



## 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 en 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 grandi. »



<<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**

