

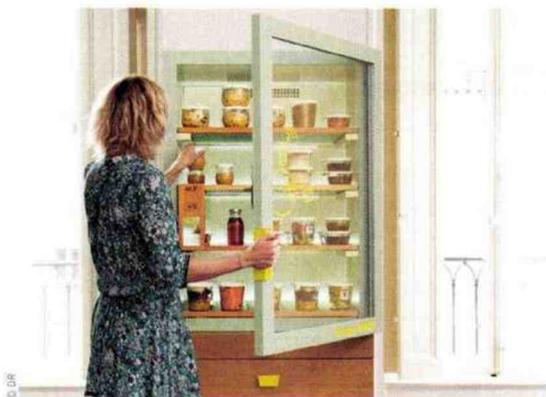
Revue de presse

# FRAÏche cancan

*Je préfère manger à la cantine !*

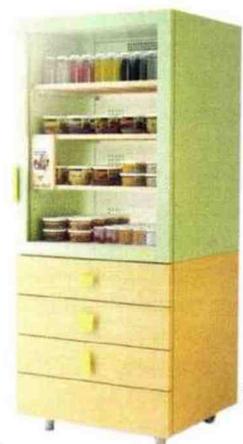
## 250 frigos connectés zéro déchet d'ici à fin 2022

Ne lui parlez pas de puce RFID, son frigo connecté ne prévoit pas d'en utiliser. « Nous apportons une solution zéro déchet à nos clients, une puce à usage unique va à rebours de cet objectif, pointe Aude Camus, cofondatrice des frigos Nu!, lancés en 2018. Et surtout, des technologies sans puce, fondées sur des capteurs de poids et des caméras, sont tout aussi efficaces et fiabilisées depuis près de 40 ans en environnement industriel! » Et manifestement, ce choix n'est pas de nature à freiner le développement de la société, 15 frigos installés



avant la crise sanitaire, 120 aujourd'hui, utilisés entre autres par FoodChéri et i-Lunch, et 250 prévus d'ici à la fin de l'année, dont 80% en entreprise. « Nous nous sommes d'abord positionnés sur ce marché pour y accompagner la mutation de la distribution automatique, accélérée par la pandémie, mais nous observons aujourd'hui de nouvelles demandes, de la part d'hôtels, de salles de sport, d'espaces de coworking. » Des usages qui prennent, tous portés par une solution zéro déchet, ouverte sur le choix des contenants réutilisables, permettant d'emporter 200 références par frigo, et facilitant la gestion multisites, via la solution logicielle développée par Nu!.

Autant d'arguments qui portent, et bien au-delà des sièges sociaux franciliens. « La moitié du parc est déployée en Ile-de-France, mais la dynamique est en train de se rééquilibrer, vers des villes comme Annecy, Lyon et Bordeaux, mais aussi des typologies qui ne sont plus seulement celle d'entreprises tertiaires. Il y a aussi une vraie pertinence à proposer des solutions de restauration saines et responsables à des équipes de nuit, sur des sites industriels! » Y. N.





# CANTINES CONNECTÉES, FRIGOS CONNECTÉS... LE MARCHÉ AIGUISE LES APPÉTITS

Ils se dénomment Foodies, Elsy, Carot', Popina, Basile, SEED La Smart Cantine, Foodles, Fraîche Cancan (ex i-lunch), Popchef, Bolk, Melchior, Totem... et développent des solutions de restauration alternative pour les entreprises tentant de grignoter une part du marché jusque-là dédiée à la restauration collective d'entreprise. Les poids lourds de la catégorie ne sont pas en reste et ont eux aussi réagi en mettant en place des alternatives comme Nestor (racheté par Elior) ou Foodcheri de Sodexo.

**S**i le Covid a beaucoup fait parler de lui quant à ses causes, son impact sur la population, il n'a échappé à personne que ce sont aujourd'hui les conséquences de la situation inouïe depuis près de deux ans qui pose bien des interrogations. En effet, la mise en place du télétravail, la perception du travail et de son organisation dans les mois à venir, sont désormais un des sujets dominants en termes de RH. Et l'une des conséquences concerne la pause déjeuner jusqu'ici largement dévolue à la restauration collective. Cette dernière est confrontée à la problématique du retour effectif d'un nombre moins conséquent de salariés et collaborateurs au bureau et donc d'une fréquentation réduite de ces derniers au sein des restaurants d'entreprise. Une réalité qui pose d'ores et déjà un questionnement sur la rentabilité future de multiples unités qui vont devoir faire

face à une réorganisation plus flexible et des concepts moins lourds à gérer. La restauration collective ou concédée qui représente un chiffre d'affaires de plus de 11 milliards d'euros avec une part de marché dévolue de plus de 70% au poids lourds est désormais confrontée à un risque de désaffection des Français pour leurs cantines/RIE mais surtout à une baisse de la rentabilité des unités où le nombre de couverts quotidiens risque de baisser fortement, télétravail oblige alors que l'activité est déjà en recul depuis plus de 10 ans.

## UNE LOGIQUE DE FOOD TECH

Cette nouvelle donne a permis à de nouveaux acteurs de fourbir leurs armes autour de concepts de restauration en libre-service sans personnel. Les frigos connectés, smart food et autres solutions de restauration automatique fleurissent en effet depuis quelques années et imitent une tendance sur les Unattended Food Solutions présentes depuis 10 ans sur le marché US au travers des

micromarkets et vitrines intelligentes. Cette logique de restauration nomade via des solutions autonomes, smart fridges, smart cantines ou cantines digitales, cantines automatiques associent une offre alimentaire nomade/à emporter (Food) et des technologies innovantes comme les bornes de paiement autonomes, la technologie RFID/weightsensor (Tech). Foodtech... le mot est lâché et ces offres séduisent les consommateurs ou convives au bureau. Ils y retrouvent un cocktail de solutions alimentaires simples, gourmandes, healthy associées à une expérience utilisateur des plus fluides autour du principe du pick & go. Je choisis mon plat/menu je paie via mon compte, ma carte bancaire ou titre restaurant dématérialisé. Plus encore le lieu de restauration est directement sur le lieu de travail, au bureau. À ce libre accès répond aussi la logique de flexibilité des horaires. Autrement dit au flex office et flex working répond aujourd'hui la flex-food.



### ACCESSIBLE ET ÉQUILIBRÉ

Cette liberté d'usage s'accompagne également d'une logique de bien manger. La grande majorité des nouveaux venus insistent lourdement sur des cartes associant des bons petits plats à des logiques de repas équilibré et des produits healthy. Car il incombe de permettre une alimentation saine et respectueuse de l'environnement. La Foodtech ne propose pas de la junk food. Plus encore la contrainte du prix restant aussi liée à la restauration d'entreprise, ces nouvelles cantines connectées entendent permettre au plus grand nombre de se restaurer. Ainsi Bolk (cf F&CM 64 / mars 2022) et son fondateur Nicolas Jeanne propose un robot automatique qui laisse le convive composer son plat ou sa salade au moment avec des ingrédients ultra frais et pour un prix autour des 6 à 7 €. L'ensemble des acteurs présents déclinent eux aussi des offres de plats/menus autour de 5 à 8 euros.

### CHACUN ENTEND CONQUÉRIR UNE PART D'ESTOMAC

Ce nouveau marché est aussi l'occasion pour des acteurs de l'industrie agroalimentaire et de la rapide de venir challenger la restauration au bureau avec des concepts associant des matériels et leurs gammes de produits nomades ou vente à emporter. L'enseigne Picard a développé depuis près de trois ans son Snackbar, un DA délivrant et réchauffant ses best-off de plats individuels surgelés. L'enseigne a révélé que ce sont à date

près de 200 unités qui ont été déployées. Mais Picard n'est désormais plus le seul. En effet, Marie (groupe LDC) vient de dévoiler son frigo connecté permettant de retrouver l'ensemble de sa gamme de plats et recettes nomades au bureau. Son frigo connecté propose une logique entrée/plat/dessert au choix. Une approche directe qui lui permet de mettre un pied en entreprise et capter un marché où la marque était quasi absente jusqu'ici. La restauration rapide y voit aussi un moyen de mettre un pied au bureau de manière directe et autrement que par la livraison. Ainsi Class'Croute il y a un an et aujourd'hui Exki, proposent leurs frigos intelligents délivrant leurs offres présentes dans leurs unités de restauration healthy & rapide. La pause restauration intéresse aussi de près certains acteurs historiquement présents dans les bureaux à savoir les opérateurs de la distribution automatique. Certains y voient

eux aussi l'opportunité d'y développer une proposition additionnelle et complémentaire à leurs offres. Ainsi Selecta avec son enseigne Foodies (déjà présente au UK, en Espagne, Italie et Nord de l'Europe) entend désormais l'implanter sur le marché français. Le groupe Merling quant à lui a développé Popina (cf article dans ce numéro) une offre de restauration connectée dédiée au bureau, La France emboîte le pas des marchés anglo-saxons et particulièrement US.

Outre-Atlantique, Le marché des « Unattended Food Solutions » est déjà plus mature et continue sa croissance au travers de kiosks, frigos, micromarchés... Il représente déjà plus de 15% du global marché dévolu anciennement aux vending machines. L'arrivée de ces offres et concepts nouveaux pour le marché français, laisse donc présager un développement multi-acteurs, accéléré par la situation post Covid. La bataille autour de la pause déjeuner a commencé. Preuve en est les récentes levées de fonds chez certains intervenants (30 millions chez Foodles, 4 millions chez Bolk, 5 millions chez Fraîche Cancan...) qui dénotent une volonté de conquérir rapidement des positions en sortant du marché parisien qui concentre jusque qu'ici la majeure partie de ce nouveau marché. Les CAPEX sont aussi un moyen de prendre des parts de marché mais le modèle économique va devoir s'affiner rapidement pour construire une rentabilité à moyen terme.





## I-lunch, la start-up qui révolutionne la restauration d'entreprise, devient Fraîche Cancan !



Prenez du beau, du bon, du convivial, du durable et du sain. Mélangez le tout. Vous obtenez des repas sur mesure livrés directement sur votre lieu de travail. C'est exactement ce que propose **Fraîche Cancan**, anciennement **i-lunch**, une jeune start-up créée en 2017 par **Victoria Benhaim**.

Aujourd'hui présente sur toute l'Île-de-France, la société fournit des repas aux salariés des plus grandes entreprises de la région, grâce à un système de cliqué-livré accessible depuis le site internet de la start-up, de frigo connecté ou de cafétéria avec un Foodista pour choyer ses convives tout au long de la journée. La santé au cœur de la restauration d'entreprise

Manger des produits frais, équilibrés et bons pour la santé est une évidence pour la majorité des gens. Pourtant, au travail, le déjeuner devient vite un casse-tête que l'on résout avec un sandwich ou un plat en sauce, mangé sur le pouce. Un triste constat auquel s'est attaqué Victoria, animée par une farouche volonté d'améliorer le quotidien des autres, et sensibilisée aux problèmes de santé liés à l'alimentation.

Son but : ne proposer que des plats faits-maison, livrés sur place, avec un nutri-score A ou B et bons pour nos papilles ! Le tout pour un prix défiant toute concurrence. Aujourd'hui, le défi est relevé, avec des plats créés en collaboration avec des chefs et des nutritionnistes, pensés pour être aussi sains que bons. Chaque semaine, de nouvelles recettes sont d'ailleurs mises en ligne pour varier les plaisirs avec un choix de 25 entrées, plats, desserts et snacking. Diminuer les coûts pour les entreprises et les salariés

Tout le monde le sait : manger sainement a un prix. Alors, pour éviter aux dirigeants des coûts supplémentaires, **Fraîche Cancan** a eu une idée : centraliser la préparation des repas sur un site unique, celui de la start-up. C'est en moyenne 200 m2 gagnés sur les locaux de chaque entreprise cliente, qui n'a plus besoin de préparer les repas sur place. En échange, les dirigeants participent au prix du repas de leurs salariés. Résultat : un repas complet coûtant moins de 11 euros, avec des tarifs identiques pour tous les plats de chaque catégorie. D'ailleurs, ce lissage des prix était primordial pour Victoria : "Chacun doit pouvoir manger du cabillaud s'il en a envie, quel que soit son niveau de rémunération".

Une démarche RSE et sociale réussie



Chaque année, le marché de la restauration est à l'origine de nombreux déchets. Une réalité inadmissible pour **Fraîche Cancan** qui a adopté une démarche RSE à tous les niveaux. Cela passe d'abord par des contenants consignés en verre et réutilisables. La livraison, elle, est faite dans une démarche pensée pour réduire l'empreinte carbone.

Chaque détail est une réponse aux problèmes environnementaux, des étiquettes hydrosolubles collées sur les contenants en verre réutilisables jusqu'à l'attention, loin d'être anecdotique, portée à l'encre utilisée pour éviter de polluer l'eau au moment du lavage. **Fraîche Cancan**, c'est enfin un partenariat avec différentes associations d'insertion professionnelle, ainsi qu'avec la célèbre application TooGoodToGo. Des services en plus d'une restauration d'entreprise

**Fraîche Cancan** va plus loin en proposant à ses clients différents services comme le frigo connecté qui remplace avec succès le distributeur de collations, une cafétéria aménagée et animée sur place pour aller plus loin dans l'offre du manger sain, et un food service avec un service traiteur pour tous les événements de l'entreprise. De l'audace, jusque dans le nom de la start-up

Forte de la réussite d'**i-lunch**, l'équipe de la start-up était d'accord sur un point : le nom de la société ne reflétait pas suffisamment ses valeurs et son identité. "Trop connecté qui ne laisse pas de place à l'humain, pas assez français et centré sur le déjeuner". Trouver un nouveau nom, une nouvelle identité, était pourtant loin d'être gagné. "On voulait que ce nom reflète le frais et le fait maison dans les cantines d'entreprise". Des mois de réflexion ont été nécessaires pour trouver l'identité parfaite.

Et c'est avec beaucoup de fierté que le 4 avril, la société est devenue... **Fraîche Cancan** ! Un nom clin d'œil à la tradition culinaire et au savoir-vivre à la française, qui bouscule les codes de la restauration d'entreprise. Tout dans cette nouvelle identité dénote volontairement des services existants, de ce nom pétillant à son identité graphique en passant par sa signature, cri du cœur d'une volonté d'affirmer un choix de plaisir quant à un service de restauration collective : je préfère manger à la cantine. Conclusion

**i-lunch**, désormais **Fraîche Cancan**, connaît depuis sa création une forte croissance. D'ailleurs, de plus en plus d'entreprises y voient une réponse aux problèmes que rencontrent leurs salariés pour déjeuner. Faisant suite aux nombreuses demandes émanant de sociétés hors Île-de-France, elle réfléchit aujourd'hui à la possibilité d'étendre son activité à tout le territoire. Cette révolution de la cantine ne fait donc que commencer...





## FINANCE & MARCHES

# carnet

### PORTRAIT

## Victoria Benaim, repas de plus belle

par Julie Le Bolzer  
@JulieLeBolzer

Nouveau nom, nouveau logo, nouveau site Internet... Ce lundi, la société i-lunch, qui entend dépoussiérer le restaurant d'entreprise, fait peau neuve en devenant Fraîche Cancan. Histoire de « mieux traduire notre côté convivial en cette période d'après crise », explique Victoria Benaim, la fondatrice de cette foodtech de 70 personnes. Lancée en 2017, la start-up avait pris le pari de faire de la cantine « un endroit cool », dit la Parisienne écolo de 32 ans, débit et gestuelle sur-vitaminés. Sa recette ? Un équilibre entre services physiques et numériques, du fait-maison, de l'antigaspi et du zéro déchet, grâce à des contenants en verre consignés. Au menu : une croissance de 300 % en 2021, martèle la jeune patronne, qui reste néanmoins muette sur son chiffre d'affaires.

Crises sur le gâteau : ses clients vont de Thales à Castalie, en passant par Wojo, Nike et Edenred pour des offres allant de la précommande en ligne aux services traiteur ou aux frigos connectés. Quant aux effectifs, ils pourraient atteindre une centaine de collaborateurs d'ici à la fin de l'année. Qu'ils soient diététiciens, cuisiniers, plongeurs ou livreurs, ceux-ci sont en CDI, au siège de Boulogne-Billancourt, dans le laboratoire d'Ivry-sur-Seine ou dans les entreprises clientes, toutes franciliennes pour l'instant.

Pour se démarquer dans un écosystème de plus en plus concurrentiel (« preuve qu'il y a un marché »), Victoria Benaim veut un positionnement « sain et responsable ». Dès le début d'i-lunch, alors que le Nutri-Score n'est pas encore entré dans les mœurs, elle « passe les recettes à la moulinette ». Concrètement, les pâtes à la carbonara sont délestées de crème fraîche et agrémentées de courgettes. Bien qu'elle se définisse comme « peu gourmande », tous les plats de sa marque passent par son approbation, « à l'exception des desserts, car je ne suis pas très sucré ». « Petite, déjà, Victoria se montrait très organisée : dès qu'elle a su écrire, elle a confectionné un tableau de répartition des corvées familiales », se souvient sa mère, Michèle Benaim, qui la dépeint comme « fonceuse et volontaire ». De fait, Victoria Benaim a rebondi malgré un parcours chahuté. Après avoir lâché sa prépa HEC, la diplômée de la Sorbonne et de Neoma Business School

décroche un poste dans un groupe de gestion immobilière, tout en développant son propre projet, Liva, un bracelet connecté contenant les informations de santé de celui qui le porte. Son employeur devient actionnaire de « son bébé ». Hélas l'aventure n'aboutit pas. Fin de l'histoire. Là voilà « anéantie, ruinée ». Il n'empêche. L'expérience lui a permis d'observer l'impact de l'alimentation sur la santé.

