

Neo Restauration

Le **café** en mode automatique



Productives, capables de régularité en tasse comme de boissons gourmandes, les machines automatiques offrent une alternative de plus en plus intéressante au café portionné. Avec un potentiel d'utilisateurs toujours plus important.

YANNICK NODIN

01 AVRIL 2018 + 22 100 EX

CONTACT PRESSE : WWW.HELLOLACOM.COM



sur le produit qui parcourt toute la cuisine, et auquel le café n'échappe plus. » Du côté des chiffres, MaxiCoffee relève une progression de 30 % de ses ventes auprès des professionnels sur ce type de machines en 2017. Ses clients : des boulangeries positionnées sur le petit déjeuner, des crêperies, des restaurants avec une trentaine de places assises... « Tous cherchent une certaine qualité en tasse, et sur ces petits débits, les solutions automatiques peuvent avoir une vraie pertinence. » Leurs fabricants : Saeco, DeLonghi, Jura... Des marques issues du grand public qui regardent d'un œil nouveau le marché professionnel, et l'adressent avec des gammes spécifiques. Et un certain succès : 36 % de progression des ventes auprès des professionnels français en 2017 pour Jura, pour 8 500 machines vendues depuis 2012, dont la moitié auprès de torréfacteurs nationaux.

Broyeurs plus rapides et silencieux, temps d'extraction ramenés à quarante-huit secondes pour deux espressos, machines pouvant, sur certaines références, être raccordées directement au réseau... Ses modèles s'adaptent de plus en plus aux environnements professionnels, capacités comprises : jusqu'à 150 cafés par jour pour son haut de gamme Giga. « Pour l'instant, l'objectif reste la qualité en tasse, pour travailler notre notoriété auprès des hôtels, bureaux et salons de thé, pas de monter encore sur les débits, souligne Aurélie Degand, directrice des ventes de la filiale française. La marque reste très jeune sur le marché professionnel, et ne se positionne pas sur le flux. »

DANS TOUS LES ÉTABLISSEMENTS

Sur le créneau, l'intensité de service reste une notion clé, où seules les machines des spécialistes peuvent suivre la cadence : 440 tasses de qualité espresso par heure sur un encombrement de 60x60 cm pour la Duo d'Unic, son modèle phare. « C'est une vraie deux groupes, conçue pour le service du café dans des moments de rush, explique Pascale Moll, responsable marketing de la marque. Cette problématique de pics de consommation est un levier de conversion vers les machines automatiques. Elle concerne des typologies d'établissements de plus en plus variées : en restauration collective, dans les grosses brasseries comme en restauration rapide, mais aussi, et de plus en plus, sur la restauration concédée dans les gares et les aéroports. » Autant dire des marchés porteurs pour les principaux fabricants de machines automatiques, Melitta, Cimbali, WMF, et Unic, pour qui l'impératif de productivité se combine à des attentes qualitatives fortes.

« Sur les petits débits, les solutions restent méconnues des exploitants, mais leur déploiement s'accélère. »

ANNE-SOPHIE GLEIZES,

experte machines automatiques chez le revendeur MaxiCoffee

« On ne remplacera jamais un barista, mais on s'en rapproche », résume Rachid Méniri, directeur grands comptes de la filiale française du groupe Cimbali. Sur ses S20 et S30, que l'on trouve chez Amorino, Pret à manger, ou encore les espaces de coworking WeWork, le paramétrage de la température d'eau et de la mouture n'est plus mécanique, mais désormais assuré électroniquement. Un système régulant le serrage des meules en fonction des temps de coulée ajoute en constance en tasse. « Un

LA MAINTENANCE AU CENTRE DES ATTENTIONS

« Une machine automatique, c'est une belle mécanique qui fonctionne avec un produit vivant, résume Christophe Guinle, de Bravilor France. Un suivi régulier est essentiel : nous intervenons sur des marchés où il n'est pas prévu que le service du café s'arrête. » Et ce suivi à un coût :

entre le tiers et la moitié de l'investissement initial, sur la durée de vie de la machine.

