

Snacking

Les restaurants traditionnels vont vers la restauration rapide

Au regard des derniers chiffres publiés par Gira Conseil, cette tendance s'explique. Au premier semestre 2013, le taux de fréquentation des restaurants avec service à table a reculé de 8 % alors que celui de la vente au comptoir progressait de 2,5 %.

Pour regagner du terrain, la restauration traditionnelle teste de nouveaux concepts mieux adaptés aux attentes d'une clientèle pressée. Le groupe Flo a ouvert une brèche fin 2010 avec Red Hippo, une version rapide de son restaurant Hippopotamus. La promesse: servir un repas en 30 minutes soit exactement le temps dont disposent les Français pour déjeuner selon le Credoc. Red Hippo ne peut pas être assimilé stricto sensu à une enseigne de restauration rapide dans la mesure où le service se fait à table et où le ticket moyen reste assez élevé, mais il en adopte certains codes comme la possibilité pour les clients de se restaurer

autour de tables mange-debout ou au comptoir. La vente à emporter fait également partie du concept, un espace dédié avec borne tactile permettant de commander un hamburger. Depuis, d'autres se sont engouffrés sur ce créneau. C'est le cas de Léon de Bruxelles qui a ouvert Léon de B. au cœur de Lyon, en mai dernier. Ce restaurant pilote testé par l'enseigne pour préparer son retour en centre-ville propose « une restauration à la bonne franquette » et un service rapide. La carte est courte, centrée sur les plats stars de la chaîne (moules et frites fraîches, gaufres) qui se dégustent sur de grandes tables en bois dans un

El Rancho en chiffres

- . 28 restaurants : 18 succursales et 10 franchises
- . 700 collaborateurs (franchisés compris)
- . 1,8 million de clients par an
- . CA prévisionnel 2013 : 37,5 millions d'euros TTC

cadre convivial et moderne. L'originalité de ce nouveau concept tient beaucoup à la baraque à frites ouverte vers l'extérieur de l'établissement qui permet la vente à emporter de cornets de frites fraîches (non surgelées) et de fricadelles,



La friterie du nouveau concept Léon de B. est ouverte à la fois sur la salle et la rue pour favoriser la vente à emporter



Il a fallu deux ans à El Rancho pour peaufiner le concept El Rancho Express

les fameuses saucisses originaires du pays des Ch'tis ! Léon de Bruxelles se donne deux ans pour affiner son concept et décider s'il est duplicable. « La restauration avec service à table a tout intérêt à se lancer dans le créneau de la restauration rapide, d'autant que la restauration rapide fait le chemin inverse. Exki par exemple sert ses clients à table le soir. Le traditionnel tâte le terrain mais joue la prudence avec des initiatives qui mixent les deux formules. Pour l'instant, seul El Rancho a lancé un vrai concept de restauration rapide avec vente à emporter », explique Bernard Boutboul, le directeur de Gira Conseil. Dans le cadre d'un contrat de master franchise avec Total, l'enseigne spécialiste de la cuisine tex mex a en effet ouvert sa première unité El Rancho Express sur l'aire d'autoroute de Portes-lès-Valence.

Gagner en productivité

« Total était à la recherche de concepts de restauration novateurs pour remplacer les cafétérias de ses grandes stations d'autoroute. Nous avons entièrement redéfini notre concept en exploitant une surface quatre fois plus petite que celle de nos restaurants classiques et revu notre mode opératoire », explique Laurent Caraux, président fondateur d'El Rancho. Dans cette déclinaison rapide de l'enseigne, les

clients retrouvent les produits emblématiques comme les salades taco, les super wraps et les enchiladas, mais aussi des produits plus généralistes (burgers). « Il fallait une carte compréhensible comprenant des plats rapides à exécuter de façon à faire face aux périodes de pointe ». Pour gagner en productivité, l'enseigne a investi dans des équipements performants. Des fours à air pulsé et à vapeur garantissent des cuissons très précises, les produits pouvant ensuite être conservés dans des enceintes spécifiques à une température et un taux d'hygrométrie optimum n'altérant ni leurs qualités gustatives ni leur aspect. Dans le même esprit, des grills double face permettent également de gagner du temps sur la cuisson de la viande des burgers. De vrais atouts dont El Rancho a d'ailleurs décidé de faire profiter ses restaurants traditionnels.

Jouer la proximité avec la clientèle

Au niveau design, l'enseigne a misé sur un décor chaleureux avec des tables d'hôtes et un sol de couleur, en rupture avec les codes flashy des fast-foods, et la transparence. La cuisine est complètement ouverte sur la salle, l'objectif étant d'instaurer un lien de confiance avec la clientèle qui peut assister à la préparation des

commandes. « Les premiers mois d'exploitation sont très positifs. Nous touchons tous les profils de consommateurs aussi bien les familles et les routiers que les commerciaux en déplacement, ce qui prouve que le concept a été bien compris », précise Laurent Caraux qui relève que la consommation d'El Rancho est légèrement différente de celle de ses restaurants traditionnels. Les consommateurs s'orientent davantage vers les burgers, les brochettes de poulet et les pavés de bœuf/frites. Reste à valider le concept en dehors de la période estivale avant de décider d'un éventuel déploiement. « El Rancho Express a toute sa place dans les aires de transit comme les gares, les aéroports, voire les petites surfaces de centre commercial. La mobilité est constitutive de nos modes de vie et doit être prise en compte par les chaînes de restauration. Toute enseigne à vocation nationale doit pouvoir proposer plusieurs formats de restaurants ». Un propos que ne dément pas Bernard Boutboul. « Les deux types de restauration correspondent à des moments de consommation différents. Il est probable que le concept El Rancho Express, très abouti et cohérent, donnera des idées à d'autres. Cette mutation va entraîner un bouleversement complet du secteur ». ■

MV