

Optimiser son CA

Jusqu'à présent, la restauration rapide réalisait une très grande part de son activité au moment du déjeuner et s'en contentait. L'équation ne semble cependant plus tenir. Parce que les attentes du client vont plus loin, mais surtout parce que la pression économique sur les loyers est en train de déséquilibrer le « business modèle » d'un secteur au ticket moyen plutôt bas. En effet, la forte hausse de l'indice du coût de la construction depuis 2000 (IDC), base de révision des loyers commerciaux, rogne dangereusement les marges (lire p. 16). Cette forte pression pousse les acteurs de la restauration rapide à se lancer à la conquête de nouveaux gisements de valeurs pour conserver leur rentabilité. Les créneaux porteurs du déjeuner (augmenter le panier moyen, accélérer les cadences à midi) mais aussi à conquérir d'autres territoires à tra-

vers une offre élargie. Les tranches horaires 7h-11h, 14h-17h et 17h-20h sont autant de moments de consommation que de relais de croissance.

Espaces multi-ambiances. Dans la lignée des efforts entrepris par McDonald's France sur la décoration pour créer de vrais lieux de destination et de services, KFC a entièrement revu, en 2006, son modèle de restaurant. Le prototype mondial, ouvert en octobre aux Halles à Paris, propose quatre espaces de restauration distincts, aménagés pour répondre à des types et à des moments de consommation différents. Même démarche pour Quick avec son dernier décor Mix inauguré dernièrement à Bègles (33), un assemblage de trois ambiances différentes pour chaque famille de consommateurs. Bonne Journée (SSP), qui se mue en Bonne Soirée à 16 heures, a bien réussi son concept bicéphale dont l'éclairage et l'offre alimentaire évoluent au cours de la journée. Sur les unités rénovées, les ventes hors déjeuner ont progressé de 30%. En révisant la configuration de ses établissements et son offre, Pomme de Pain a augmenté de 3% son activité entre 11h et 14h30 et a gagné 6 points sur les créneaux du petit déjeuner (15% du CA). En avril 2006, il a ouvert le premier Pomme de Pain Café, à Paris. Avec Follydouces, sa toute nouvelle

gamme de desserts gourmands plus élaborés, La Croissanterie compte recruter de nouveaux clients l'après-midi, tout comme Paul qui lance en mars ses premières glaces maison, ou encore KFC, avec des desserts pâtisseries. Le gisement n'a pas échappé non plus à McDonald's qui, avec ses McCafé à l'ambiance « très café », a l'intention d'inonder le marché.

Créneau du soir. Autre créneau porteur, le soir. La restauration livrée y a perçu un frémissement (lire p. 50), qui semble constituer un vrai levier de progression. « C'est un marché en soit, qui ne doit pas être une tranche horaire de déstockage mais de vraie production spécifique », confie Maxime Holder qui n'exclut pas, en plus des quiches et des tartes, de développer chez Paul une nouvelle forme de traiteur frais avec emballages spécifiques. De plus en plus de gens vivent seuls, n'ont plus le temps de cuisiner et souhaitent trouver une solution-service en sortie de bureau, voire sur leur lieu de travail. Dans cette perspective, Bert's (groupe Bertrand), qui s'est toujours présenté comme le Café Contemporain, vient de renforcer son offre de plats cuisinés et de pâtes. Et, pour répondre aux Happy Hour, il a lancé depuis peu une gamme de vins. Les unités de restauration rapide sont en passe de devenir de véritables univers de restauration qui doivent fonctionner toute la journée au rythme des consommateurs, remarque Philippe Roux de Brioche Dorée. L'en-

SUITE PAGE 48 →

L'APRÈS-MIDI GAGNE DES POINTS

STRUCTURE DES OCCASIONS DE CONSOMMATION

	2006 (%)	ÉVOLUTION EN POINT 2006/2005
TOTAL RESTAURATION RAPIDE	100	
6h00 - 11h00	7,6	-2,1
11h00 - 14h00	52	+0,1
14h00 - 18h00	20,9	+1,8
18h00 - 21h00	19,5	+0,2

Source : Panel NPD CREST France

McDonald's mise sur les bornes tactiles



Photo DR

Chez le roi du hamburger, on aime avoir une longueur d'avance. La première borne de précommande et préparation a vu le jour il y a 4 ans au McDonald's d'Eragny-sur-Oise (95). Depuis, l'idée a fait son chemin. Et, après un test étendu à cinq restaurants pendant trois ans, l'enseigne a trouvé là un nouveau levier de modernité. Ceci, afin d'apporter davantage de service, mais surtout pour contribuer à mieux absorber les fameux pics de fréquentation du déjeuner et du soir, si caractéristiques du marché français. Le principe : entre trois et sept bornes sont réparties dans le restaurant sur les flux entrants de clientèle. Ceux qui le souhaitent peuvent ainsi précommander et prépayer leur repas. « À la clé, un vrai avantage concurrentiel puisque le client récupère sa commande, comme au drive, auprès d'un comptoir entièrement dédié », précise Jean-Noël Pénichon, responsable de projet. Résultat : la notation prend une toute autre dimension, comme les files d'attente. Sans pression, les clients commandent aussi davantage. La dépense moyenne a progressé de 15 à 25% sur le ticket « ventes automate ». Ces bornes ont permis d'augmenter de 3% de ventes incrémentales et représentent, sur les sites équipés, 10 à 12% du chiffre d'affaires total et même 20% si l'on ajoute les bornes drive.

les différentes catégories d'offres (familles et tarifs). Le client y voit plus clair et opère son choix plus rapidement.

Mais d'autres pistes sont encore plus prometteuses : les bornes de précommande et de prépaiement à l'intérieur du restaurant. Testées par McDonald's, elles ont démontré leur pertinence. En moins d'un an, le roi du burger a équipé 40 restaurants d'automates avec écran tactile associés à des espaces de retrait dédié. Il en a programmé 80 supplémentaires cette année. Quick lui a emboîté le pas. Il est en cours d'équipement de son réseau.

L'étape suivante passera logiquement par Internet ou les SMS. Les clients pourront, sur le même principe que la borne, commander de chez eux et venir retirer leurs produits à un comptoir exclusif. Viendront ensuite les cartes prépayées qui ne limiteront plus l'accès aux bornes aux seuls titulaires d'une carte bancaire. Du côté de McDo, Quick, Paul, Pomme de Pain, on y pense déjà sérieusement. P.F.