### Un zeste de renouveau

La benjamine de quatre enfants, fille d'une mère au foyer et d'un journaliste hippique, élevée au son de « *essaye et tu verras* », repense alors à une lointaine idée. Lorsqu'elle était stagiaire au Crédit foncier de France, elle se rendait volontiers à la cantine d'entreprise, oasis de produits frais dans une vie étudiante trustée par la malbouffe. A son goût, ce secteur est « old school » et mérite un zeste de renouveau, « comme l'ont fait Michel & Augustin en rendant très fun un simple cookie », glisse cette ancienne de l'incubateur Village by CA. Les investisseurs la suivent pour i-lunch, puisqu'une dizaine de business angels et de fonds, dont la CDC et Temaris présidé par Patricia Barbizet, ont mis au pot à trois reprises, pour un total de 6,5 millions d'euros. Cinq ans plus tard, Victoria Benaim, qui décompresse via les polars d'Harlan Coben et la danse, qu'elle pratique depuis l'âge de cinq ans, ne paraît pas encline à se reposer sur ses lauriers. Avec Fraîche Cancan, « un nom qui passe à l'international », elle pourrait même avoir des vues sur les marchés étrangers. ■



DR





## I-lunch, la start-up qui révolutionne la restauration d'entreprise, devient Fraîche Cancan !



Prenez du beau, du bon, du convivial, du durable et du sain. Mélangez le tout. Vous obtenez des repas sur mesure livrés directement sur votre lieu de travail. C'est exactement ce que propose Fraîche Cancan, anciennement i-lunch, une jeune start-up créée en 2017 par Victoria Benhaim.

Aujourd'hui présente sur toute l'Île-de-France, la société fournit des repas aux salariés des plus grandes entreprises de la région, grâce à un système de cliqué-livré accessible depuis le site internet de la start-up, de frigo connecté ou de cafétéria avec un Foodista pour choyer ses convives tout au long de la journée.  
La santé au cœur de la restauration d'entreprise

Manger des produits frais, équilibrés et bons pour la santé est une évidence pour la majorité des gens. Pourtant, au travail, le déjeuner devient vite un casse-tête que l'on résout avec un sandwich ou un plat en sauce, mangé sur le pouce. Un triste constat auquel s'est attaqué Victoria, animée par une farouche volonté d'améliorer le quotidien des autres, et sensibilisée aux problèmes de santé liés à l'alimentation.

Son but : ne proposer que des plats faits-maison, livrés sur place, avec un nutri-score A ou B et bons pour nos papilles ! Le tout pour un prix défiant toute concurrence. Aujourd'hui, le défi est relevé, avec des plats créés en collaboration avec des chefs et des nutritionnistes, pensés pour être aussi sains que bons. Chaque semaine, de nouvelles recettes sont d'ailleurs mises en ligne pour varier les plaisirs avec un choix de 25 entrées, plats, desserts et snacking.  
Diminuer les coûts pour les entreprises et les salariés

Tout le monde le sait : manger sainement a un prix. Alors, pour éviter aux dirigeants des coûts supplémentaires, Fraîche Cancan a eu une idée : centraliser la préparation des repas sur un site unique, celui de la start-up. C'est en moyenne 200 m2 gagnés sur les locaux de chaque entreprise cliente, qui n'a plus besoin de préparer les repas sur place. En échange, les dirigeants participent au prix du repas de leurs salariés. Résultat : un repas complet coûtant moins de 11 euros, avec des tarifs identiques pour tous les plats de chaque catégorie. D'ailleurs, ce lissage des prix était primordial pour Victoria : "Chacun doit pouvoir manger du cabillaud s'il en a envie, quel que soit son niveau de rémunération".

Une démarche RSE et sociale réussie



Chaque année, le marché de la restauration est à l'origine de nombreux déchets. Une réalité inadmissible pour **Fraîche Cancan** qui a adopté une démarche RSE à tous les niveaux. Cela passe d'abord par des contenants consignés en verre et réutilisables. La livraison, elle, est faite dans une démarche pensée pour réduire l'empreinte carbone.

Chaque détail est une réponse aux problèmes environnementaux, des étiquettes hydrosolubles collées sur les contenants en verre réutilisables jusqu'à l'attention, loin d'être anecdotique, portée à l'encre utilisée pour éviter de polluer l'eau au moment du lavage. **Fraîche Cancan**, c'est enfin un partenariat avec différentes associations d'insertion professionnelle, ainsi qu'avec la célèbre application TooGoodToGo. Des services en plus d'une restauration d'entreprise

**Fraîche Cancan** va plus loin en proposant à ses clients différents services comme le frigo connecté qui remplace avec succès le distributeur de collations, une cafétéria aménagée et animée sur place pour aller plus loin dans l'offre du manger sain, et un food service avec un service traiteur pour tous les événements de l'entreprise. De l'audace, jusque dans le nom de la start-up

Forte de la réussite d'**i-lunch**, l'équipe de la start-up était d'accord sur un point : le nom de la société ne reflétait pas suffisamment ses valeurs et son identité. "Trop connecté qui ne laisse pas de place à l'humain, pas assez français et centré sur le déjeuner". Trouver un nouveau nom, une nouvelle identité, était pourtant loin d'être gagné. "On voulait que ce nom reflète le frais et le fait maison dans les cantines d'entreprise". Des mois de réflexion ont été nécessaires pour trouver l'identité parfaite.

Et c'est avec beaucoup de fierté que le 4 avril, la société est devenue... **Fraîche Cancan** ! Un nom clin d'œil à la tradition culinaire et au savoir-vivre à la française, qui bouscule les codes de la restauration d'entreprise. Tout dans cette nouvelle identité dénote volontairement des services existants, de ce nom pétillant à son identité graphique en passant par sa signature, cri du cœur d'une volonté d'affirmer un choix de plaisir quant à un service de restauration collective : je préfère manger à la cantine. Conclusion

**i-lunch**, désormais **Fraîche Cancan**, connaît depuis sa création une forte croissance. D'ailleurs, de plus en plus d'entreprises y voient une réponse aux problèmes que rencontrent leurs salariés pour déjeuner. Faisant suite aux nombreuses demandes émanant de sociétés hors Île-de-France, elle réfléchit aujourd'hui à la possibilité d'étendre son activité à tout le territoire. Cette révolution de la cantine ne fait donc que commencer...





## Victoria Benhaim, repas de plus belle



### Portrait

En 2017, elle a pris le pari de réinventer les repas d'entreprises en fondant la start-up **i-lunch**. Plusieurs millions levés, des milliers de repas et 150 clients plus tard, la start-up change de nom ce lundi pour devenir Fraîche Cancan. Rencontre.

- Conso & Distribution

Publié le 4 avr. 2022 à 7:30

Nouveau nom, nouveau logo, nouveau site Internet... Ce lundi, la société **i-lunch**, qui entend dépoussiérer le restaurant d'entreprise, fait peau neuve en devenant Fraîche Cancan. Histoire de « mieux traduire notre côté convivial en cette période d'après crise », explique Victoria Benhaim, la fondatrice de cette foodtech de 70 personnes.

Lancée en 2017, la start-up avait pris le pari de faire de la cantine « un endroit cool », dit la Parisienne écolo de 32 ans, débit et gestuelle sur-vitaminés. Sa recette ? Un équilibre entre services physiques et numériques, du fait-maison, de l'antigaspi et du zéro déchet, grâce à des contenants en verre consignés. Au menu : une croissance de 300% en 2021, martèle la jeune patronne, qui reste néanmoins muette sur son chiffre d'affaires.

De Thales à Nike et Edenred

Cerises sur le gâteau : ses clients vont de Thales à Castalie, en passant par Wojo, Nike et Edenred pour des offres allant de la précommande en ligne aux services traiteur ou aux frigos connectés.

Quant aux effectifs, ils pourraient atteindre une centaine de collaborateurs d'ici à la fin de l'année. Qu'ils soient diététiciens, cuisiniers, plongeurs ou livreurs, ceux-ci sont en CDI, au siège de Boulogne-Billancourt, dans le laboratoire d'Ivry-sur-Seine ou dans les entreprises clientes, toutes franciliennes pour l'instant.

Pour se démarquer dans un écosystème de plus en plus concurrentiel (« preuve qu'il y a un marché »), Victoria Benhaim veut un positionnement « sain et responsable ». Dès le début d'**i-lunch**, alors que le Nutri-Score n'est pas encore entré dans les mœurs, elle « passe les recettes à la moulinette ». Concrètement, les pâtes à la carbonara sont délestées de crème fraîche et agrémentées de courgettes. Bien qu'elle se définisse comme « peu gourmande », tous les plats de sa marque passe par son approbation, « à l'exception des desserts, car je ne suis pas très sucré ».

« Petite, déjà, Victoria se montrait très organisée : dès qu'elle a su écrire, elle a



confectionné un tableau de répartition des corvées familiales », se souvient sa mère, Michèle Benhaim, qui la dépeint comme « fonceuse et volontaire ».

Parcours chahuté

De fait, Victoria Benhaim a rebondi malgré un parcours chahuté. Après avoir lâché sa prépa HEC, la diplômée de la Sorbonne et de Neoma Business School décroche un poste dans un groupe de gestion immobilière, tout en développant son propre projet, Liva, un bracelet connecté contenant les informations de santé de celui qui le porte. Son employeur devient actionnaire de « son bébé ». Hélas l'aventure n'aboutit pas. Fin de l'histoire. Là voilà « anéantie, ruinée ». Il n'empêche. L'expérience lui a permis d'observer l'impact de l'alimentation sur la santé.

La benjamine de quatre enfants, fille d'une mère au foyer et d'un journaliste hippique, élevée au son de « essaye et tu verras », repense alors à une lointaine idée. Lorsqu'elle était stagiaire au Crédit foncier de France, elle se rendait volontiers à la cantine d'entreprise, oasis de produits frais dans une vie étudiante trustée par la malbouffe. «Old school»

A son goût, ce secteur est « old school » et mérite un zeste de renouveau, « comme l'ont fait Michel & Augustin en rendant très fun un simple cookie », glisse cette ancienne de l'incubateur Village by CA. Les investisseurs la suivent pour i-lunch, puisqu'une dizaine de business angels et de fonds, dont la CDC et Temaris présidé par Patricia Barbizet, ont mis au pot à trois reprises, pour un total de 6,5 millions d'euros.

Cinq ans plus tard, Victoria Benhaim qui décompresse via les polars d'Harlan Coben et la danse, qu'elle pratique depuis l'âge de cinq ans, ne paraît pas encline à se reposer sur ses lauriers. Avec Fraîche Cancan, « un nom qui passe à l'international », elle pourrait même avoir des vues sur les marchés étrangers.





## i-Lunch devient Fraîche Cancan



YANNICK NODIN

Publié le 04/04/2022 à 10h10

Présente avec ses solutions de restauration dans plus de 150 entreprises, i-Lunch fait peau neuve, et devient Fraîche Cancan. Nouvelle signature et nouvelle identité, mais engagements maintenus autour de menus sains, équilibrés, et zéro-déchets, pour Fraîche Cancan donc : « Nous sommes engagés au quotidien, il nous fallait donc une nouvelle identité forte avec du caractère, car ce n'est que le début, nous comptons bien apporter le bien-manger auprès des Français ! », déclare via communiqué Victoria Benhaim, Présidente et fondatrice de la société, lancée en 2017.

Sous sa nouvelle identité, Fraîche Cancan, entend réaffirmer sa proposition, autour de produits frais et de plats faits-maison, disponible à travers différents dispositifs, que ce soit le frigo connecté, 100% autonome, pour une offre saine disponible à toute heure ; par des corners aménagés en lieu de vie, avec des comptoirs à sélectionner parmi différents concepts, bars à soupes, salades, fruits, sushis, pokés. Fraîche Cancan complète ces solutions sur place par des livraisons groupées en entreprise, apportées à l'heure du déjeuner, pour toute commande passée avant 10h ; mais aussi des prestations traiteurs, pour réunion, séminaires, pots de départ et cocktails d'entreprise.

Bienvenue !

Vous êtes désormais inscrit. Vous recevrez prochainement notre **newsletter hebdomadaire NEORESTAURATION**.





## Fraîche Cancan réaffirme ses engagements pour aider à préserver la belle bleue

10 millions de tonnes, 10 milliards de kilos : c'est le poids annuel du gaspillage alimentaire estimé chaque année en France. Fraîche Cancan (ex **i-Lunch**), néo-cantine pionnière en matière de zéro déchet, déploie depuis 2019 des initiatives de lutte contre le gaspillage alimentaire et l'impact des déchets du secteur de la restauration collective.





## Cantine d'entreprise : I-Lunch devient Fraîche Cancan

Nouveau nom, nouveau look, nouvelle signature mais toujours investi en faveur du bon, du sain, du local, du fait-maison, du responsable et du convivial ; en devenant Fraîche Cancan, I-lunch réaffirme par cette identité exclusive sa volonté de contribuer aux changements de ce secteur pour une meilleure alimentation au travail.





**93 / RESTAURATION : i-lunch change d'identité**

La société **i-LUNCH** (siège à Aubervilliers) est spécialisée depuis 2017 dans le développement de solutions de cantines responsables dans les entreprises, avec des plats bio et des produits de qualité, ainsi que de la livraison de repas zéro déchet. Travaillant avec des groupes comme **THALES** / T : 01.57.77.80.00 et **NIKE FRANCE** / T : 01.34.30.10.00, l'entreprise de 70 salariés annonce un changement d'identité, de site internet et de nom, devenant Fraiche Cancan, notamment en vue d'un développement à l'international.  
**www.fraichecancan.com**





## **I-Lunch, la cantine d'entreprise saine et responsable, devient Fraîche Cancan**



*Nouveau nom, nouveau look, nouvelle signature mais toujours investi en faveur du bon, du sain, du local, du fait-maison, du responsable et du convivial; en devenant Fraîche Cancan, **I-lunch** réaffirme par cette identité exclusive sa volonté de contribuer aux changements de ce secteur pour une meilleure alimentation au travail!*

Lancée en 2017, **I-lunch** s'est donnée pour mission de ré-enchanter la restauration d'entreprise en toute convivialité autour de plats concoctés maison, équilibrés, gourmands et zéro-déchet, qui prennent soin de la santé et de l'environnement. Aujourd'hui régalant déjà les salariés de plus de 150 entreprises en Île-de-France, la foodtech française repense son identité en devenant Fraîche Cancan, plus que jamais convaincue qu'un salarié qui mange bien est un collègue épanoui, efficace... et reconnaissant !

**A lire ou relire :**



Portée par sa volonté de dépoussiérer la cantine d'entreprise, **I-lunch** tend à mieux refléter ses valeurs et engagements, et cela passe par un relooking complet de sa marque et de son offre. Parce qu'on préfère manger sain, frais, de saison, local, fait-maison et surtout bon, Fraîche Cancan compte bien s'émanciper des diktats des cantines par une cuisine qui réconcilie déjà les salariés avec leurs assiettes, en clamant fièrement leur préférence à travers la nouvelle signature :

-\*C'est parce que Fraîche Cancan milite contre les plateaux repas sans âme qu'on propose des assiettes gourmandes qui pétillent...

- C'est parce que Fraîche Cancan s'attarde sur l'authenticité et l'émotion qu'on propose



- des plats faits-maison...
- C'est parce que consommer responsable ne devrait pas être en option qu'on s'engage en faveur du zéro déchet et d'un sourcing local et engagé...
- C'est parce que Fraîche Cancan défie la malbouffe au travail qu'on mitonne des repas savoureux et équilibrés...
- C'est parce que manger doit être une expérience même au bureau, qu'on repense la cantine de façon cool et conviviale...

Bref, c'est parce qu'**I-lunch** portait déjà toutes ces valeurs que la start-up phare de la foodtech française devient Fraîche Cancan afin de clamer haut et fort ces messages avec une identité affirmée, franche et engagée. De quoi définitivement séduire les entreprises et mettre l'eau à la bouche de tous ses convives, et futurs convives...

En devenant Fraîche Cancan, l'entreprise souhaite mieux incarner, par ce nouveau nom et cette nouvelle identité, l'ensemble de son offre, ce qui se traduit par des produits frais, dans une cantine gaie, conviviale, vive et colorée, répondant aux besoins du bien manger sain et gourmand, tout en respectant les attentes des Français d'aujourd'hui, tant en matière de nutrition que de zéro déchet.

