

ETUDE :**Face à l'inflation, les Français sont prêts à dépenser 8,20€ en moyenne pour bien manger en entreprise**

De plus en plus plébiscitées par les collaborateurs, les solutions de restauration d'entreprise sont un critère essentiel dans la qualité de vie au travail et un argument de poids dans l'attractivité des talents. Mais pour cela elles doivent être de qualité et au juste prix.

Paris, le 30 septembre 2022 - Dans un contexte inflationniste où le pouvoir d'achat a été considérablement impacté, la restauration d'entreprise semble plus que jamais un service indispensable dans le quotidien des salariés Français. C'est en effet ce que démontre les résultats du sondage Ifop pour Foodles* - réalisé auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population salariée au sein d'entreprises d'au moins 10 salariés - qui souligne l'importance pour les collaborateurs d'avoir à disposition un service de restauration d'entreprise accessible, au prix juste, et de qualité.

Le repas doit être de qualité et accessible

La crise économique n'aura pas épargné le secteur de la restauration d'entreprise. C'est ce que confirment 55% des répondants qui ont été impactés par une hausse des prix du repas au cours des 6 derniers mois et plus particulièrement les salariés les plus modestes (68%). Une majoration qui s'explique notamment par une augmentation des produits alimentaires et des matières premières.

Malgré cela, les salariés interrogés soutiennent les solutions de restauration d'entreprise et insistent sur deux critères majeurs que sont **un service au prix juste** pour 64%, et **des plats équilibrés et de qualité** pour 55% des questionnés. La diversité des produits (27%), la convivialité de l'espace de restauration (26%) ou encore le caractère responsable de l'offre de restauration (17%) sont des critères jugés bien plus secondaires.

Mais qu'est ce que le prix juste ? Selon les Français, le prix moyen acceptable pour bien manger sur le lieu de travail est de **8,20 euros**, comprenant un repas complet (entrée / plat ou plat / dessert).

Les salariés ont donc bien conscience que le prix ne peut pas être au détriment du bien manger.

La restauration collective d'entreprise doit s'adapter aux nouveaux besoins...

Les services de restauration sont devenus des incontournables dans les offres proposées par les entreprises françaises puisque **neuf salariés sur dix** déclarent y avoir accès. Les solutions les plus traditionnelles restent par ailleurs les plus courantes aujourd'hui : ainsi, 49% des personnes interviewées bénéficient d'un coin cuisine où elles peuvent réchauffer ou cuisiner leur repas, 36% d'un restaurant d'entreprise type self ou encore 33% d'une carte ou de tickets restaurants.

85% des salariés qui ont accès à l'un des services, l'utilisent en moyenne **3,5 jours par semaine**. Ce sont les salariés issus des catégories les plus modestes (3,8 jours par semaine en moyenne) et les ouvriers (4,1 jours) qui en sont les plus friands, à l'inverse des catégories les plus aisées (3,2 jours).

La restauration collective d'entreprise est majoritairement appréciée par les salariés français puisque 73% se disent satisfaits à l'égard de la qualité des produits et des services de restauration qui sont proposés au sein de leur entreprise. Cette satisfaction varie cependant d'un type de prestation à l'autre : les salariés ayant accès à un restaurant d'entreprise (80%) affichent ainsi un niveau de satisfaction bien plus élevé que ceux qui bénéficient d'un équipement et non d'une solution comme un coin cuisine (69%).

...pour améliorer la qualité de vie au travail

La solution de restauration collective proposée constitue un enjeu majeur pour les salariés qui la perçoivent comme un **élément indissociable de la qualité de vie au travail**.

Invités à attribuer une note sur une échelle de 1 à 10 pour évaluer l'importance du moment repas sur le bien-être des collaborateurs, ils sont plus de 67% à avoir donné une note supérieure ou égale à 7/10.

D'autre part, **trois salariés sur quatre** pensent que l'offre de restauration a un **impact positif sur l'attractivité d'une entreprise**, que ce soit pour attirer de nouveaux talents ou pour fidéliser ses employés (75%). Afin d'améliorer leur offre de restauration, les entreprises peuvent jouer en priorité sur l'attractivité économique du repas, mais aussi sur des solutions innovantes pour compléter leur offre de restauration comme la proposition de repas à emporter pour la maison (34%) ou la mise en place d'un espace « coffee shop » (29%) qui sont les deux « nouveaux » **services les plus populaires** auprès des personnes interrogées.

« *Il faut accompagner les entreprises à trouver des solutions de restauration qui répondent tant aux nouveaux besoins des salariés qu'au contexte économique actuel. Les solutions classiques de restauration sont de fait, moins flexibles, et souvent plus onéreuses, alors qu'il y a un vrai enjeu pour les salariés à pouvoir avoir accès au mieux manger tout en limitant la dépense. Les offres doivent être considérées par les entreprises non pas comme des priviléges mais bien comme des acquis sociaux* » soulignent **Clément Bonhomme et Michaël Ormancey, co-CEO et fondateurs de Foodles**.

*Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1000 personnes représentatif de la population salariée au sein d'entreprises d'au moins 10 salariés entre le 1er et 8 septembre 2022.

A propos de Foodles

Lancée en 2015 par Michaël Ormancey et Clément Bonhomme, Foodles est une alternative innovante, flexible et responsable à la restauration collective traditionnelle. Foodles propose aux entreprises des menus gourmands et ultra-frais livrés chaque jour dans des frigos connectés brevetés, 100% Made in France et installés par ses soins. Dans un esprit « Food Court », Foodles propose également l'installation et l'animation de Foodles Bar, des comptoirs gourmands avec des plats sur mesure. À travers ces services, Foodles entend ainsi réinventer la restauration collective en proposant une solution répondant à la fois aux attentes de flexibilité, d'accessibilité et de qualité des entreprises et de leurs salariés. Pour cela, Foodles place la RSE au cœur de son activité via différents engagements : charte qualité stricte pour une alimentation saine et durable, mise en place de contenants consignés, lutte contre le gaspillage alimentaire (réassort au plus juste, redistribution des invendus, valorisation des déchets...). Fort d'une équipe de 270 salariés, Foodles accompagne déjà plus de 300 clients, en France, en Belgique et à Londres. A l'automne 2021, Foodles a réalisé une levée de fonds de 31 millions d'euros destinée à soutenir le déploiement de son offre, notamment en Europe. www.foodles.co