit bien radié des listes de demandeurs d'emploi, puis le reste six mois après la création de la société, sous réserve que le créateur d'entreprise exerce toujours son activité. Attention, ce versement n'est pas automatique, il est conseillé, au terme du 6^e mois, de se rap-

procher de Pôle Emploi. Ce capital étant versé après la constitution de la société, il n'est pas possible de s'en servir pour constituer le capital social initial.

Et si mon projet n'aboutit pas ?

En cas d'arrêt du projet, le créateur d'entreprise peut demander à bénéficier de son Allocation de retour à l'emploi (ARE), mais le montant sera diminué du capital déjà versé.

■ **3. Le maintien de l'ARE** permet au demandeur d'emploi de créer sa société en continuant à bénéficier de ses indemnités mensuelles, dans la limite de l'épuisement des droits. Pour l'obtenir, il suffit de solliciter le maintien des droits auprès de son conseiller Pôle Emploi. Ainsi, le bénéficiaire peut cumuler sa rémunération avec une partie de ses allocations à condition que le total ne soit pas supérieur à l'ancien salaire de référence. Le calcul se fait sur la base des ARE, déduction faite de 70 % des revenus bruts mensuels liés à l'activité non salariée. But : déterminer le nombre de jours indemnisables. Attention, si Pôle Emploi ne parvient à déterminer votre revenu professionnel, un calcul provisoire à partir d'une base forfaitaire sera effectué avant régularisation dès que les revenus seront connus de ses services.

■ **4. Le maintien de l'Allocation spécifique de solidarité (ASS)** est possible durant douze mois si le créateur d'entreprise a demandé l'Accre. Si la demande d'Accre n'a pas été faite, il conservera son ASS pendant trois mois, puis, les neuf mois suivants, l'ASS sera calculée en fonction des revenus d'activité avec une prime de 150 € mensuelle. ●

Suite dans le Zepros Snack 33



© Fotolia

RECRUTEMENT

Le mobile pour trouver un emploi

Près de 2/3 des Français utilisent leur mobile pour trouver un emploi, d'après les résultats de l'enquête menée par Regions.Job. Le mobile s'avère donc plus que jamais à l'assaut du recrutement puisque 61 % des sondés utilisent leur téléphone pour trouver un emploi. 39 % d'entre eux se limitent à la consultation des annonces alors que 22 % déclarent aller jusqu'à postuler depuis leur mobile.



Faire vivre son statut

Une autre tendance se dessine : les événements de recrutement innovants séduisent. 26 % des candidats déclarent avoir déjà participé à ce type de rendez-vous. Au-delà des forums emploi déjà bien installés (près d'un candidat sur 2 s'y rend au moins occasionnellement), jobdatings, afterworks, soirées recrutement et portes ouvertes mobilisent de nombreuses personnes à la recherche d'un emploi.

Si 38 % des personnes interrogées déclarent ne jamais vérifier les informations en ligne les concernant, 34 % publient du contenu régulièrement afin de valoriser leur expérience. Une démarche positive puisque 19 % des Français déclarent que leur présence en ligne les a aidés à obtenir un emploi.

Les entreprises sont scrutées par les candidats puisque 83 % d'entre eux font des recherches en ligne sur un potentiel futur employeur avant de postuler. Pour 81 % des candidats, les résultats

trouvés influencent fortement leur candidature. À la suite de ces recherches, 63 % des répondants ont abandonné l'idée de postuler à une offre. À l'inverse, 76 % ont postulé grâce à ces informations. Des chiffres qui confirment, si cela était nécessaire, l'importance de la marque employeur.

On note, par ailleurs, que les femmes sont moins présentes sur Internet que les hommes. En effet, si 22 % des hommes affirment que les informations en ligne les concernant les ont aidés à obtenir un job, c'est le cas pour seulement 16 % des femmes. Des résultats en accord avec l'activité numérique des uns et des autres : les hommes sont 37 % à diffuser du contenu sur le Net quand les femmes ne sont que 30 % à le faire. ●

MODÈLE

Cuisine Mode d'emploi(s) fait recette

Alors que la première session de formation dans le nouveau centre Cuisine Mode d'emploi(s) de Grigny (93) vient de débiter, Thierry Marx, à l'origine de ce projet, pense à ouvrir des centres à l'étranger. « Nous sommes très sollicités car le modèle séduit, mais nous ne voulons pas précipiter les choses, car avant d'ouvrir une école dans un autre pays il faut former les professeurs, et cela nécessite du temps », souligne le chef emblématique du Mandarin Oriental. Toutefois, le projet d'ouverture à Medellin en Colombie semble se concrétiser suite à la visite d'une délégation.