Les solutions Fraîche Cancan s'adaptent aux locaux des entreprises, besoins et masse salariale, de quoi régaler toujours plus de convives autour de plats faits-maison, sains et surtout bons à travers des dispositifs de :

- Frigo connecté
- Une cantine généreuse, en mode liberté
- La solution 100% autonome pour se régaler à toute heure
- Cliqué - livré
- Ultra simple et pratique pour bien manger chaque jour
- Les équipes commandent leurs repas en ligne avant 10h pour une livraison à l'heure du déjeuner
- Fraîche cafet'
- Un vrai lieu de vie dont les équipes vont raffoler
- Pour partager, dans un esprit comptoir, un large choix de concepts : Bars à soupes, à salades, à fruits, à sushis, à poké bowls...
- Fraîche traiteur
- Un événement exceptionnel ? Cocktail d'entreprise, buffet de séminaire, pot de départ... Chaque prestation est personnalisée en étroite collaboration avec les entreprises.

Quand j'ai créé **I-lunch**, j'avais la volonté d'aider les salariés à mieux manger car je savais d'expérience qu'il n'était pas évident de concilier repas équilibrés et engagements personnels au bureau sans sacrifier la gourmandise. 5 ans après, **I-lunch** a réussi à convaincre de nombreuses entreprises franciliennes de prendre part à la révolution de la cantine. Aujourd'hui, il est temps pour nous d'écrire une page de plus dans cette aventure humaine en faveur du bon, du sain et du fait-maison en devenant Fraîche Cancan. Nous sommes engagés au quotidien, il nous fallait donc une nouvelle identité forte avec du caractère car croyez-moi, ce n'est que le début, nous comptons bien apporter le bien-manger auprès des Français !, Victoria Benhaim, Présidente et Fondatrice

### **A propos de Fraîche Cancan**

Anciennement **I-lunch**, Fraîche Cancan est une foodtech créée en 2017 par Victoria Benhaim, spécialisée dans les solutions de restauration pour entreprises. La société met un point d'honneur à conjuguer l'innovation de ses services avec la qualité de ses produits (gustative et nutritive), l'éco-responsabilité et le bien-être des employés. Elle propose chaque semaine des plats faits-maison, sains et gourmands à travers plusieurs types de solutions (Le Frigo Connecté, Le Cliqué – Livré, la Fraîche Cafétéria et le Fraîche traiteur). Pionnière de la livraison en contenant zéro déchet, Fraîche Cancan



accompagne à ce jour des grandes entreprises comme, Thalès, Edenred, Schindler, Wojo, Leroy Merlin, Deezer, Don't Call M<sup>e</sup> Jennyfer, Labeyrie, Adecco, Castalie, etc. Dans le cadre **strictement privé** (voir les CGU) de la reproduction partielle ou intégrale de cette page, merci d'insérer la marque "TendanceHotellerie" ainsi que le lien <https://suiv.me/17332> vers sa source ou le QR Code accessible à l'adresse <https://suiv.me/17332.qr>. Voir le mode d'emploi.





## I-lunch sélectionne Mullenlowe France et Namibie pour repenser son identité

Depuis le 4 avril dernier, I-lunch, spécialisée dans la restauration rapide, s'est mué en Fraîche Cancan sous la houlette des agences Namibie, spécialisée en renaming, qui a pensé ce nouveau nom et l'imaginaire qui s'en dégage, et MullenLowe France (avec son entité RP Golin) qui a conçu l'identité graphique, le logo, la plateforme de marque, le "tone of voice", la plateforme de marque, les supports de communication/marketing, et la stratégie Social Média & RP.

L'ensemble a été orchestré par le service marketing d'I-lunch, dirigé par Mme Aurélie HUGNET qui a rejoint l'aventure en septembre 2021 pour repenser à 360° l'identité de la marque et générer "une bascule majeure et déterminante en matière de notoriété".



## i-lunch devient Fraiche Cancan avec Mullenlowe France et Namibie



Le 10 avril 2022 à 19:16



Par Ségolène Montcel

Depuis le 4 avril dernier, i-lunch s'est réincarnée en Fraîche Cancan avec l'accompagnement des agences Namibie, spécialisée en renaming, qui a pensé ce nouveau nom et l'imaginaire qui s'en dégage, et MullenLowe France qui a conçu l'identité graphique, le logo, la plateforme de marque, les supports de communication/marketing, et la stratégie social media et RP. L'ensemble a été orchestré par le service marketing d'i-lunch, dirigé par Aurélie Hugnet. "*Lancée en 2017, i-lunch s'est donnée pour mission de ré-enchanter la restauration d'entreprise en toute convivialité autour de plats concoctés maison, équilibrés, gourmands et zéro-déchet, qui prennent soin de la santé et de l'environnement*", selon un communiqué. MullenLowe France a également travaillé une nouvelle signature pour affirmer un choix : "*Je préfère manger à la cantine*". Le tone of voice a été repensé pour s'aligner sur ces partis-pris, qui s'anime à travers une stratégie social media et RP déployée par Golin, la marque de relations publics de MullenLowe France.



## i-lunch devient Fraiche Cancan avec Mullenlowe France et Namibie



Le 10 avril 2022 à 19:16

Depuis le 4 avril dernier, i-lunch s'est réincarnée en Fraïche Cancan avec l'accompagnement des agences Namibie, spécialisée en renaming, qui a pensé ce nouveau nom et l'imaginaire qui s'en dégage, et MullenLowe France qui a conçu l'identité graphique, le logo, la plateforme de marque, les supports de communication/marketing, et la stratégie social media et RP. L'ensemble a été orchestré par le service marketing d' i-lunch, dirigé par Aurélie Hugnet. "*Lancée en 2017, i-lunch s'est donnée pour mission de ré-enchanter la restauration d'entreprise en toute convivialité autour de plats concoctés maison, équilibrés, gourmands et zéro-déchet, qui prennent soin de la santé et de l'environnement*", selon un communiqué. MullenLowe France a également travaillé une nouvelle signature pour affirmer un choix : "*Je préfère manger à la cantine*". Le tone of voice a été repensé pour s'aligner sur ces partis-pris, qui s'anime à travers une stratégie social media et RP déployée par Golin, la marque de relations publics de MullenLowe France.





## Snacking : cinq recettes pour renouveler la pause-déjeuner

Bousculé par la crise sanitaire et sous l'effet de nouveaux comportements de consommation, le marché de la pause-déjeuner redessine ses contours. LSA détaille cinq nouvelles approches déployées en GMS et ailleurs pour étendre ce marché... Le contexte

Le marché de la pause-déjeuner affiche de belles performances en GMS, qui demeure un acteur clé de la restauration hors domicile.

Cependant, la crise sanitaire et le télétravail ont bousculé les habitudes de consommation.

Dans un contexte encore mouvant, de nouveaux acteurs regardent avec intérêt le marché de la pause-déjeuner.

Le potentiel du télétravail

13 % des foyers français étaient en télétravail en décembre 2021

82 % des pauses-déjeuner durent plus de trente minutes en télétravail vs 64 % sur le lieu de travail

75 % des télétravailleurs se préparent un repas tous les jours ou presque (- 5 % versus 2020)

16 % vont chercher un repas tout prêt au moins une fois par semaine (+ 2 points vers 2020)

8 % se font livrer un repas tout prêt au moins une fois par semaine (= vs 2020)

Source : enquête Kantar Out of home, février 2022

Frigos connectés, plats cuisinés frais livrés à la maison, tables partagées autour de produits gourmands, sandwiches faits à la minute, salades ultrafraîches... Le marché de la pause-déjeuner n'a pas fini de se réinventer. Les acteurs qui s'y positionnent ne sont plus seulement des fabricants de sandwiches et de salades industriels. On y retrouve des start-up, des gestionnaires de halles et de marchés de plein air, des entreprises spécialisées dans la fraîche découpe, mais aussi des magasins de la grande distribution qui y voient un moyen de se différencier et de développer une nouvelle clientèle. Un pari réussi pour le Super U de Gevrey-Chambertin (21). En 2019, son adhérent, Guillaume Buffet, a intégré un rayon boulangerie-viennoiserie-pâtisserie dans le magasin. De quoi faire cuire du pain tout au long de la journée et proposer ainsi des sandwiches réalisés sous les yeux des clients. À la clé, un chiffre d'affaires snacking en hausse de 30 %.

La crise sanitaire est certes passée par là. « La pratique du télétravail a doublé à la faveur de la crise. Une pratique qui, si elle se pérennise, pourrait représenter une opportunité intéressante pour les acteurs de la restauration hors domicile : environ 25 % des télétravailleurs déclarent aller chercher ou se faire livrer un repas tout prêt au moins une fois par semaine », note Aurélien Pled, directeur out of home de Kantar. Le fait est là, télétravail ou pas, on a toujours besoin de se restaurer rapidement et aussi de varier les plaisirs. De quoi conforter, pour les uns, une stratégie de développement et, pour les autres, d'alimenter de nouvelles réflexions.

La GMS reste un acteur en croissance de la RHF

PDM en nombre de visites des circuits sur le marché de la RHF en 2021, en % et en évolution en pts, vs 2019.



Source : Kantar

Depuis 2019, la GMS a gagné de la fréquentation. C'est le circuit qui, avec la restauration rapide, a le mieux résisté... Mais qui doit relever le défi de la valorisation.

3,80 € : c'est le ticket moyen pour une personne au déjeuner, soit 2 fois moins qu'en restauration rapide (7,50 €)

Des solutions hybrides

« Le marché de la restauration rapide a énormément bougé sous l'effet de l'évolution des comportements des consommateurs. Les frontières entre, d'un côté, le food service et, de l'autre, le retail ne sont plus aussi étanches. Des solutions hybrides se développent », confirme Nicolas Nouchi, directeur insight chez CHD Expert. L'essor des frigos connectés en entreprises ou sur les campus des écoles supérieures en est une illustration. Le marché en est à ses débuts et, signe qui ne trompe pas, intéresse en premier lieu les acteurs du snacking en GMS. Sodebo, le numéro un du rayon, l'expérimente depuis deux ans dans un esprit start-up. L'équipe chargée du concept s'est installée dans un espace de coworking, loin des bureaux de Sodebo, et va jusqu'à gérer elle-même l'approvisionnement des machines. Depuis le lancement de Freego, Sodebo a enrichi son assortiment, proposant notamment des plats cuisinés fabriqués par l'entreprise familiale Assya Traiteur, à Saint-Nazaire, réputée pour son couscous. « Le premier enjeu est de tester le marché et de le trouver », déclare Christelle Buetas, responsable du concept Freego chez Sodebo. Alors que dans l'univers de la pause-déjeuner, la GMS ne manque pas d'atouts, en raison notamment de la largeur d'offres proposés en rayon et également d'un ticket moyen deux fois moins élevé qu'en restauration rapide, selon Kantar, LSA a fait le choix de se pencher sur cinq recettes qui pourraient redessiner les contours de ce marché. En magasin et ailleurs...

#### 1. Les frigos connectés se développent

En entreprises ou dans les écoles supérieures, les frigos connectés sont en train de se déployer. Signe qui ne trompe pas, les deux principaux acteurs du rayon traiteur LS, Sodebo et Marie, s'y intéressent. Le premier, après avoir mis au point sa propre technologie – articulée autour de balances et de capteurs – a commencé à installer le concept Freego by Sodebo à partir de 2020. Le second s'appuie sur la start-up parisienne Nu ! pour développer à sa marque des frigos en entreprise. Le concept ? Au lieu d'aller faire la queue à la cantine ou de sortir au coin de la rue s'acheter un sandwich, cet équipement propose un assortiment de produits dédiés à la pause-déjeuner (plats cuisinés frais individuels, sandwichs, box, boissons, desserts...). Pour ouvrir la porte du frigo connecté, il faut créer un compte sur une web application en y associant un mode de paiement et une carte (le badge de l'entreprise, par exemple). C'est cette carte qui sert de clé d'ouverture et permet la facturation. Après avoir fait son choix, celle-ci est déclenchée par la fermeture de la porte du frigo.

En chiffres

- 40 Freego mis en place par Sodebo
- 120 frigos connectés installés par Nu ! pour le compte de différents clients (Marie, Foodchéri, **i-lunch**, Dejbox...)

#### 2. Des sandwichs faits à la minute au Super U de Gevrey-Chambertin

Après avoir intégré, en novembre 2019, le rayon BVP (boulangerie-viennoiserie-pâtisserie) à l'intérieur de son magasin, Guillaume Buffet, adhérent du Super U de Gevrey-Chambertin, près de Dijon, a renforcé son offre snacking avec des sandwichs faits à la minute. Le concept Croust'Wich donne au client le choix de son pain (classique, aux céréales ou ciabatta) et de sa garniture (entre 8 et 10 par jour), préparée chaque matin et valorisée en vitrine. Avec du pain cuit tout au



long de la journée et une intégration de la garniture au dernier moment, la perception de fraîcheur est garantie, ainsi que sa dimension de sur-mesure. L'équipe de quatre personnes dédiées au snacking guide le client dans le choix du pain et l'usage du sandwich qui, selon la garniture, peut se consommer chaud ou froid. Son prix oscille entre 3,90 € et 5,50 €. Avec ce concept de sandwich à la minute, le Super U a vu une nouvelle clientèle d'actifs se développer. « Nous avons mis en place des menus allant de 6 à 8 € avec dessert et/ou boisson. À l'heure du déjeuner, les clients sont pressés de manger et ne viennent que pour cette offre snacking », explique Guillaume Buffet. Depuis son installation dans le magasin, le CA du rayon BVP, qui fabrique aussi pizzas, quiches et croque-monsieur, a crû de 30 %.

En chiffres

- 8 à 10 garnitures au choix
- 3 pains au choix
- 6 à 8 € pour un menu avec un sandwich
- + 30 % de progression du CA snacking depuis 2019
- 4 personnes dédiées à la préparation des sandwiches

### 3. La Fraîcherie parie sur le 100 % veggie

Une salade, un wrap, une coupe de fruits... Telle est la promesse snacking de La Fraîcherie. Créée en 2015 et rachetée en 2019 par la coopérative bretonne Eureden, l'entreprise développe en GMS des corners 100 % végétariens. Les fruits et légumes sont achetés auprès de grossistes régionaux. Les corners, installés dans la zone marché des hypermarchés, font entre 12 et 25 m<sup>2</sup>. La Fraîcherie a mis au point un catalogue de 80 à 100 références dédiées à la pause-déjeuner. « Notre offre snacking est régulièrement enrichie de nouvelles recettes, comme le Buddha Bowl, lancé il y a un an, qui rencontre un grand succès », assure Nicolas Gauchard, son directeur général. Les corners développés en propre sont au nombre de 27. On les retrouve dans les enseignes Auchan Casino et E. Leclerc. « Au départ, La Fraîcherie a été créée avec et pour Auchan. Nous travaillons en étroite partenariat avec les points de vente afin de cerner au mieux le profil de la clientèle et le trafic en magasin », poursuit Nicolas Gauchard. Une quinzaine de corners doit ouvrir d'ici à 2025.

En chiffres

- 9 M € de chiffre d'affaires, 130 salariés
- 27 corners en propre installés en hypermarché (Auchan, Casino et E. Leclerc)
- 80 à 100 recettes, dont 14 salades et 4 wraps

### 4. Les halles Biltoki prônent convivialité et gourmandise

Dans un contexte qui fait la part belle aux produits frais et locaux, l'entreprise basque Biltoki poursuit l'essor de ses halles où l'on vient faire ses courses, mais aussi jouer des coudes au comptoir pour manger un morceau. La dernière a ouvert, en décembre 2021 à Villeneuve-d'Ascq (59), dans le nouveau quartier de La Maillerie, qui était autrefois un haut lieu de l'industrie textile. Avec 24 commerces de bouche indépendants répartis sur 1 000 m<sup>2</sup>, Les Halles Biltoki de La Maillerie ressemblent à un marché moderne. Ses tables partagées, sa terrasse et ses 300 places intérieures et extérieures en font aussi un lieu de convivialité à l'heure de la pause-déjeuner. Comme dans toutes ses halles, Biltoki a implanté son café au cœur du marché et met en avant les produits en fonction des saisons et des temps forts du calendrier culturel de la ville. D'un stand à l'autre, on peut goûter aux tartes façon grand-mère de Tatarte, se restaurer d'un petit plat chaud aux Halles modernes, à la fois boucher, charcutier et traiteur, ou d'avaler un morceau de poulet à la rôtisserie Roule ma Poule.



#### En chiffres

- 6 halles
- 4,5 M € de CA en 2021 pour un volume d'affaires de 35 M €
- 65 collaborateurs en janvier
- 3 halles en ouverture d'ici à 2023
- De 12 à 40 m<sup>2</sup> pour les stands

#### 5. Seazon propose un abonnement pour les plats cuisinés frais

Un abonnement flexible, sans engagement pour recevoir chaque semaine des plats cuisinés individuels frais livrés à domicile dans toute la France par Chronofresh, c'est la promesse de Seazon. Depuis son lancement en 2018 par la start-up Foodchéri, rachetée la même année par Sodexo, Seazon s'est imposée pour la pause-déjeuner. L'entreprise, dont l'activité a bien progressé pendant le premier confinement, revendique 10 000 abonnés qui commandent chaque semaine. Les plats sont conçus dans une cuisine de 2 000 m<sup>2</sup> à Sucy-en-Brie (94), où 120 personnes s'activent à l'épluchage des légumes, à la préparation des ingrédients et des recettes. Seazon a élaboré 1 000 recettes, mais n'en propose qu'une vingtaine par semaine.

