

tendances marchés / les niouz

Par Pascal Augereau, Christel Reynaud et Georges Gofan

La montée de l'automatisme avec Free Shop...



Le snacking et l'automatisme, voila deux secteurs qui indépendamment l'un de l'autre sont promis à un bel avenir. L'automatisme dans le snacking ne tarit bien sûr pas à la règle. Free shop est un nouvel intervenant de ce secteur en France. Le principe fort de concept est l'implantation de magasins à plusieurs machines à l'image des multi-guichets des banques, ce qui s'éloigne de l'épicerie automatique dont le groupe froid est trop dispendieux en énergie et dont le caractère mono-machine est trop dépendant des problèmes de pannes. Ces magasins automatiques sont

à intégrer dans des zones d'activité «où il y a une demande 24 h / 24 h», résume Gérard Legarrec, responsable développement France. Le coût d'implantation est par exemple de 50 000 euros, pour un magasin de 30 m², avec de cinq à six machines. Lancé en France depuis janvier, Free Shop s'est implanté en France à 17 reprises. L'expérience italienne fait dire à Gérard Legarrec que le chiffre d'affaires moyen escompté oscille entre 200 et 300 euros/jour pour une surface de magasin de 35 m², et une marge de 70 %. L'offre disponible de Free Shop est large, entre les boissons, les sandwiches, les salades, le café. La température des machines oscille entre 3°C à 10°C, et il est possible d'y inclure de la réfrigération. Free Shop propose un concept de pâtes. «Ce sont des pâtes italiennes surgelées qui éliminent le problème de stockage et de DLC, faites avec six ou sept sauces, qui sont ensuite réchauffées». Est disponible aussi une machine à panini-pizzas-pâtes. VDE laisse aux professionnels le soin de l'approvisionnement. La qualité du matériel installé (machine à ascenseur pour les boissons, machine à capsule pour le café par exemple) facilite l'entretien et optimise le chiffre d'affaires. Plus globalement, «ce type de concept est fait pour l'investisseur qui ne veut pas consacrer plus d'une heure par jour à ses machines». Un système de capteurs et une connexion par Internet permet d'ailleurs un approvisionnement au compte-goutte.

... TuttiMatic

Mi-juin, le Tutti Pizza de Pechbonnieu, site pilote de l'enseigne, va se doter d'un distributeur automatique de pizza : TuttiMatic. Elle se conçoit comme un service supplémentaire avec une ouverture 24 h / 24 h, 7 j / 7 j et un paiement uniquement par carte bancaire. Les 40 pizzas disponibles pourront être commandées sous deux formes froides ou réchauffées. Le système de cuisson par induction a été étudié pour ne pas altérer la qualité de la pizza. Une fois commandée, il ne faut que quatre minutes pour obtenir une pizza identique à celle du restaurant. Y sont à déguster, à toute heure, deux recettes de pizzas choisies dans le menu Tutti Pizza. Les pizzas proposées sont cuites, prédécoupées et insérées dans une boîte spéciale adaptée au distribu-



teur et qui résiste à la chaleur. Les pizzas en attente sont conservées dans un espace réfrigéré par froid ventilé (3°). Après Pechbonnieu, la TuttiMatic investira les Tutti Pizza de Bruguières, d'Aucamville, et Toulouse, fin 2009, quatre unités appartenant en propre à la chaîne. Après validation du concept, TuttiMatic sera proposé

... et les bornes de commande Acrelec chez KFC

Les commandes s'accroissent chez KFC grâce aux technologies Acrelec. Le fabricant a été retenu pour accompagner KFC dans la mise en oeuvre et le déploiement de son offre «Speed Attitude». L'objectif de Christophe Poirier, Directeur marketing de KFC France a été de «dépasser l'aspect technique pour offrir une expérience unique à nos clients dans la philosophie de la marque Taste the difference : un espace dédié, une signalétique spécifique,

une hôtesse d'accueil, une interface tournée vers le besoin client lui offrant la liberté de gérer lui-même son temps». Les bornes de



commande permettent de passer commande en quelques minutes grâce à une interface logicielle intuitive, de régler par carte bancaire et de retirer immédiatement son repas à un comptoir dédié. Grâce à une commande passée en moins de trois minutes, les espaces d'attente sont moins encombrés, la fréquentation accrue et le personnel plus disponible pour se consacrer au service, revendique la chaîne. Selon une enquête réalisée par KFC en collaboration avec Market Audit auprès d'un panel de 500 personnes, 75 % des clients de KFC pensent que cette technologie offre un réel avantage consommateur.

pour un investissement total de 20 000 euros (machine + signalétique + agencement) aux franchisés en accompagnement de leur unité (il n'est pas prévu de la vendre seule). A propos d'un article dans le dernier BRA sur une autre enseigne de distribution automatique, située dans le Nord, Robert Boré, Responsable du développement, a tenu à signaler que «Tutti Pizza est une marque déposée. Nous souhaitons préciser que nous n'avons aucun lien avec cette enseigne qui utilise notre nom sans notre accord».