© Cuisine Mode d'emploi(s)

l'emploi atteint 92 %. Pour rappel, ce programme gratuit permet aux participants de maîtriser en douze semaines 80 gestes de base pour en faire de parfaits commis de cuisine. Ils apprennent également 90 recettes et les 4 grandes cuissons pour les œufs, la viande, les poissons et les légumes.

En France, deux nouvelles ouvertures sont programmées à Champs-sur-Marne (94) et Clichy-sous-Bois (93). En outre, de nouvelles formations se mettent en place à l'instar de celle intitulée Produits de la marée proposée dès cette rentrée à Grigny. ●

Taux de retour à l'emploi de 92 %

Le projet d'intégration sociale lié à Cuisine Mode d'emploi(s) fonctionne puisque sur les 700 personnes formées sur Paris depuis sa création, le taux de retour à

CRÉATION

Columbus lance sa Barista School



© Chloé Labiche

Le nouvel espace dédié à la formation est situé sous les bureaux du siège de Columbus.

Le nouveau siège de Columbus (Paris X^e) fait la part belle à la formation. La chaîne de coffee-shops vient, en effet, d'y créer la Columbus Barista School, une école agréée. « Nous sommes respectables et voulons bien faire notre travail », souligne Nicolas Riché son dirigeant. Ce sont ainsi 400 m² situés sous les bureaux de l'entreprise qui sont dévolus à la formation contre 30 m² précé-

demment. « Tout l'équipement a été élargi », se félicite Nicolas Riché. Dans ce vaste espace, tout le nécessaire a été installé avec notamment 5 postes de machines à café et une cuisine. Cette année, Columbus aura dispensé 40 000 heures de formation dont un tiers au siège, soit un peu plus de 13 000 heures. Ceci aussi bien à destination des nouveaux que des anciens points de vente. ●

EXP'HOTEL
BORDEAUX

du 19 au 21 novembre 2017

Le salon de l'Hôtellerie, de la Restauration et des Métiers de Bouche

Faites de grandes rencontres pour dynamiser votre activité !

SPEED COACHING 30 min

Rendez-vous personnalisé avec votre expert métier : la Chambre de Métiers !

Réservez dès octobre sur exphotel.fr

BORDEAUX - PARC DES EXPOSITIONS Tram C exphotel.fr

FRANCE

LEADERS CLUB

L'assemblée générale a été l'occasion de nommer les nouveaux membres du conseil d'administration du Leaders Club : Nicolas Riché (Columbus Café et A la Carte) à la présidence, Jonathan Jablonski (Factory & Co), Thierry Bégué (Chai 33), Jaki Martelin (El Sombrero), Didier Chenet (GNI), David Lebreton et Maxence de Warren (Perillé), Jean-Baptiste Gravier (La Folie Douce), Robert Petit (Meilcook) et Grégory Clément (Bagel Corner) composent le collège des restaurateurs. Marie-Odile Fondeur (GL Events Exhibitions), Jean-François Galland (PassionFroid Groupe Pomona), Carole Bonnefoy (TerreAzur Groupe Pomona), Thibaut Castanier (Evian Badoit Professionnels), Thierry Merheb (Bonduelle Fresh Europe), Benoît Cartayrade (Heineken Entreprise), Thibaut Chaumais (Oracle) et Arnaud Magrini (Pi Electronique) forment le collège des partenaires.

MCDONALD'S

Nawfal Trabelsi, P-DG de McDonald's France, vient de nommer **1 Delphine Smagghe** (vice-présidente achats, qualité, logistique, développement durable et communication) au comité exécutif de l'entreprise. Elle est également administratrice de la Fondation Ronald McDonald's depuis 2011. Cf. Tokster.com

MARS CHOCOLAT FRANCE

Cécilia Cassou-Deleau vient d'être nommée directrice commerciale. Elle pilote l'ensemble de la fonction commerciale de Mars Chocolat France. Une de ses contributions phares sera de conduire la stratégie commerciale dans le contexte actuel de projet de transformation Mars Wrigley Confectionery. Elle



1 Delphine Smagghe



2 Simon Boulanger



3 Mélanie Devriese-Ferot



4 Peter Boone



5 Pablo E. Perversi



6 Ben De Schryver



7 Yoshihisa Ishida

LES HOMMES ET LES FEMMES
DU MOIS

● FRANCE ● EUROPE ● MONDE

est également membre du comité de direction de Mars Chocolat et reporte directement à Tom Leemans. Elle a débuté sa carrière chez Mars Chocolat France en 2004. Cf. Tokster.com

GENERAL MILLS FRANCE

2 Simon Boulanger rejoint General Mills France au poste de directeur commercial. Il est sous la direction de Nicolas de La Giroday, vice-président et directeur général du cluster General Mills Europe du Sud. Il a pour mission de continuer le développement de portefeuille des marques Yoplait, Häagen-Dazs, Géant Vert, Old El Paso, Parampara ou encore Nature Valley.