« C'est une entreprise engagée », insiste Jérôme Lemouchoux, son directeur général. Chaque plat affiche son Eco-score, un système de notation définissant l'impact environnemental d'un produit. Ceux de saison et issus de circuits courts sont privilégiés, tout comme le bio et les autres signes de qualité. L'entreprise a fait une croix sur la viande de bœuf, à l'empreinte carbone trop importante. « Nous délivrons le maximum d'informations nutritionnelles pour chaque plat et veillons à l'équilibre entre féculent, légumes et protéines », poursuit le DG. Sur le site de Seazon, l'abonné peut choisir parmi les gammes « équilibre », « athletics » ou « végétarien ». Le site offre aussi la possibilité de filtrer son plat en fonction du nombre de calories ou de tel ou tel allergène. Une fois préparés, les plats sont conditionnés sous atmosphère modifiée, affichant une DLC de six jours sans conservateurs. Les plats sont livrés à Chronofresh, chargé de les acheminer auprès des clients.

Selon une étude de Seazon, 60 % des abonnés sont des hommes. La clientèle affiche un âge moyen de 42 ans et vit plutôt en ville. Près de 10 % des commandes sont réalisées par des abonnés vivant dans des communes de 2 000 à 10 000 habitants. Le poids d'un plat oscille de 410 à 440 g, et son prix varie en fonction de la recette, mais surtout du nombre de commandes. Pour 6 plats commandés à la semaine, le prix moyen du plat revient à 8,98 €, mais pour 10 plats, il tombe à 8,98 €, et à 6,90 € pour 14 plats. « Ce qui fait la différence, c'est le prix de la livraison », explique Jérôme Lemouchoux. Pour se développer, l'entreprise planche sur un projet d'agrandissement de sa cuisine centrale et réfléchit à l'enrichissement de son offre. « Nos 1 000 recettes n'offrent pas beaucoup de variété en termes de texture. Il faut y travailler », reconnaît le dirigeant, qui pense notamment à des wraps. Les desserts sont une autre piste de développement, tout comme le sourcing de petits produits de snacking complémentaires de bonne qualité.

Quant à l'emballage qui pèse à hauteur de 6 % dans l'empreinte environnementale du produit livré, il est également à l'étude. Les barquettes livrées sont recyclables. Pour Seazon, la prochaine étape serait de réussir à récupérer les contenants livrés et de les réutiliser...

#### En chiffres

- 10 000 abonnés
- 20 recettes proposées chaque semaine





URL :<http://www.lsa-conso.fr/>

PAYS :France

TYPE :Web Grand Public

► 15 avril 2022 - 08:21

[> Version en ligne](#)

- 8,98 € pour un plat dans une commande de 6 plats à la semaine





# La foodtech I-Lunch change d'identité avec l'appui de trois agences

© Copyright Stratégies

Vous êtes ici

Rebranding19/04/2022

Lancée il y a cinq ans sur le marché de la restauration d'entreprise, comptant 150 clients B to B à ce jour, la foodtech I-Lunch devient Fraîche Cancan et réaffirme son positionnement autour du mieux-manger et de la convivialité. Elle change aussi d'identité graphique et de signature (« Je préfère manger à la cantine ! »). Plusieurs agences l'ont accompagnée dans cette nouvelle étape de son développement : Namibie pour le nom, MullenLowe pour l'identité graphique, la signature, la plateforme de marque et Golin, marque RP de MullenLowe, pour le déploiement RP, social media et influenceurs.

© Copyright Stratégies





## Rencontre avec Victoria Benhaim, CEO de Fraîche Cancan, qui veut “révolutionner le secteur de la cantine”



Estelle Imbert  
• 20 avril 2022



**Victoria Benhaim a fondé I-lunch en 2017, un restaurant d'entreprise digital. Le 4 avril dernier, I-lunch change de nom, de couleurs et de logo, pour devenir Fraîche Cancan, mais reste la même cantine d'entreprise engagée zéro déchet et saine avec des recettes équilibrées et gourmandes.**

**Que est votre parcours et d'où vous vient cette fibre entrepreneuriale qui vous anime ?**

**Victoria Benhaim** : « Je crois que j'ai depuis toujours eu l'envie d'**améliorer le quotidien des autres**. Lorsque je faisais mes études et alors que je l'ignorais encore, un ami m'a dit que j'avais un profil entrepreneurial. Force est de constater aujourd'hui qu'il avait raison, d'abord avec ma première entreprise, Liva, puis maintenant avec Fraîche Cancan. Mon parcours, malgré des moments compliqués, notamment avec la fin de Liva, m'a beaucoup apporté et m'a permis de prendre du recul sur de nombreux points liés à l'entrepreneuriat. Un échec peut finalement nous aider à nous conduire à une nouvelle aventure passionnante. J'ai d'ailleurs déjà confié les péripéties de ma première aventure en tant que cheffe d'entreprise à Forbes. Beaucoup d'entrepreneurs m'ont contacté suite à ce premier article. Je suis ravie aujourd'hui de pouvoir passer un nouveau message, de dire qu'après l'échec, il peut y avoir le succès et c'est ce qui caractérise mon histoire. Je veux améliorer la vie des Français. Avec Liva, je voulais aider les gens et peut-être leur sauver la vie, c'est ce qui m'anime, et c'était le cas. On a eu des retours de personnes hospitalisées pour qui Liva a permis la transmission de leur dossier médical facilement et rapidement, et c'est ma plus belle récompense en tant qu'entrepreneur. Avec Fraîche Cancan, c'est pareil. Nos convives sont très contents, on les nourrit et on sait ce qu'on met dans leurs assiettes, tout en prenant soin d'eux. C'est ce qui m'a donné la force et l'envie de me lancer au début. »

**Qu'est-ce que Fraîche Cancan ?**

**V.B** : « Fraîche Cancan, c'est avant tout une volonté, celle d'améliorer la qualité de vie au travail en amenant le bien manger dans les entreprises. Ce qui était important pour moi, c'était l'égalité et l'accessibilité. Fraîche Cancan est une plateforme de commande en ligne, mais pas que. Les collaborateurs commandent en ligne leur repas, puis nous les livrons dans leur entreprise. La particularité de Fraîche Cancan par rapport à d'autres food Tech qui font plutôt du B to C, c'est que pour pouvoir accéder à cette plateforme, il faut que l'entreprise ait signé un contrat avec nous. L'entreprise peut participer à la livraison du repas par exemple, ce qui fait que pour le collaborateur, manger chez Fraîche Cancan coûte 2,5 à 5 euros le menu entrée, plat, dessert. Nous avons développé plusieurs offres. Le cliqué-livré : je commande en ligne et je suis livré(e) à heure fixe dans mon entreprise pour manger en même temps que tous mes collègues et profiter de la pause déjeuner en toute convivialité. Le frigo connecté : je descends dans ma cafétéria, je m'identifie et je prends mon repas. La Fraîche cafet' : un comptoir de distribution où il y a un salarié Fraîche Cancan que l'on appelle foodista qui va assurer les services, du petit-déjeuner aux afterworks, afin d'humaniser le service de restauration. Et enfin le Fraîche traiteur : nous sommes capables de nous occuper de tous les événements de l'entreprise : le petit-déjeuner, le plateau repas, le cocktail... »

**I-lunch est devenu Fraîche Cancan, pourquoi ce changement de nom ?**

**V.B** : « I-lunch était très bien, mais ce nom ne révélait pas assez ce que nous faisons vraiment, à savoir du bon, du sain, du responsable et du fait maison. I-lunch renvoyait à l'idée d'une nourriture connectée. Nous sommes une food Tech, mais le mot food était tout aussi important. I-lunch était un peu trop Tech et pas assez food. De plus, je voulais un nom désirable pour donner envie aux entreprises qui n'ont pas Fraîche Cancan d'y goûter. Ce changement d'identité permet de refléter plus exactement nos valeurs. Nous voulions avec ce nouveau nom apporter quelque chose de plus fun et par la même occasion, transformer le secteur de la restauration collective qui est un secteur



qui n'a pas toujours bonne presse dans l'esprit des Français. Le mot « cantine » peut parfois avoir une connotation négative, donc nous voulions inverser la tendance avec notre côté jeune, dynamique et coloré. L'idée est de révolutionner le secteur de la cantine. Ce n'est pas une nouvelle entreprise, c'est une nouvelle identité plus en phase avec ce que nous sommes. Enfin, la traduction de lunch renvoie au déjeuner, pourtant notre catalogue d'offres couvre bien d'autres moments gourmands. Il était donc temps d'écrire une nouvelle page de notre histoire, ainsi I-lunch a laissé la place à Fraîche Cancan. »

### Quelle est votre modèle économique et qu'est-ce qui vous différencie ?

**V.B :** « Nous avons été pionniers de tout avec I-lunch. Nous avons été les premiers à faire du B to B dans l'histoire de la food Tech en France. En 2017, il n'y en avait pas, il n'y avait que du B to C. Nous avons également été le premier à faire du zéro déchet et les premiers à proposer une cantine nouvelle génération. Notre côté précurseur et novateur nous différencie. On travaille 100% en B to B, nous n'avons pas de modèle B to C. Concernant notre modèle économique, nous fonctionnons pour tous nos clients avec des contrats pour l'implémentation de nos solutions en fonction des besoins de l'entreprise et de la masse salariale. Du côté des consommateurs finaux, les salariés, que nous appelons nos convives, profitent, en plus d'un bon repas fait-maison, de la subvention employeur ce qui leur permet de manger sain sans que cela ne soit un effort financier important. Pour résumer, il s'agit d'un modèle en abonnement totalement personnalisable selon les objectifs, besoins et effectifs de l'entreprise. »



### FraîcheCancan est une entreprise devenue rentable très tôt ?

**V.B :** « Cela nous a pris un an et demi pour trouver notre modèle économique mais notre offre 100% B to B nous a permis assez rapidement d'être rentable opérationnellement. Pour preuve, nous affichons une croissance à trois chiffres tous les ans. Après 5 ans d'existence, Fraîche Cancan est une entreprise pérenne, et pour soutenir notre développement, nous faisons beaucoup de réinvestissements. »



### Quelle est la force principale de Fraîche Cancan ?

**V.B :** « Le goût. Le produit que nous vendons est excellent et de qualité. Depuis que j'ai créé **I-lunch**, il y a cinq ans, j'y mange tous les jours et je ne m'en lasse pas. Il y a une créativité extraordinaire, nous créons plus de 200 recettes chaque année. Avec notre laboratoire, nous sommes très agiles sur cette partie-là. Nous savons ce que nous mettons dedans. Le nutri-score nous permet, lorsqu'on crée la recette, de voir les infos nutritionnelles. L'année dernière, nous nous sommes rendu compte que 90% de nos plats étaient A et B en nutri-score, donc aussi savoureux que sains finalement. En plus de l'équilibre nutritionnel, il y a la qualité des ingrédients. Nous préférons mettre moins d'ingrédients, mais être sûrs de ce que l'on met dedans plutôt que d'aller chercher des produits transformés. Manger chez Fraîche Cancan, c'est mieux que d'aller faire les courses ! »

### En plus d'être bon pour la santé, Fraîche Cancan est une cantine responsable. Quelle est votre plus gros atout ?

**V.B :** « L'aspect zéro déchet. Nous l'avons mis en place dès 2019. Nous sommes signataires de la **Charte de Barbara Pompili**. **I-lunch** était la seule entreprise des 34 signataires à avoir fait du zéro déchet avant de signer la charte. Aujourd'hui, nous sommes la société qui sait livrer le plus de repas en zéro déchet. Depuis la création, nous voulions prendre soin de la santé des salariés, mais si c'était au détriment de la planète, ce n'était pas possible donc nous livrons dans des contenants en verre pour mettre un terme à l'emballage unique. Nous favorisons le réutilisable. Nous travaillons aussi sur l'éco-score. Il y a le contenant et le contenu dans le choix de la responsabilité environnementale. »

### Comment vous positionnez-vous vis-à-vis de la concurrence ?

**V.B :** « Il y a beaucoup de nouveaux acteurs qui ont émergé avec la crise sanitaire. Nous étions là avant la crise, depuis 2017, et c'est aussi notre force. Nous avons traversé cette crise sanitaire tout en affichant de la croissance. Le secteur de la restauration d'entreprise attire des nombreux jeunes entrepreneurs mais notre positionnement et notre résilience nous permettent d'appréhender l'après-crise avec optimisme. »

### Avez-vous rencontré des difficultés tant que femme entrepreneur ?

**V.B :** « Il existe des difficultés quand on entreprend, c'est une réalité. Pour autant elles ne sont pas insurmontables. Il faut être persévérante, la résilience est la clé. Je ne pensais pas que le fait d'être une femme entrepreneur serait un défi, mais plus nous avançons dans les levées de fonds et dans les étapes de croissance, plus je me suis rendu compte que certaines choses pouvaient inquiéter davantage quand c'est une femme qui est à la tête de l'entreprise. Ce n'est pas un problème de compétence, mais plutôt des questions sur le long terme, comme le congé maternité. Cependant, il y a de plus en plus de femmes qui réussissent aujourd'hui, tout est question d'organisation ! Ces questions ne sont pas spécifiques à l'entrepreneuriat, elles témoignent du chemin qu'il reste à parcourir en faveur de l'égalité. »

### D'où vous viennent vos idées et quel conseil donneriez-vous aux entrepreneurs ?

**V.B :** « L'inspiration est partout autour de nous, il suffit d'ouvrir l'œil pour saisir les opportunités d'entreprendre. C'est de l'extérieur que viennent les idées, il faut être attentif. Je dis souvent qu'un entrepreneur, c'est quelqu'un qui se jette d'une falaise et qui trouve le moyen de construire un avion sur la descente. La force se révèle pendant la chute. Même si sauter peut faire peur, c'est dans le plongeon qu'on se révèle et qu'on peut voir ce que vaut notre projet. Il vaut mieux sauter et voir de quoi on est capable et si l'on échoue, ce n'est pas grave car c'est dans l'échec que l'on apprend le plus. Quoi qu'il puisse arriver, nous en ressortons toujours grandis. »



<<RENCONTRE(S) | Marianne Joly et Ana-Maria Megelea-Thabet, les co-fondatrices de Corneille, l'appli ludique qui apprend à lire ! >>>

Abonnez-vous au magazine papier

et découvrez chaque trimestre :

- Des dossiers et analyses exclusifs sur des stratégies d'entreprises
- Des témoignages et interviews de stars de l'entrepreneuriat
- Nos classements de femmes et hommes d'affaires
- Notre sélection lifestyle
- Et de nombreux autres contenus inédits

**1 an, 4 numéros : 30 € TTC au lieu de 36 € TTC**





## Fraîche Cancan réaffirme ses engagements pour aider à préserver la belle bleue

10 millions de tonnes, 10 milliards de kilos : c'est le poids annuel du gaspillage alimentaire estimé chaque année en France. Fraîche Cancan (ex **i-Lunch**), néo-cantine pionnière en matière de zéro déchet, déploie depuis 2019 des initiatives de lutte contre le gaspillage alimentaire et l'impact des déchets du secteur de la restauration collective.





## Cantines & Frigos connectés, le marché aiguise l'appétit de multiples acteurs

Ils se dénomment Foodies, Elsy, Carot', Popina, Basile, Mijot', SEED La Smart Cantine, Foodles, Fraîche Cancan (ex **i-lunch**), Popchef, Bolk, Melchior, Totem... et développent des solutions de restauration alternative pour les entreprises tentant de grignoter une part du marché jusque-là dédiée à la restauration collective d'entreprise. Les poids lourds de la catégorie ne sont pas en reste et ont eux aussi réagi en mettant en place des alternatives comme Nestor (racheté par Elior) ou Foodcheri de Sodexo. Si le Covid a beaucoup fait parler de lui quant à ses causes, son impact sur la population, il n'a échappé à personne que ce sont aujourd'hui les conséquences de la situation inouïe depuis près de deux ans qui pose bien des interrogations. En effet, la mise en place du télétravail, la perception du travail et de son organisation dans les mois à venir, sont désormais un des sujets dominants en termes de RH. Et l'une des conséquences concerne la pause déjeuner jusqu'ici largement dévolue à la restauration collective. Cette dernière est confrontée à la problématique du retour effectif d'un nombre moins conséquent de salariés et collaborateurs au bureau et donc d'une fréquentation plus réduite de ces derniers au sein des restaurants d'entreprise. Une réalité qui pose d'ores et déjà un questionnement sur la rentabilité future de multiples unités qui vont devoir faire face à une réorganisation plus flexible et des concepts moins lourds à gérer. La restauration collective ou concédée qui représente un chiffre d'affaires de plus de 11 milliards d'euros avec une part de marché dévolue de plus de 70% au poids lourds est désormais confrontée à un risque de désaffection des Français pour leurs cantines/RIE mais surtout à une baisse de la rentabilité des unités où le nombre de couverts quotidiens risque de baisser fortement, télétravail oblige alors que l'activité est déjà en recul depuis plus de 10 ans.

Une logique de food tech...

Cette nouvelle donne a permis à de nouveaux acteurs de fourbir leurs armes autour de concepts de restauration en libre-service sans personnel. Les frigos connectés, smart food et autres solutions de restauration automatique fleurissent en effet depuis quelques années et imitent une tendance sur les Unattended Food Solutions présentes depuis 10 ans sur le marché US au travers des micromarkets et vitrines intelligentes

Cette logique de restauration nomade via des solutions autonomes, smart fridges, smart cantines ou cantines digitales, cantines automatiques associent une offre alimentaire nomade/à emporter (Food) et des technologies innovantes comme les bornes de paiement autonomes, la technologie RFID/weightsensor (Tech). Foodtech... le mot est lâché et ces offres séduisent les consommateurs ou convives au bureau.

Ils y retrouvent un cocktail de solutions alimentaires simples, gourmandes, healthy associées à une expérience utilisateur des plus fluides autour du principe du pick & go. Je choisis mon plat/menu je paie via mon compte, ma carte bancaire ou titre restaurant dématérialisé. Plus encore le lieu de restauration est directement sur le lieu de travail, au bureau. À ce libre accès répond aussi la logique de flexibilité des horaires. Autrement dit au flex office et flex working répond aujourd'hui la flex-food.

Accessible et équilibré

Cette liberté d'usage s'accompagne également d'une logique de bien manger. La grande majorité des nouveaux venus insistent lourdement sur des cartes associant des bons petits plats à des logiques de repas équilibrés et des produits healthy. Car il incombe de permettre une alimentation saine et respectueuse de l'environnement. La Foodtech ne propose pas de la junk food. Plus encore la contrainte du prix restant aussi liée à la



restauration d'entreprise, ces nouvelles cantines connectées entendent permettre au plus grand nombre de se restaurer. Ainsi Bolk (cf F&CM 64 / mars 2021) et son fondateur Nicolas Jeanne propose un robot automatique qui laisse le convive composer son plat ou sa salade au moment avec des ingrédients ultra frais et pour un prix autour des 6 à 7 €. L'ensemble des acteurs présents déclinent eux aussi des offres de plats/menus autour de 5 à 8 euros.

Chacun entend conquérir une part d'estomac

Ce nouveau marché est aussi l'occasion pour des acteurs de l'industrie agroalimentaire et de la rapide de venir challenger la restauration au bureau avec des concepts associant des matériels et leurs gammes de produits nomades ou vente à emporter. L'enseigne Picard a développé depuis près de trois ans son SnackBar, un DA délivrant et réchauffant ses best-off de plats individuels surgelés. L'enseigne a révélé que ce sont à date près de 200 unités qui ont été déployées. Mais Picard n'est désormais plus le seul. En effet, Marie (groupe LDC) vient de dévoiler son frigo connecté permettant de retrouver l'ensemble de sa gamme de plats et recettes nomades au bureau. Son frigo connecté propose une logique entrée/plat/ dessert au choix. Une approche directe qui lui permet de mettre un pied en entreprise et capter un marché ou la marque était quasi absente jusqu'ici. La rapide y voit aussi un moyen de mettre un pied au bureau de manière directe et autrement que par la livraison. Ainsi Class'Croute il y a un an et aujourd'hui Exki, proposent leurs frigos intelligents délivrant leurs offres présentes aujourd'hui dans leurs unités de restauration healthy & rapide. La pause restauration intéresse aussi de près certains acteurs historiquement présents dans les bureaux à savoir les opérateurs de la distribution automatique. Certains y voient eux aussi l'opportunité d'y développer une proposition additionnelle et complémentaire à leurs offres. Ainsi Selecta avec son enseigne Foodies (déjà présente au UK, en Espagne, Italie et Nord de l'Europe) entend désormais l'implanter sur le marché français. Le groupe Merling quant à lui a développé Popina (cf article dans ce numéro) une offre de restauration connectée dédiée au bureau, La France emboîte le pas des marchés anglo saxons et particulièrement US.

Outre Atlantique, Le marché des « Unattended Food Solutions » est déjà plus mature et continue sa croissance au travers de kiosks, frigos, micromarchés... Il représente déjà plus de 15% du global marché dévolu anciennement aux vending machines.



# Fraîche Cancan : la néo-cantine qui réconcilie les salariés avec leurs assiettes et dont les entreprises ne peuvent déjà plus se passer

Anciennement i-lunch, l'entreprise s'est muée début avril en Fraîche Cancan afin de réaffirmer sa volonté d'agir en faveur d'une meilleure alimentation au travail, bonne, saine, faite-maison et zéro déchet.

## La révolution de la restauration collective est en route et se nomme Fraîche Cancan

*Je préfère manger à la cantine*, loin d'être un mythe, un véritable cri du cœur des entreprises ayant choisi Fraîche Cancan. Lancée en 2017 par Victoria Benhaim, la start-up s'est donnée pour mission de ré-enchanter la restauration d'entreprise en toute convivialité autour de plats concoctés maison, équilibrés, gourmands et zéro déchet.

Ce sont aujourd'hui les salariés de plus de 150 entreprises franciliennes que Fraîche Cancan régale avec une offre qui s'adapte aux locaux, besoins et masses salariales des entreprises clientes. Par son catalogue de services modulables, l'entreprise propose ainsi des offres de :

- **Frigo Connecté** : entre autonomie et praticité, chacun se sert quand il veut, 24/7, en s'identifiant sur le frigo.
- **Cliqué-Livré** : via un vaste choix de 25 recettes différentes chaque semaine, les équipes commandent leurs repas en ligne avant 10h pour une livraison tous ensemble à l'heure du déjeuner.
- **Fraîche Cafet'** : un vrai lieu de vie pour ravir les papilles du petit déjeuner à l'afterwork, animé par un Foodista dans un esprit comptoir, avec un large choix de concepts (bars à soupes, salades, fruits, sushis, poké...).
- **Fraîche Traiteur** : chaque prestation est personnalisée pour les entreprises afin de régaler les convives avec des plateaux repas, livraisons de fruits frais, snackings sains, machines à café bio....

Via son modèle 100% BtoB, Fraîche Cancan révolutionne la cantine par une offre agile, avec de bons petits plats faits-maison et sains. Fraîche Cancan propose des plats gourmands, créés par des chefs et nutritionnistes pour garantir des repas savoureux et équilibrés. Ainsi, 90% des plats principaux à la carte sont en nutri-score A ou B.



## Une révolution de la cantine qui se doit de prendre position, avec des engagements RSE clairs

En associant le meilleur de la FoodTech aux spécificités de l'entreprise, Fraîche Cancan place l'humain et la réduction de son impact environnemental au cœur de son offre. L'entreprise est convaincue d'une chose : un salarié qui mange bien est un collègue épanoui, efficace... et reconnaissant. Néanmoins, ce n'est pas la seule conviction de Fraîche Cancan qui a tout autant à cœur d'apporter le mieux manger et ainsi jouer sur le bien-être au travail, que de préserver les ressources naturelles et les écosystèmes pour prévenir, à son échelle, des enjeux environnementaux de demain. En véritable cantine responsable, Fraîche Cancan privilégie les circuits courts, les produits frais et de saison. Pionnière du zéro déchet, l'entreprise œuvre depuis 2019 pour limiter l'impact des déchets du secteur de la restauration collective par une politique RSE valorisant les contenants et couverts réutilisables. Investi au quotidien, Fraîche Cancan, place la lutte contre le gaspillage alimentaire au cœur de ses

préoccupations et a mis en place des initiatives, à travers un algorithme prévisionnel des ventes, la collecte des biodéchets qui seront transformés en énergie ou en terreau et des dons de repas solidaires. Fraîche Cancan affiche une moyenne de 5% de pertes alimentaires en 2021 et réduit considérablement le gaspillage, véritable défi du secteur. Rien n'est laissé au hasard et ces engagements s'incarnent aussi dans le choix des ingrédients : 100% des œufs entiers sont bio et 75% des fruits et légumes hors calibres sont labellisés (HVE, MSC, BIO...). Signataire de la Charte de Restauration Livrée de la ministre Barbara Pompili, Fraîche Cancan atteint déjà 9 objectifs sur 10 fixés en 2021 grâce à cette politique RSE.

**Choisir Fraîche Cancan, c'est afficher une préférence pour apporter le mieux-manger à ses équipes tout en adhérant à une volonté de consommer plus responsable dès aujourd'hui, et pour demain.**

Plus d'infos sur :

[fraichecancan.com](https://fraichecancan.com)

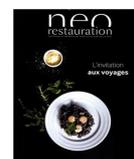


**LA PHRASE DU MOIS**

*« Nous sommes engagés au quotidien, il nous fallait donc une nouvelle identité forte avec du caractère. Car, croyez-moi, ce n'est que le début, nous comptons bien apporter le bien-manger auprès des Français ! »*

**Victoria Benhaim**, présidente et fondatrice d'I-lunch qui devient Fraîche Cancan.





## BRÈVES

Présente avec ses solutions de frigos connectés et corners dans plus de 150 entreprises, **i-Lunch** fait peau neuve, et devient Fraîche Cancan.



## ***I-Lunch devient Fraïche Cancan***

Acteur de la restauration collective en entreprise (livraison et frigos connectés), I-Lunch adopte un nouveau nom et une nouvelle signature graphique, Fraïche Cancan, plus proche de son état d'esprit. L'entreprise défend une restauration d'entreprise fraîche, locale, responsable et faite maison qui entend dépoussiérer l'image de la cantine. Au-delà de la gourmandise et de l'éco-responsabilité de son approche culinaire, elle entend lutter contre le gaspillage en travaillant avec Beesk, distributeur qui valorise les excédents agricoles et les produits hors calibre ; et la surproduction de déchets, en utilisant uniquement des contenants en verre consignés et des kits de couverts réutilisables.





## Ivry-sur-Seine. I-Lunch, spécialiste de la restauration en entreprise, devient Fraîche Cancan

L'entreprise I-Lunch, basée à Ivry-sur-Seine, change de nom et devient Fraîche Cancan. C'est une petite entreprise qui monte, qui monte... Et qui pour l'occasion se drape d'une nouvelle identité pour mieux marquer ses valeurs. I-Lunch, spécialisée dans les solutions de restauration pour les entreprises, devient désormais Fraîche Cancan. Focus sur cette entreprise basée à Ivry-sur-Seine Val-de-Marne

Zéro déchet et produits de saison

Anciennement I-Lunch, Fraîche Cancan est une foodtech créée en 2017 par Victoria Benhaim, spécialisée dans les solutions de restauration pour entreprises. La société met un point d'honneur à « conjuguer l'innovation de ses services avec la qualité de ses produits (gustative et nutritive), l'éco-responsabilité et le bien-être des employés ».

Aussi, l'entreprise se donne pour mot d'ordre de produire avec le souci du zéro déchet. Un pari difficile dans la restauration collective ? Fraîche Cancan confectionne des plats dans son laboratoire d'Ivry-sur-Seine qui sont ensuite conditionnés dans des petits bocaux en verre. Ces derniers sont ensuite conduits par les livreurs de la société vers les cantines des entreprises. « On optimise nos circuits pour que les entreprises soient livrés aux mêmes endroits ». Une cinquantaine a déjà franchi le pas.

Pionnière de la livraison en contenant zéro déchet, Fraîche Cancan accompagne à ce jour des grandes entreprises comme Thalès, Edenred, Schindler, Wojo, Leroy Merlin, Deezer, Don't Call Me Jennyfer, Labeyrie, Adecco, Castalie... Entre autres.

L'entreprise s'est installée en 2019 à Ivry-sur-Seine. « J'avais la volonté d'aider les salariés à mieux manger car je savais d'expérience qu'il n'était pas évident de concilier repas équilibrés et engagements personnels au bureau sans sacrifier la gourmandise. 5 ans

après, I-Lunch a réussi à convaincre de nombreuses entreprises franciliennes

de prendre part à la révolution de la cantine », explique la présidente et fondatrice de l'entreprise, Victoria Benhaim.

Elle propose chaque semaine des « plats faits-maison, sains et gourmands à travers plusieurs types de solutions » :

le Frigo Connecté, installable sur les lieux de l'entreprise, accessible 24h/24 par les salariés et qui comprend une quinzaine de plats différents chaque semaine.

Le Cliqué – Livré, une commande de plats frais et de saisons livrée chaque midi sur les lieux de l'entreprise.

la Fraîche Cafétéria, un lieu de vie à part entière consacré à la restauration

le Fraîche traiteur, pour les événements internes et externes.

« Aujourd'hui, il est temps pour nous d'écrire une page de plus dans cette aventure humaine en faveur du bon, du sain et du fait-maison en devenant Fraîche Cancan. Nous sommes engagés au quotidien, il nous fallait donc une nouvelle identité forte avec du caractère car croyez-moi, ce n'est que le début, nous comptons bien apporter le bien-manger auprès des Français ! », conclut Victoria Benhaim.

Cet article vous a été utile ? Sachez que vous pouvez suivre Actu Val-de-Marne dans



l'espace Mon Actu . En un clic, après inscription, vous y retrouverez toute l'actualité de vos villes et marques favorites.





<https://www.anews-workwell.com/immobilier-dentreprise-le-marche-connaît-des-evolutions-contrastées-brouillon/>

## **Nouvelles offres de restauration d'entreprise : I-lunch devient Fraîche Cancan**



**I-lunch, une start-up créée en 2017 par Victoria Benhaim, vient d'annoncer sa décision de se rebaptiser Fraîche Cancan.**

Derrière le clin d'œil, l'équipe de la start-up était surtout d'accord sur un point : le nom de la société ne reflétait pas suffisamment ses valeurs et son identité. "Trop connecté qui ne laisse pas de place à l'humain, pas assez français et centré sur le déjeuner". "On voulait que ce nom reflète le frais et le fait maison dans les cantines d'entreprise".

Le 4 avril dernier, I-lunch est donc devenue Fraîche Cancan. Une référence à la tradition culinaire et au savoir-vivre à la française, en forme de jeu de mot. Aujourd'hui présente sur toute l'Île-de-France, la société fournit des repas aux salariés des plus grandes entreprises de la région, grâce à un système de cliqué-livré accessible depuis le site Internet de la start-up, de frigo connecté ou de cafétéria avec un « foodista » (équivalent culinaire du barista pour le café) pour choyer ses convives tout au long de la journée.

Avec un objectif : ne proposer que des plats faits-maison, livrés sur place, avec un nutri-score A ou B et bons pour les papilles. Le tout à prix tout doux. Les plats sont ainsi créés en collaboration avec des chefs et des nutritionnistes, pensés pour être aussi sains que bons. Chaque semaine, de nouvelles recettes sont mises en ligne pour varier les plaisirs avec un choix de 25 entrées, plats, desserts et snacking.

Pour tenir les coûts, Fraîche Cancan recourt à une cuisine centrale pour la préparation des repas. C'est en moyenne 200 m<sup>2</sup> gagnés sur les locaux de chaque entreprise cliente. Résultat : le repas complet revient à moins de 11 euros aux convives, avec des tarifs identiques pour tous les plats de chaque catégorie.

L'entreprise a par ailleurs adopté une démarche RSE à tous les niveaux. Cela passe d'abord par des contenants consignés en verre et réutilisables, des étiquettes hydrosolubles, de l'encre non polluante ou encore un partenariat avec différentes associations d'insertion professionnelle, ainsi qu'avec l'application TooGoodToGo. La livraison, elle, est faite dans une démarche pensée pour réduire l'empreinte carbone.

Suite aux nombreuses demandes émanant de sociétés hors Île-de-France, l'entreprise réfléchit aujourd'hui à la possibilité d'étendre son activité à tout le territoire. La révolution du F&B (food & beverage) est en marche !



## Avec l'Eden Place, Edenred France repense son offre de restauration

**En septembre 2021, Edenred France lançait l'Eden Place, un nouvel espace moderne et connecté de restauration et de coworking sur son site de Malakoff. Une nouvelle offre à destination de ses collaborateurs qui découle d'une démarche de facility management et d'intégration des enjeux de RSE.**

L'Eden Place est l'aboutissement d'une stratégie de réaménagement de l'espace restauration entamée en mars 2020. Dans une logique d'optimisation des coûts et de l'espace, et de meilleure adéquation avec les attentes des collaborateurs de l'entreprise, Edenred s'est doté d'un lieu de restauration interne connecté et multifonctionnel. Une initiative bienvenue pour ses 1 200 collaborateurs en France

L'aboutissement de la mise en œuvre des principes du *facility management* : innover, digitaliser, transformer, et participer à la transition énergétique. Une démarche essentielle dans un contexte sanitaire qui a redéfini le rapport des équipes à leur espace de travail. Edenred France, certifié Top Employer 2022, a ainsi misé sur une offre de cantine digitale et de frigos connectés qui va bien au-delà d'un simple lieu de restauration professionnelle. Sur 500 m<sup>2</sup>, cet espace de coworking ultra-moderne propose des espaces de détente et de pauses déjeuner plus conviviaux, et des zones de travail élargies. Le tout grâce à des solutions et une

démarche *foodtech* qui s'inscrivent dans la raison d'être de l'entreprise : "Enrich connections. For Good".