ANIA

Sarah Fornier vient d'être nommée directrice de la communication de l'Association nationale des industries alimentaires (Ania). **Sandrine Blanchemanche** rejoint le pôle Alimentation & Santé de l'Ania au poste de responsable qualité et consommateurs.

BRASSEURS DE FRANCE

Maxime Costilhes, 32 ans, issu d'une famille d'agriculteurs d'Auvergne et ancien élève de Sciences Po Grenoble, vient d'être nommé délégué général

de Brasseurs de France. Il succède depuis le 1^{er} septembre à Pascal Chèvremont qui regagne la haute fonction publique.

FASTT

3 Mélanie Devriese-Ferot devient la nouvelle présidente du Fonds d'action sociale du travail temporaire (Fastt). Après deux années au poste de vice-présidente, Mélanie Devriese-Ferot est élue à la présidence de l'organisme pour un mandat de deux ans en remplacement de Manuel Lecomte. Manuel Lecomte (CFTC) est élu vice-président, Sylvie Leclair (CFDT) est élue trésorière et Christian Defontaine (Prism'Emploi) devient trésorier adjoint.

GROUPE FLO

Joël Le Bihan a été nommé directeur administratif et financier de Groupe Flo, en remplacement d'Alain Postic. Il est membre du comité de direction et ses missions consistent à piloter l'ensemble des fonctions financières du groupe, ainsi que celles liées à la communication financière. Depuis 2016, il exerce des missions opérationnelles de conseil et de management dans différentes activités de B to C.

EUROMAT

Euromat renforce ses équipes avec une nouvelle direction et une orientation élargie. **Valérie Vieville**, venue du groupe Salva Industrial, vient ainsi d'intégrer l'équipe dirigeante en tant que responsable des grands comptes et GMS. Cf. Tokster.com

BARRY CALLEBAUT AG

Barry Callebaut vient d'annoncer plusieurs changements au sein du comité exécutif à compter du 1^{er} septembre. David S. Johnson, CEO & president Americas, prend sa retraite. **4 Peter Boone**, chief Innovation & Quality Officer, lui succède. **5 Pablo E. Perversi** est nommé nouveau chief Innovation & Quality Officer et membre du comité exécutif. **6 Ben De Schryver**, président Asia Pacific, est promu membre du comité exécutif.

EUROPE

SHARP

7 Yoshihisa Ishida, vice-président exécutif de Sharp Corporation, vient d'être nommé CEO de Sharp Europe, en remplacement de Tetsuji Kawamura qui prend de nouvelles fonctions au

sein de Sharp Electronics Corporation (États-Unis).

MONDE

AURES

Moray Boyd a été nommé au poste de CEO du groupe Aures. L'ancien fondateur et dirigeant du groupe J2 Retail Systems, entreprise britannique spécialisée dans la commercialisation de TPV (terminaux point de vente) acquise en 2013 par Aures, occupait la fonction de directeur général. Patrick Cathala, fondateur et actionnaire majoritaire d'Aures, reste à la tête et aux commandes de l'entreprise en qualité de président (chairman) du groupe et du conseil d'administration.

DISPARITION

Siegfried Meister, fondateur et président du conseil de surveillance de Rational AG, est décédé. Âgé de 78 ans, il était le fondateur de la société, l'actionnaire majoritaire et président du conseil de surveillance. En qualité de premier vice-président du conseil de surveillance, Walter Kurtz, actionnaire depuis la fondation de Rational AG en 2000, prend la direction par intérim.

zepros

L'INFO PRO QUI REUSSIT A TOUS

EXCLUSIF

METIERS
RESTO zepros
zepros.fr

METIERS
SNACK zepros
zepros.fr

METIERS
COLLECTIVE zepros
zepros.fr

3 titres pour toucher l'ensemble des professionnels de la restauration

De l'information pratique et utile aux lecteurs.

Des articles courts en harmonie avec les besoins de la profession.

Un outil d'accompagnement pour les restaurateurs en quête d'actualité et d'innovations sur leur secteur.



Vous souhaitez les recevoir et/ou communiquer dans ces journaux ?

Contactez Salima Mezhoud : s.mezhoud@zepros.fr

NOUVEAU SALON

DÉCOUVREZ LE FUTUR... ...de votre métier !



La
démocratisation
du digital
à la portée
des PME

Le 1er Salon 100% dédié au digital et
à la technologie pour la Restauration et l'Hôtellerie

28 & 29
Novembre 2017

PARIS EVENT CENTER
Porte de la Villette



DEMANDEZ
UN BADGE

100

Exposants sélectionnés

RENSEIGNEMENTS SUR
WWW.FOODHOTELTECH.COM



votre
BADGE
offert !

WWW.FOODHOTELTECH.COM/BADGE (CODE: FHTZPRO)