En alliant l'utile à l'agréable, Edenred France a fait d'une pierre deux coups. D'abord en considérant les résultats d'une enquête de satisfaction interne ayant révélé une baisse de la fréquentation de la part des collaborateurs (tous équipés de tickets restaurant). Ensuite en optimisant ses coûts et ses espaces d'interactions sociales. En effet le nouvel espace connecté et réaménagé a permis de réduire de moitié le coût de fonctionnement. Une optimisation facilitée par les prestations de *click & collect* et l'installation des frigos connectés (chaque partenaire gère son frigo). Les collaborateurs ont ainsi accès à une offre de restauration diversifiée grâce à cinq partenariats (Popote, Frichti, Fraiche Cancan, Refectory et un service de Food Truck présent une fois par semaine).

L'Eden Place "représente une économie mensuelle importante, avec une qualité et une diversité de la restauration fortement appréciée par nos collaborateurs", résume Carine Afro, Responsable Talent Acquisition et Marque Employeur d'Edenred France.

**CONTACT : 08 21 23 24 25**  
(Service 0.12€/appel + prix appel).  
**www.edenred.fr**





## le 11 mai 2022, une émission avec des personnalités inspirantes



Rooftop :

31 MILLIARDS €31 milliards d'euros ont été investis en communication en 2021 par les professionnels.

Dans sa volonté de multiplier les canaux et les modes de communication, l'agence de placement de personnalités et de conférenciers Ask Who et La Régie Mobile lancent un nouveau format d'émission. Un format court autour d'une personnalité inspirante. Une actualité, une personnalité... et voici que naît Rooftop

Aris Kaprielian, fondateur de l'agence Ask Who, et ses équipes se sont associés à La Régie Mobile pour lancer Rooftop. Une émission simple mais efficace : durant 4 minutes, une personnalité inspirante va être interviewée sur une actualité forte.

Le tout sera filmé, justement... sur un Rooftop en plein coeur de Paris. De quoi ajouter un des plus beaux cadres du monde.

La première édition du Rooftop est annoncée pour le 11 mai 2022, avec déjà de nombreuses personnalités présentes.

Qui sera présent pour l'émission Rooftop ?

Aris Kaprielian a dévoilé la liste des personnalités qui comptent participer à cette première édition qui sera présentée par la journaliste Florence Duprat :

Jean-Pierre Nadir - Cofondateur de Fairmoov, membre du jury « Qui veut être mon associé ? »

Cyrielle Hariel – Journaliste d'Impact chez BFM Business

Cyril Dion – Réalisateur, Militant écologiste

Vincent Klingbeil – CEO et cofondateur d'European Digital Group

Brice Chambard – CEO de Obiz

Jean-Michel Cohen – Nutritionniste, auteur de « Et si on changeait tout ? » 2022 éditions First »



Michael Tapiro - Président de Sports management School

Pingki Houang- Directeur général de Scalapay

Flora Ghebali – Entrepreneure engagée, Fondatrice de coalitions. Auteure de « Ma génération va changer le monde » Editions de Laube

Daniel Benabou – Directeur général IDECSI et président du CEIDIG

**Victoria Benhaïm** - CEO de **Fraîche Cancan**

Alan Geaam – Chef étoilé

Jean-Michel Cohen – Nutritionniste, auteur de « Et si on changeait tout ? » 2022 éditions First

Michael Tapiro - Président de sports management School

Pingki Houang- Directeur général de Scalapay

Julien Vidal - Eco-Citoyen

Eric Fontanini et Camille Andrieux - cofondateur du concept store Habile

Etienne Lemoine - Fondateur de La chips française

Yoann Latouche - Chroniqueur Tv, Fondateur de l'agence de marketing YLG Conseil, spécialisée dans les animaux de compagnie

Vincent Soulier - CEO de Personnalité





## Restauration : les collectivités au défi du réemploi des contenants alimentaires



Comment choisir son contenant, organiser sa collecte, son lavage et son stockage ? Le réemploi des contenants alimentaires dans la restauration scolaire et collective, organisé par les lois Agec et Climat et Résilience, soulève de nombreuses questions techniques pour les collectivités, débattues autour de tables rondes organisées mercredi 11 mai 2022 par le Hub des Territoires.

"Des villes comme Grenoble, Amiens ont lancé des appels d'offres pour passer à l'action. Mais les besoins d'une commune de 20 ou 30.000 habitants ne sont les mêmes besoins que ceux d'une métropole." "Comment investir et se lancer s'il n'y pas les infrastructures derrière ? Qui se lance d'abord ?" Directeur et fondateur de Uzaje , Emmanuel Auberger intervenait à l'occasion de la première table ronde organisée par le Hub des Territoires de la Banque des Territoires mercredi 11 mai 2022, dont le thème était "Lever les freins au réemploi des contenants alimentaires". Objectif de son entreprise : "éliminer les contenants jetables et développer pour cela des solutions industrielles de réemploi". Dans ce secteur, d'autres acteurs, maillons d'une chaîne nouvelle, ont émergé. En témoigne **Victoria Benhaim**, également invitée, cofondatrice de **Fraîche Cancan**, restauration d'entreprise zéro déchet : "En 2019, en réemploi, toutes ces entreprises qui existent aujourd'hui autour de nous n'existaient pas." La restauration collective est effet contrainte par les lois Anti-gaspillage pour une économie circulaire (Agec) et Climat et Résilience, respectivement promulguées les 10 février 2020 et 22 août 2021, qui instaurent notamment l'obligation d'utiliser des contenants réutilisables ou composés de matières recyclables à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2025 (lire encadré ci-dessous).

Tremplin travaille à des solutions duplicables

Nathalie Beugnot est chef du projet Tremplin qui regroupe six grandes cuisines centrales. Ce groupement a été créé pour favoriser la recherche et développement auprès des industriels et obtenir les meilleurs tarifs. Forts d'un périmètre d'1,87 million d'habitants et de 150.000 repas servis par jour, Tremplin tente d'"optimiser les offres aux collectivités en fonction du volume de commande prévisionnel". Car le remplacement



des barquettes à usage unique en polypropylène pour la cuisson traditionnelle, des poches en plastique pour les cuissons sous-vide, coûte cher. Entre l'investissement, l'automatisation et le lavage, "le surcoût pourrait représenter 20% du coût initial d'un couvert", selon Tremplin. "En associant les six plus grosses cuisines centrales françaises, nos solutions seront sans doute duplicables", assure Nathalie Beugnot. Au titre des freins rencontrés, elle désigne "les bacs en inox non transparents et leurs poids notamment lors de la livraison car il faut prendre en compte le fait que toutes les écoles n'ont pas un accès facile".

"Supprimer l'image de piètre qualité associée à la consigne de vin"

Éric Audibert, maire du village de Montfort-sur-Argens, président du syndicat intercommunal, raconte quant à lui le choix des bouteilles en verre. Le syndicat intercommunal de valorisation et d'élimination des déchets Nouvelle Génération (Sived-NG) regroupe 54 communes et environ 160.000 habitants pour la compétence traitement des déchets et, pour la collecte uniquement, 28 communes et 100.000 habitants. "On traite 50.000 tonnes d'ordures ménagères par an pour un coût de 185 euros/an/habitant pour la collecte et le traitement". "Nous sommes en zone rurale", souligne-t-il. La consigne a été mise en place il y a 15 ans environ, en partenariat avec Ecoscience Provence et avec l'Ademe. Tout est parti du constat que le vin rosé était de "consommation rapide et de cycle court" et que "les citoyens étaient favorables au retour de la consigne". Mais le premier frein à lever était de "supprimer l'image de piètre qualité associée à la consigne de vin", signale l'élu, avant d'ajouter que "tout le monde se souvient de la bouteille de vin 5 étoiles qu'on ramenait" et que c'est "cette image-là" qu'il "faut vaincre". Le travail s'est opéré en analysant les cycles de vie entre le recyclage et le réemploi : le bilan carbone d'une bouteille de vin étant constitué pour 50% par la bouteille et son emballage, l'intérêt a rapidement été mis en exergue. Il précise notamment qu'il faut 1.400 degrés pour recycler du verre et seulement quelques minutes à 80 degré pour le laver. Comme d'autres, il évoque le problème de "la colle sur les étiquettes" et la nécessité d'"introduire des agents hydrosolubles". "Concernant la consigne, il faut de la massification : imaginer une bouteille standard, typée, que tous les producteurs tentés de se lancer dans la consigne utiliseraient", conclut-il insistant sur le fait qu'il faut que la réutilisation soit économiquement plus intéressante que le fait de jeter.

"La difficulté dans la réutilisation, c'est le lavage"

"L'inox fait peur : on met 24 portions dans 150 grammes de plastique tandis que ce sont 2,2 kg quand le contenant est en inox." Ces chiffres frappants sont ceux d'Hugues Fortuna, troisième invité de la deuxième table ronde, directeur de la restauration de la ville d'Avignon et de ses cuisines centrales qui tournent à entre 5.000 et 7.000 couverts jour. La ville d'Avignon a fait le choix de reprendre sa restauration en régie en septembre 2015 avec une consigne simple : "bien manger". La ville a fait le choix de passer au réemploi car jusqu'alors, avec la liaison froide et la livraisons de 40 sites en barquettes polypropylènes à usage unique, "on produisait toujours 15 à 20 tonnes de déchets par an". Avignon a étudié la possibilité du verre, de l'inox... pour finalement opter pour l'inox.

"Il y a eu surtout un véritable inventaire à faire sur les moyens à disposition", témoigne Hugues Fortuna. Véhicules de transports, moyens de conditionnement, de stockage dans les cuisines centrales et dans les restaurants scolaires, moyens de remise en température, etc. Au final, avec le choix de l'inox, sur les 50 fours de remise en température dont dispose la ville d'Avignon, seuls 14 fours ont été changés. Pour ceux qui ont été conservés, seuls les rack intérieurs ont été remplacés et tous les fours ont été reparamétrés.

Enfin, il a fallu trouver des zones de stockage et "surtout les moyens de laver" car "la difficulté dans la réutilisation, c'est le lavage", insiste le directeur de la restauration de la



ville d'Avignon. "Notre cuisine centrale est dans une zone enclavée où il était difficile d'envisager une extension dans la continuité. Notre pari initial était de louer un hangar supplémentaire de 200 mètres carrés pour héberger une laverie en fonds propres", raconte encore le professionnel. Et "c'est à ce moment-là qu'on a entendu parler de ces nouveaux métiers présentés lors de la première table ronde et de l'existence d'Uzaje, entreprise qui propose une solution de lavage de tous ses contenants". Parmi les représentants de ces nouvelles entreprises, Augustin Jaclin, fondateur de Lemon Tri, entreprise de solutions de tri et de recyclage, a lancé un appel aux territoires lors de la première table ronde : "Les collectivités qui ont envie d'accueillir ces systèmes logistiques vont en plus créer de l'emploi d'insertion !".

- Prochaine échéance au 1<sup>er</sup> janvier 2025

Au 1<sup>er</sup> janvier 2022, les services de restauration à domicile qui proposent un abonnement à des prestations de repas préparés et livrés au moins 4 fois par semaine utilisent de la vaisselle, des couverts et des récipients de transport des aliments et des boissons réemployables. Ils doivent également procéder à leur collecte en vue de leur réemploi. Au 1<sup>er</sup> janvier 2025, les contenants de cuisson, réchauffe et service en plastique en restauration collective scolaire n'auront plus droit de cité dans les services de restauration collective des établissements scolaires et universitaires et ceux accueillant des enfants âgés de moins de 6 ans. Les collectivités de plus de 2.000 habitants doivent trouver des solutions alternatives "au profit de l'utilisation de matériaux inertes et durables", celles de moins de 2.000 habitants disposent d'un délai supplémentaire jusqu'au 1<sup>er</sup> janvier 2028.





## Fédérer ses collaborateurs : comme en amour, cela passe aussi par l'estomac



Chronique de Victoria Benhaim Fraïche Cancan

Mis à jour le 19/05/22 12:33

À l'heure où le bien-être au travail est un véritable enjeu pour fédérer en entreprise, la pause déjeuner est un moment central de la journée des salariés qu'il ne faut surtout pas sous-estimer.

À l'heure où le bien-être au travail est un véritable enjeu pour fédérer en entreprise, la pause déjeuner est un moment central de la journée des salariés qu'il ne faut surtout pas sous-estimer : d'elle peut dépendre la productivité des collaborateurs sur la seconde partie de journée. Entre malbouffe, plats sains (mais moins gourmands) et quantités surévaluées ou au contraire trop faibles, il n'est pas toujours aisé pour les entreprises de trouver le bon équilibre. Les acteurs de la restauration collective ont ainsi une carte à jouer en faveur du bien-manger au travail. Selon Victoria Benhaim, fondatrice de Fraïche Cancan, service de néo-restauration collective engagée, il ne faut pas oublier qu'un salarié qui mange bien est un collègue épanoui, efficace... et reconnaissant ! Des solutions qui ne répondent pas toujours aux attentes des salariés

Il existe plusieurs solutions pour permettre aux salariés de se restaurer durant leur pause déjeuner. Les offres en take-away (restaurants ou supermarché) avec la subvention employeur sous forme de tickets/carte restaurant, la restauration collective intégrée sur le lieu de travail avec ou sans subvention employeur, les restaurants classiques aux abords des locaux de l'entreprise ou encore le fait de ramener son repas soi-même. La pause déjeuner est un moment crucial dans la journée d'un actif, pourtant,



elle ne permet pas toujours de s'adapter aux envies, besoins et convictions de la majorité.

En effet, selon une étude Yougov pour le compte de Fraîche Cancan (anciennement **I-lunch**) menée en 2021 sur les ambitions alimentaires des Français face à la crise sanitaire, 74% des salariés veulent consommer du frais ou du fait-maison et 68% des salariés veulent des produits locaux et de saison [1]. Les efforts doivent cependant aller encore plus loin afin que ces aspirations puissent véritablement se démocratiser au sein de la société. C'est ici que les entreprises ont le pouvoir d'agir en apportant ces innovations à leurs employés, pour contribuer, à leur échelle, à une alimentation saine plus durable, tant pour la planète que pour la santé des collaborateurs. De plus, une récente étude Yougov, commandée par Fraîche Cancan en mars 2022, montre que 40% des actifs préfèrent, si le choix leur était donné, bénéficier d'un service de restauration d'entreprise face à l'option des plats à emporter (30%) ou du déjeuner dans un restaurant externe classique (16%) [2]. L'accessibilité, la praticité et l'engagement en faveur de bons plats faits-maison, de saison, frais et locaux séduit d'ailleurs 61% des actifs qui seraient prêts à se tourner vers ce type de dispositif de restauration collective intégré à l'entreprise. La demande du côté des salariés est donc loin d'être anecdotique, les entreprises doivent donc prendre position pour apporter le mieux manger à leurs équipes.

Des repas frais et faits-maison, un levier contre la malbouffe ?

Il n'est plus à prouver que l'alimentation a un impact direct sur la santé des Français. Si nous avons tendance à faire plus attention à ce que nous mangeons sur notre temps libre, les salariés se tournent plus facilement vers des plats riches voire transformés pour se restaurer au travail. Le temps, le choix parfois réduit et le porte-monnaie peuvent ainsi limiter les options et favoriser le panini ou la barquette industrielle du supermarché à réchauffer au micro-ondes. Cependant, ces produits ultra-transformés (souvent trop gras, trop sucrés, trop salés) sont loin d'être sans risque pour la santé, et à terme, peuvent engendrer diverses pathologies, comme le diabète de type 2 ou un taux de cholestérol trop élevé conduisant parfois à de l'hypertension par exemple. L'impact de l'alimentation au travail n'est donc pas à minimiser et c'est aux entreprises de prendre des engagements en faveur de la santé des collaborateurs. Elles doivent se positionner et s'entourer d'acteurs de la restauration qui sauront répondre à ces problématiques sociétales. Rendre visible le nutri-score de chaque plat pourrait être un premier pas pour donner plus d'informations aux salariés afin de les éclairer dans leur choix. Bien manger peut rapidement devenir un casse-tête, cette initiative permettrait de lever le voile sur l'équilibre ou non d'un plat.

Par ailleurs, manger des légumes frais, c'est très bien, mais si ces derniers ont été cultivés avec l'utilisation d'OGM et pesticides, qu'en est-il de la santé de ceux qui vont les consommer ? Il est donc élémentaire que les entreprises de restauration collective aient une vision holistique de la chaîne de production, des producteurs à l'assiette. Finalement, une alimentation raisonnée est une première clé en faveur du mieux-manger, tant pour les salariés que pour la planète. Après tout, ne dit-on pas que nous sommes ce que nous mangeons ?

D'un engagement pour la santé à un engagement pour l'environnement, il n'y a qu'un pas

Bien que la loi EGalim impose désormais aux entreprises de restauration collective de proposer au moins 50% de produits durables, il est crucial de proposer d'ores et déjà des solutions conciliant les aspirations des salariés en faveur du frais, local, fait-maison, zéro déchet, et bien sûr bon, car n'oublions pas que manger doit également être une expérience et un plaisir. D'une tendance de fond qui a pris de l'ampleur au fur et à mesure des années, émerge un véritable besoin de consommer mieux et plus durable. Qui sera au rendez-vous face au défi de la restauration collective qui préfigure d'une



révolution de la cantine ?

1 - Étude Yougov x **I-lunch**, 2021

2 - Étude Yougov x Fraîche Cancan (anciennement **I-lunch**)





## Mutation des usages, Fraîche Cancan présente son livre blanc

La révolution des bureaux est en marche. Depuis plusieurs années, dans un monde de plus en plus connecté et sensible aux problématiques écologiques, les modes de travail évoluent et les entreprises ainsi que leurs collaborateurs sont acteurs de ce changement.





## Mutation des usages, Fraîche Cancan présente son livre blanc

La révolution des bureaux est en marche. Depuis plusieurs années, dans un monde de plus en plus connecté et sensible aux problématiques écologiques, les modes de travail évoluent et les entreprises ainsi que leurs collaborateurs sont acteurs de ce changement.





**Apporter le bien manger en entreprise, une vocation qu'a adopté Victoria Benhaim, fondatrice d'i-lunch, devenu désormais Fraîche Cancan. Elle partage avec nous sa vision et la perspective qu'elle donne son enseigne de foodtech.**

**F&C M : VOUS ÊTES UNE PIONIÈRE DES OFFRES DE RESTAURATION ALTERNATIVE EN ENTREPRISE, COMMENT AVEZ-VOUS ABORDÉ CE MARCHÉ À L'ORIGINE ?**

**Victoria Benhaim :** Ce qui m'anime, c'est d'améliorer le quotidien des Français. J'ai évolué quelque temps dans le domaine de la santé, j'ai pris conscience que l'alimentation était un réel enjeu pour prendre soin de soi. De nombreuses pathologies sont en partie ou directement liées à un déséquilibre alimentaire, qui s'illustre souvent au moment du déjeuner au travail. Les salariés s'orientent généralement vers la solution la plus simple, rapide et économique, avec des plats riches et/ou industriels. Bien manger sans se ruiner est clairement un défi. Face à ce constat, j'ai

compris qu'il existait une réelle carence dans l'offre de restauration collective existante, qui ne valorisait alors pas, ou trop peu, les repas équilibrés, faits-maison et surtout, bons, car manger doit rester une expérience et un plaisir.

Personne ne s'était positionné avec une offre proposant des plats bons et sains quand j'ai lancé i-lunch, qui est récemment devenu Fraîche Cancan début avril. Les acteurs de la foodtech française se concentraient principalement sur le BtoC, il n'y avait pas de BtoB à l'époque. Tout était donc aligné pour positionner une offre disruptive, en phase avec les attentes des entreprises et de leurs collaborateurs afin d'apporter le mieux manger au travail. Ainsi, nous proposons depuis 2017 de bons repas, et nous mettons un point d'honneur à ce que la gourmandise soit

au cœur de chaque plat pour ne pas laisser nos convives mais au contraire, toujours les régaler. Nous y apportons d'ailleurs un soin très particulier, cela se ressent notamment dans le choix des ingrédients que nous sélectionnons de qualité, en valorisant autant que possible





les produits locaux et les circuits courts. Jusqu'au-boutiste dans tous les domaines et précurseur du nutri-score, nous avons développé un algorithme nous permettant de proposer des plats aussi savoureux qu'équilibrés, calculant ainsi les apports nutritionnels. Nous étions donc pionniers de cette mouvance de néo-restauration, avec un modèle viable qui s'est révélé rapidement rentable en régaland les salariés parisiens et plus généralement d'Île-de-France pour lutter contre les déserts culinaires qui sont de plus en plus nombreux dès qu'on s'éloigne de la capitale. Pour parfaire cette offre, nous avons été les premiers à intégrer les subventions employeurs que l'on retrouve dans les modèles de restauration collective plus traditionnels. Et pour aller plus loin dans nos engagements, nous avons aussi été les premiers à mettre en place une politique zéro déchet, et ce, depuis 2019. A ce jour, nous sommes la seule entreprise pouvant livrer ses convives en zéro déchet à une telle échelle.

En 2017, rien de similaire n'existait, j'avais tout à construire et je voulais faire les choses à mon image tout en répondant aux problématiques observées pendant des années sans que des solutions n'aient été proposées. Fraîche Cancan, c'est le service que j'aurais aimé avoir pendant mes stages et au début de ma vie professionnelle. Maintenant que je l'ai créé, j'y mange tous les jours et pourtant je ne m'en lasse pas, et nos convives non plus, ce qui est une belle victoire à mes yeux. Manger bon et sain est devenu accessible avec Fraîche Cancan, et un plaisir plébiscité en entreprise.

**F&CM : VOUS DÉFINISSEZ-VOUS COMME UNE FOODTECH OU UNE RESTAURATRICE ?**

**V. B. :** Dans l'expression foodtech, il y a la food, donc l'aspect restauration, et il y a la tech, car nos services reposent en partie sur des fondements technologiques. Notre démarche initiale est de nourrir nos convives avec des plats savoureux, sains, faits-maison, de saison, locaux quand c'est possible, zéro déchet, et dans une atmosphère conviviale. Par essence,



nous sommes donc pleinement sur une démarche de restaurateur, et ce depuis l'origine. En effet, depuis le lancement de Fraîche Cancan en 2017, tous les plats que nous servons sont imaginés par nos chefs et nutritionnistes pour garantir le goût et l'équilibre, puis cuisinés par nos soins avant d'être livrés en entreprise. Néanmoins, plutôt que de les opposer, nous préférons dire que ces aspects sont complémentaires et nous permettent d'apporter le bien-manger en entreprise efficacement.

**F&CM : LE COVID SEMBLE AVOIR ACCÉLÉRÉ LA DEMANDE D'UNE OFFRE FLEX-FOOD AU BUREAU, QUELLE EST VOTRE VISION DE L'ÉVOLUTION DE CE MARCHÉ ENCORE NOUVEAU POUR LA FRANCE ?**

**V. B. :** La restauration collective traditionnelle continuera de servir des milliers de repas dans une entreprise. Une

cohabitation avec la néo-restauration collective sera une norme et non plus une exception. Notre solution agile, évolutive est totalement adaptée et attendue dans les entreprises modernes, en écho à leurs politiques RSE.

**F&CM : I-LUNCH EST DEvenu FRAÎCHE CANCAN, POURQUOI CE RENOUVEAU ET QUELS SONT LES PILIERS DE VOS OFFRES ET SOLUTIONS ?**

**V. B. :** Quand j'ai créé i-lunch en 2017, nous étions disruptifs sur le secteur et positionnés sur le moment du déjeuner. Au sortir de la crise sanitaire et après 5 ans d'évolution, avec une croissance à 3 chiffres chaque année pour i-lunch, il était temps pour nous d'écrire un nouveau chapitre de cette aventure en faveur du bien-manger au travail. Nous sommes une entreprise française dynamique en plein développement, très engagée, proposant des plats colorés, du petit-dé-





jeuner à l'afterwork. Par ce nouveau nom, Fraîche Cancan incarne parfaitement cet art de vivre à la française qu'on nous envie à l'international. Je voulais que nos racines françaises se retrouvent dans notre nom qui faisait peut-être un peu trop tech, au détriment de la food qui est finalement notre cœur de métier.

Si notre but depuis le début est de rendre la cantine désirable, loin des idées reçues, avec la volonté de réconcilier les salariés avec leurs assiettes, notre nouvelle signature vient renforcer cette identité, en véritable cri du cœur, affirmant un choix : je préfère manger à la cantine. Ainsi, manger à la cantine redevient un plaisir. Il nous fallait donc une nouvelle identité, pop, avec des partis-pris clairs à l'image de nos engagements, et dont le nom ne limite pas les instants de convivialité autour de bons petits plats maison. Fraîche fait ainsi écho au fait maison quand Cancan renvoie à l'idée de la cantine et donc de la convivialité. Tout cela se retrouve dans les services que nous déployons, afin de couvrir tous les besoins en termes de restauration au travail. Nous proposons ainsi différentes offres modulables de :

- **Frigo Connecté** : entre autonomie et praticité, chacun se sert quand il veut, 24/7, en s'identifiant sur le frigo.
- **Cliqué-Livré** : via un vaste choix de 25 recettes d'entrées, plats, desserts et snacking chaque semaine. Les équipes commandent leurs repas en ligne avant 10h pour une livraison tous ensemble à l'heure du déjeuner.

• **Fraîche Cafet'** : un vrai lieu de vie pour ravir les papilles du petit déjeuner à l'afterwork, animé par un Foodista de l'équipe Fraîche Cancan, dans un esprit comptoir en toute convivialité, avec un large choix de concepts (bars à soupes, salades, fruits, sushis, poké...).

• **Fraîche Traiteur** : chaque prestation est personnalisée en étroite collaboration avec les entreprises afin de régaler les convives avec des plateaux repas, livraisons de fruits frais, snackings sains, machines à café bio...

### F&CM : QUELS SONT VOS AMBITIONS ET LES ATTENDUS DES CLIENTS AUTOUR DES SOLUTIONS DE RESTAURATION ALTERNATIVE ?

**V. B. :** Quand on a l'ambition d'apporter le bien-manger, il est crucial de proposer des plats savoureux qui sauront ravir les papilles de nos convives tout en prenant soin d'eux. Notre démarche est globale : nous sommes engagés au service du bon, avec des produits de qualité, privilégiant le bio ou l'agriculture raisonnée, les produits locaux et en circuits courts. La transparence est nécessaire à notre sens pour rassurer, convaincre, et embarquer les entreprises et salariés dans notre démarche en faveur du bien-manger. La révolution de la cantine que nous imaginons ne peut pas s'écrire seule et c'est pour cela que nous avons pris de nombreux engagements RSE car bien manger ne doit pas se faire au détriment de

la planète, ni de l'humain. Pour exemple, 100% de nos livreurs et préparateurs de commandes sont engagés en CDI et ce, depuis le début de Fraîche Cancan. D'ailleurs, si certains engagements tels que la réduction des pertes alimentaires sont possibles, c'est grâce à tout l'écosystème digital que nous avons développé, avec un algorithme prévisionnel de ventes entre autres, nous permettant d'anticiper les besoins en réassort pour produire au plus juste de la quantité qui sera consommée. La logique derrière Fraîche Cancan est finalement assez simple : à titre personnel, si je fais attention à ce que je mange chez moi, à l'origine des produits que je cuisine, à limiter le gaspillage, le tout sans me ruiner, pourquoi ne voudrais-je pas la même chose en entreprise ? Manger Fraîche Cancan, c'est se restaurer facilement avec des plats sains en accord avec ses occupations du quotidien, la charge mentale en moins, le choix en plus.

### F&CM : LE MARCHÉ US A DÉMARRÉ SUR LES MICRO-MARKETS ET LES VITRINES CONNECTÉES IL Y A PLUSIEURS ANNÉES DÉJÀ. PEUT-ON FAIRE UN PARALLÈLE AVEC LE MARCHÉ OUTRE ATLANTIQUE ?

**V. B. :** En effet, il y a déjà de nombreuses success story sur ce continent sur des modèles proches du nôtre. Nous sommes sur la bonne voie pour que notre aventure soit dans ce sillage. ■■■■



# LES FRIGOS CONNECTÉS FONT IRRUPTION SUR LE MARCHÉ AU SETA

La Salon de l'Environnement au Travail et des Achats qui vient de se tenir Porte de Versailles à mis en évidence la foison d'offres de Solutions de Restauration Non Assistée (SRNA) qui se sont agrégées depuis deux à trois ans afin de pouvoir apporter une offre de restauration au sein même des espaces de travail.

Les deux années de pandémie et la progression du télétravail sont aujourd'hui autant de causes qui militent à la mise en place dans les sociétés de solutions de ce type en remplacement ou complément de la restauration collective via le traditionnel restaurant d'entreprise. Ce dernier souffre encore d'un manque de fréquentation lié à la lenteur du retour au bureau des Français. Aussi ce sont plus d'une dizaine d'offres qui étaient présentes sur le SETA, bien décidées à séduire les visiteurs en leur faisant découvrir



la modernité et la simplicité des offres proposées. La plupart des intervenants travaillent autour de la logique du frigo connecté qu'il s'agisse de Season & Foodcherri, Foodles, Popchef (qui en profitait pour célébrer la levée de fond de 15 millions d'euros qu'il venait de décrocher), Jello, ou encore Popote ou Fraîche Cancan (ex i-lunch). Selecta y a également présenté Foodies son concept de micromarket et de vitrines connectées. Bolk quant à lui exposait son Robot automatique permettant de réaliser des plats et salades à la demande. Pourquoi un tel engouement ? Les entreprises ont bien compris la limite des offres existantes et le peu de souplesse qu'offre le RIE à l'heure actuelle. Les Foodtech avec des solutions souples, des prises de commandes et de paiement fluides, une mise à disposition 24/7 sont à même de venir chasser sur un marché réservé traditionnellement à la restauration collective ou à la vente à emporter. En apportant au coeur des entreprises des offres de plats et de solutions de vente à emporter elles répondent aujourd'hui à une logique de flexibilité et de rapidité tout en mettant en avant une alimentation plus saine et responsable. L'enjeu est aujourd'hui pour les nouveaux entrants de venir structurer un marché rapidement et de prendre des parts d'estomac. En effet le marché est à peine naissant en France et va nécessiter de se structurer autour d'acteurs capables de dépasser les limites de Paris et la région parisienne, de gérer des parcs de frigos et néo-cantines. Une logique de mise en avant des offres et de valorisation des concepts semble se mettre en place d'où la présence des différents acteurs sur le SETA. Le salon lui aussi sortait de deux années de pandémie et a cherché à renouer avec ses visiteurs, malgré une affluence encore en deçà des fréquentations pré-Covid.



# Vite!

**IDENTITÉ**  
**I-lunch devient Fraîche Cancan**

**FRAÏCHE** Nouveau nom, nouveau look et aussi nouvelle signature « Je préfère manger à la cantine! » : I-lunch devient Fraîche Cancan. Lancée en 2017 par Victoria Benhaim, la société sert aujourd'hui les salariés de plus de 150 entreprises en Ile-de-France à travers des solutions de Frigo connecté, Cliqué-livré, Fraîche cafet' et Fraîche traiteur.





## Selon Fraîche Cancan, un salarié qui mange bien est un collaborateur épanoui, efficace

Les pauses-déjeuner d'1h38 en moyenne en 1975 ont été réduites à 29 minutes en 2017 pour finalement augmenter de nouveau et atteindre 50 minutes en 2021.





## Selon Fraîche Cancan, un salarié qui mange bien est un collaborateur épanoui, efficace

Les pauses-déjeuner d'1h38 en moyenne en 1975 ont été réduites à 29 minutes en 2017 pour finalement augmenter de nouveau et atteindre 50 minutes en 2021.





NU!

### Le frigo connecté écolo

On le retrouve dans les nouvelles marques de la restauration collective, notamment chez Fraîche Cancan (ex [iLunch](#)), FoodChéri, Seazon ou Baobab Lab pour n'en citer que quelques-uns. Mais il trouve aussi sa place au sein d'un établissement hôtelier ou d'une salle de sport. Il se décline suivant les besoins de chacun : en libre-service ou en se déverrouillant via un badge entreprise, une carte Navigo ou Ticket restaurant... Construit en bois de chêne sourcé en région Auvergne Rhône-Alpes et équipé par un frigoriste français, Nu! est assemblé en région Île-de-France ce qui permet d'accompagner les entreprises dans leur démarche RSE.

#### POINTS FORTS

- Fonctionne 7 jours sur 7, 24 heures sur 24
- Plats et boissons proposés sont enregistrés par n'importe quel traiteur au sein d'une application «back-office» simplissime
- Contrôle à distance par le traiteur de l'ensemble des ventes et remplissages en temps réel
- Tiroir dédié au retour des contenants vides
- IA développée en interne qui détecte les produits pris par le consommateur sans aucune puce RFID (polluante) remplacée par une technologie écoresponsable brevetée et basée sur un croisement de capteurs.
- Système connecté à l'ensemble des prestataires de paiement (CB, titre-restaurant, subventions entreprises, etc.) ainsi qu'aux principaux logiciels de gestion des clients et partenaires
- Intègre un dispositif qui assure l'optimisation de la télémaintenance du frigo dans 13 villes françaises 7 J/7 et 24 heures/24
- Plus de 50 000 emballages ont déjà été évités grâce à NU!

Plus d'infos : [www.manger.nu](http://www.manger.nu)





## FINANCE & MARCHES

# *carnet*



### Ils sont nés un 3 juin

- **Jacques Aschenbroich**, président du conseil d'administration d'Orange et du conseil d'administration de Valeo, 68 ans.
- **Quentin Bajac**, directeur du musée du Jeu de Paume, 57 ans.
- **Victoria Benhaïm**, CEO de Fraïche Cancan, 33 ans.
- **Jill Biden**, enseignante, Première dame des États-Unis, 71 ans.
- **Raul Castro**, ancien président de Cuba, 91 ans.
- **Eugénie Curtil**, responsable mondiale des ventes de devises de Bank of America Merrill Lynch, 39 ans.
- **Claire Damon**, pâtissière, 45 ans.
- **Philippe Djian**, écrivain, 73 ans.
- **Antoine Frérot**, PDG de Veolia, 64 ans.
- **Julie Gayet**, actrice, 50 ans.
- **Mario Götze**, footballeur, 30 ans.
- **Edward Jossa**, PDG de l'Ugap, 62 ans.
- **Frédéric Lenoir**, philosophe, sociologue et écrivain, 60 ans.
- **Daniel Lieberman**, paléoanthropologue, 58 ans.
- **Jean-Pierre Luminet**, astrophysicien et écrivain, 71 ans.
- **Rafael Nadal**, champion de tennis, 36 ans.
- **Loïc Rocard**, PDG de TechnicAtome, 50 ans.
- **Jérôme Saltet**, cofondateur de Playbac, 62 ans.



Envoyez vos nominations à  
[carnetlesechos@nomination.fr](mailto:carnetlesechos@nomination.fr)





## CURE DE JOUVENCE POUR LA PAUSE-DEJEUNER EN ENTREPRISE



- Tous les blogs
- Actualités

### • CURE DE JOUVENCE POUR LA PAUSE-DEJEUNER EN ENTREPRISE

Avec le déploiement du travail hybride et l'apparition de nouveaux espaces de convivialité en entreprise, la restauration au bureau se réinvente avec l'essor des frigos connectés.

14 juin, 2022par



DESCLOS Cécile

La pause-déjeuner en entreprise était auparavant aux mains de la restauration collective concédée. Déjà en perte de vitesse avant la pandémie, celle-ci a été très affectée par la crise sanitaire, avec pour les unes, la suspension d'activité d'entreprises et pour les autres, la généralisation du télétravail. Dans ce contexte, la crise sanitaire a rebattu les cartes du marché de la pause-déjeuner en entreprise avec l'envol du concept de frigo connecté (ou cantine digitale). Apparue dès 2015, cette solution de restauration est, en effet, adaptée à un

monde du travail transformé par la période du Covid-19. L'essor du travail en mode hybride (distanciel et présentiel) s'est accompagné de celui du flex-office avec une réduction des mètres carrés de bureaux. À ce titre, les entreprises aménagent de nouveaux espaces collaboratifs et de convivialité au sein desquels les frigos connectés ont toute leur place. Selon les sites, le frigo connecté se positionne, soit comme une alternative au restaurant d'entreprise, soit comme la seule solution dans les entreprises de petite taille. Les frigos connectés révolutionnent ainsi les modes de consommation des convives sur site en s'adaptant aux nouveaux usages et aux nouvelles exigences des collaborateurs qui souhaitent manger équilibré et varié, vite et quand ils veulent. Accessibles en libre-service, les frigos connectés procurent une grande flexibilité dans les horaires ainsi que dans l'offre alimentaire avec des plats frais et sains, et proposent des solutions engagées en faveur de l'environnement (produits locaux, le zéro déchet des contenants réutilisables, dons à des associations des stocks non consommés...).

### Forte concurrence

L'explosion de la demande pour cette solution de restauration attise les convoitises de



multiplie acteurs à la conquête de part d'estomac au bureau. De nombreuses start-up de tech ont fleuri sur ce marché. Parmi elles :

- Popchef : créée en 2015, la start-up a basculé sur un modèle BtoB en 2017 avec les plateaux livrés et a lancé son offre de frigos connectés en 2019. Elle affiche une croissance de 700 % entre avril 2021 et avril 2022 et se revendique comme le 3e acteur européen du marché des frigos connectés ;
- Foodles : créée en 2015, elle affiche un parc équipé de plus de 250 entreprises en 2021 en Île-de-France mais également dans une quinzaine de villes en province. Elle a bouclé une levée de fonds de 31 M€ en 2021, a doublé de taille en 2021 et prévoit de même en 2022 ;
- Melchior : lancée en 2016 à Nantes, elle est implantée dans 6 villes et gère 200 frigos sur 160 sites ;
- Baobab Lab : fondée en 2017, elle a multiplié par 5 son parc de cantines connectées sur l'année 2021 et est présente notamment chez Thalès Digital Factory, Fédération Agirc-Arrco...
- NU! : créée en 2017, elle a installé, à fin février 2022, 120 frigos à Paris et dans une quinzaine de villes (Société Générale, Capgemini, Sodexo...) ;
- Fraîche Cancan (ex **i-lunch**) : créée en 2017 et installée à Ivry-sur-Seine en 2019, elle est présente dans de grandes entreprises franciliennes ;
- Carot' : créée en 2019 sur Lyon, elle est passée de 7 frigos en novembre 2020 à 60 installations un an plus tard.

Le paysage concurrentiel s'est également diversifié, avec notamment l'arrivée d'enseignes de restauration rapide mais également d'industriels de l'agroalimentaire. Côté enseignes de restauration rapide, l'enseigne Class'croute, spécialiste de la restauration livrée en entreprises, a lancé son frigo connecté C'frais fin 2020 et Exki, spécialiste de la restauration rapide fast-good, a lancé Exki Fridge fin 2021 avec l'ambition d'implanter 2 000 frigos à horizon 5 ans. Côté IAA\*, Sodebo l'expérimente depuis 2 ans avec son offre FreeGo tandis que Marie (groupe LDC) s'appuie sur un partenariat avec la start-up parisienne NU!. Enfin, côté acteurs du vending\*\*, il faut souligner la présence du groupe Merling via sa marque Popina qui intègre une offre de frigos connectés. La bataille de la restauration alternative au bureau ne fait que commencer...

Pour aller plus loin, découvrez nos **[études sur la distribution et les biens de consommation.](#)**

DESCLOS Cécile 14 juin, 2022





## **La nutrition au cœur de la vie professionnelle : Fraîche Cancan apporte le bien manger et renforce la productivité de ses convives**

Nutrition et motivation au travail : deux éléments qui semblent bien éloignés l'un de l'autre et qui pourtant sont indispensables pour contribuer à une vie professionnelle épanouie.





# **La nutrition au cœur de la vie professionnelle : Fraîche Cancan apporte le bien manger et renforce la productivité de ses convives**

Nutrition et motivation au travail : deux éléments qui semblent bien éloignés l'un de l'autre et qui pourtant sont indispensables pour contribuer à une vie professionnelle épanouie.





# Manger bon et sain est devenu accessible avec Fraîche Cancan

AccueilÀ la Une



À la Une

Micromarkets

Par

Jean-Yves FRANTZ

-

2 juillet 20220

26

Partager sur Facebook

Tweeter sur twitter

**VENEZ LE TESTER À VENDITALIA 2022**  
**11-14 MAI - SALON MILANO CITY**  
**PAV. 3 | STAND E63/F52**



Apporter le bien manger en entreprise, une vocation qu'a adopté Victoria Benhaim, fondatrice d' i-lunch, devenu désormais Fraîche Cancan. Elle partage avec nous sa vision et la perspective qu'elle donne à son enseigne de foodtech.

Food&coffee Markets : Vous êtes une pionnière des offres de restauration alternative en entreprise, comment avez-vous abordé ce marché à l'origine ?

Victoria Benhaim : Ce qui m'anime, c'est d'améliorer le quotidien des Français. J'ai évolué quelque temps dans le domaine de la santé, j'ai pris conscience que l'alimentation était un réel enjeu pour prendre soin de soi. De nombreuses pathologies sont en partie ou directement liées à un déséquilibre alimentaire, qui s'illustre souvent au moment du déjeuner au travail. Les salariés s'orientent généralement vers la solution la



plus simple, rapide et économique, avec des plats riches et/ou industriels. Bien manger sans se ruiner est clairement un défi. Face à ce constat, j'ai compris qu'il existait une réelle carence dans l'offre de restauration collective existante, qui ne valorisait alors pas, ou trop peu, les repas équilibrés, faits-maison et surtout, bons, car manger doit rester une expérience et un plaisir.

Personne ne s'était positionné avec une offre proposant des plats bons et sains quand j'ai lancé i-lunch, qui est récemment devenu Fraîche Cancan début avril. Les acteurs de la foodtech française se concentraient principalement sur le BtoC, il n'y avait pas de BtoB à l'époque. Tout était donc aligné pour positionner une offre disruptive, en phase avec les attentes des entreprises et de leurs collaborateurs afin d'apporter le mieux manger au travail. Ainsi, nous proposons depuis 2017 de bons repas, et nous mettons un point d'honneur à ce que la gourmandise soit au cœur de chaque plat pour ne pas laisser nos convives mais au contraire, toujours les régaler. Nous y apportons d'ailleurs un soin très particulier, cela se ressent notamment dans le choix des ingrédients que nous sélectionnons de qualité, en valorisant autant que possible les produits locaux et les circuits courts. Jusqu'au-boutiste dans tous les domaines et précurseur du nutri-score, nous avons développé un algorithme nous permettant de proposer des plats aussi savoureux qu'équilibrés, calculant ainsi les apports nutritionnels. Nous étions donc pionniers de cette mouvance de néo-restauration, avec un modèle viable qui s'est révélé rapidement rentable en régaland les salariés parisiens et plus généralement d'Île-de-France pour lutter contre les déserts culinaires qui sont de plus en plus nombreux dès qu'on s'éloigne de la capitale. Pour parfaire cette offre, nous avons été les premiers à intégrer les subventions employeurs que l'on retrouve dans les modèles de restauration collective plus traditionnels. Et pour aller plus loin dans nos engagements, nous avons aussi été les premiers à mettre en place une politique zéro déchet, et ce, depuis 2019. A ce jour, nous sommes la seule entreprise pouvant livrer ses convives en zéro déchet à une telle échelle.

En 2017, rien de similaire n'existait, j'avais tout à construire et je voulais faire les choses à mon image tout en répondant aux problématiques que j'avais observé pendant des années sans que des solutions n'aient été proposées. Fraîche Cancan, c'est le service que j'aurais aimé avoir pendant mes stages et au début de ma vie professionnelle. Maintenant que je l'ai créé, j'y mange tous les jours et pourtant je ne m'en lasse pas, et nos convives non plus, ce qui est une belle victoire à mes yeux. Manger bon et sain est devenu accessible avec Fraîche Cancan, et un plaisir plébiscité en entreprise.

Food&coffee Markets : Vous définissez-vous comme une foodtech ou une restauratrice ?

Victoria Benhaim : Dans l'expression foodtech, il y a la food, donc l'aspect restauration, et il y a la tech, car nos services reposent en partie sur des fondements technologiques. Notre démarche initiale est de nourrir nos convives avec des plats savoureux, sains, faits-maison, de saison, locaux quand c'est possible, zéro déchet, et dans une atmosphère conviviale. Par essence, nous sommes donc pleinement sur une démarche de restaurateur, et ce depuis l'origine. En effet, depuis le lancement de Fraîche Cancan en 2017, tous les plats que nous servons sont imaginés par nos chefs et nutritionnistes



pour garantir le goût et l'équilibre, puis cuisinés par nos soins avant d'être livrés en entreprise. Néanmoins, plutôt que de les opposer, nous préférons dire que ces aspects sont complémentaires et nous permettent d'apporter le bien-manger en entreprise efficacement.



Food&coffee Markets : Le Covid semble avoir accéléré la demande d'une offre flex-food au bureau, quelle est votre vision de l'évolution de ce marché encore nouveau pour la France ?

Victoria Benhaim : La restauration collective traditionnelle continuera de servir des milliers de repas dans une entreprise. Une cohabitation avec la néo-restauration collective sera une norme et non plus une exception. Notre solution agile, évolutive est



totalelement adaptée et attendue dans les entreprises modernes, en écho à leurs politiques RSE.

Food&coffee Markets : i-lunch est devenu Fraîche Cancan, pourquoi ce renouveau et quels sont les piliers de vos offres et solutions ?

Victoria Benhaim : Quand j'ai créé i-lunch en 2017, nous étions disruptifs sur le secteur et positionnés sur le moment du déjeuner. Au sortir de la crise sanitaire et après 5 ans d'évolution, avec une croissance à 3 chiffres chaque année pour i-lunch, il était temps pour nous d'écrire un nouveau chapitre de cette aventure en faveur du bien-manger au travail. Nous sommes une entreprise française dynamique en plein développement, très engagée, proposant des plats colorés, du petit-déjeuner à l'afterwork. Par ce nouveau nom, Fraîche Cancan incarne parfaitement cet art de vivre à la française qu'on nous envie à l'international. Je voulais que nos racines françaises se retrouvent dans notre nom qui faisait peut-être un peu trop tech, au détriment de la food qui est finalement notre cœur de métier.

Si notre but depuis le début est de rendre la cantine désirable, loin des idées reçues, avec la volonté de réconcilier les salariés avec leurs assiettes, notre nouvelle signature vient renforcer cette identité, en véritable cri du cœur, affirmant un choix : je préfère manger à la cantine. Ainsi, manger à la cantine redevient un plaisir. Il nous fallait donc une nouvelle identité, pop, avec des partis-pris clairs à l'image de nos engagements, et dont le nom ne limite pas les instants de convivialité autour de bons petits plats maison. Fraîche fait ainsi écho au fait maison quand cancan renvoie à l'idée de la cantine et donc de la convivialité. Tout cela se retrouve dans les services que nous déployons, afin de couvrir tous les besoins en termes de restauration au travail. Nous proposons ainsi différentes offres modulables

- de Frigo Connecté : entre autonomie et praticité, chacun se sert quand il veut, 24/7, en s'identifiant sur le frigo.
- Cliqué-Livré : via un vaste choix de 25 recettes d'entrées, plats, desserts et snacking chaque semaine. Les équipes commandent leurs repas en ligne avant 10h pour une livraison tous ensemble à l'heure du déjeuner.
- Fraîche Cafet' : un vrai lieu de vie pour ravir les papilles du petit déjeuner à l'afterwork, animé par un Foodista de l'équipe Fraîche Cancan, dans un esprit comptoir en toute convivialité, avec un large choix de concepts (bars à soupes, salades, fruits, sushis, poké...).
- Fraîche Traiteur : chaque prestation est personnalisée en étroite collaboration avec les entreprises afin de régaler les convives avec des plateaux repas, livraisons de fruits frais, snackings sains, machines à café bio....

Food&coffee Markets : Quels sont vos ambitions et les attendus des clients autour des solutions de restauration alternative ?

Victoria Benhaim : Quand on a l'ambition d'apporter le bien-manger, il est crucial de proposer des plats savoureux qui sauront ravir les papilles de nos convives tout en prenant soin d'eux. Notre démarche est globale : nous sommes engagés au service du



bon, avec des produits de qualité, privilégiant le bio ou l'agriculture raisonnée, les produits locaux et en circuits courts. La transparence est nécessaire à notre sens pour rassurer, convaincre, et embarquer les entreprises et salariés dans notre démarche en faveur du bien-manger. La révolution de la cantine que nous imaginons ne peut pas s'écrire seule et c'est pour cela que nous avons pris de nombreux engagements RSE car bien manger ne doit pas se faire au détriment de la planète, ni de l'humain. Pour exemple, 100% de nos livreurs et préparateurs de commandes sont engagés en CDI et ce, depuis le début de Fraîche Cancan. D'ailleurs, si certains engagements tels que la réduction des pertes alimentaires sont possibles, c'est grâce à tout l'écosystème digital que nous avons développé, avec un algorithme prévisionnel de ventes entre autres, nous permettant d'anticiper les besoins en réassort pour produire au plus juste de la quantité qui sera consommée. La logique derrière Fraîche Cancan est finalement assez simple : à titre personnel, si je fais attention à ce que je mange chez moi, à l'origine des produits que je cuisine, à limiter le gaspillage, le tout sans me ruiner, pourquoi ne voudrais-je pas la même chose en entreprise ? Manger Fraîche Cancan, c'est se restaurer facilement avec des plats sains en accord avec ses préoccupations du quotidien, la charge mentale en moins, le choix en plus.

Food&coffee Markets : Le marché US a démarré sur les micromarkets et les vitrines connectées il y a plusieurs années déjà. Peut-on faire un parallèle avec le marché Outre Atlantique ?

Victoria Benhaim : En effet, il y a déjà de nombreuses success story sur ce continent sur des modèles proches du nôtre. Nous sommes sur la bonne voie pour que notre aventure soit dans ce sillage.