Pour réduire au maximum les ruptures de charge, les fabricants intègrent la maintenance dans la conception même des machines. C'est d'abord un entretien facilité par des systèmes de lavage automatisés, mais pas seulement. Les S20 et S30 du groupe Cimbali sont communicantes, réalisant un auto-diagnostic envoyé aux techniciens pour faire du préventif, ou cibler la réparation. Les machines du fabricant suisse Eversys disposent d'une conception modulaire, limitant les temps d'intervention en cas de changement de pièces. Précieux en termes de SAV comme de service,





« Silencieuses, productives et raccordables au réseau, les séries X de Jura s'adaptent aux professionnels. »

café, c'est d'abord, en termes de transformation, une mouture et une température. Apporter une précision d'exécution sur ces facteurs est essentiel. Les cafés sont réalisés au dixième de gramme et au degré près. »

Chez Melitta, 6 000 machines automatiques sous contrat de maintenance dans l'Hexagone, en majorité dans des chaînes et des groupes hôteliers, c'est sur la construction tout acier des groupes et des chambres d'infusion qu'Emmanuel Despierres, directeur de la filiale française, insiste : « Elle participe énormément à la qualité de l'extraction. Certains fabricants utilisent des pièces en plastique, qui ne peuvent ni encaisser les mêmes contraintes

physiques que l'acier ni répondre sur des débits élevés. » Micro-filtres disposant de 40 000 micro-trous pour optimiser les points de contact entre eau et café, réglage des temps de contact, du goutte-à-goutte à des infusions de 40 ml en qualité espresso en moins de dix secondes, pression des pistons réglable selon la spécialité de café... Du sur-mesure qui se double d'un travail sur la diversification des recettes.

UN VISUEL PLUS GOURMAND

L'évolution est commandée par le marché, où les boissons gourmandes ont pris des positions solides, notamment auprès des millennials. Et elle joue clairement en faveur des machines automatiques : « Depuis deux à trois ans, les chaînes non spécialistes nous sollicitent plus, avec un cahier des charges comprenant une carte étayée de boissons chaudes, note Pascale Moll, chez Unic. Il y a un temps de réalisation incompressible sur ces boissons, favorable à nos solutions dès lors qu'il y a du débit. Ce n'est pas un hasard si Starbucks, à l'exception de son concept Reserve, travaille en automatique. » Le fabricant français a réalisé un travail de fond sur l'émulsion du lait, avec un système breveté de pompes réalisant une mousse compacte et onctueuse. « Le visuel, critère clé sur les boissons gourmandes, est plus appétissant, sachant que le procédé permet une forte intensité de service, puisque l'on atteint 200 tasses cappuccino de 100 ml par heure. » Une tendance suivie par les autres

fabricants, qui la précèdent même avec des recettes de snow milk déjà très appréciées chez nos voisins anglosaxons, et encore peu diffusées en France. Mais entre l'offre des spécialistes et celle des marques grand public, certains ne trouvent pas chaussure à leur pied : « De plus en plus d'établissements, servant plus de 200 cafés par jour, sont confrontés à des problèmes d'entretien et d'usage sur leurs machines manuelles, et cherchent des solutions dans le tout-automatique, note Anne-Sophie Gleizes, de MaxiCoffee. Seulement, sur ces débits, avec une certaine rapidité d'exécution et un prix public sous les 5 000 €, l'offre est encore peu fournie. Il y a un vrai potentiel sur ce créneau, les marques vont y venir. »

À vrai dire, c'est chose quasi-faite. Présent sur le segment des automatiques depuis trois ans, le fabricant Bravilor, venu du café-filtre et des machines à base d'instantané, lance ces prochains jours la Sego, une déclinaison « low-cost » de son Esprecious. Un peu moins de débit que sa grande sœur (80 tasses de qualité espresso à l'heure) ; un bac à grain, les deux autres étant dédiés aux produits solubles pour construire une carte de boissons chaudes ; un encombrement minimal de 31 x 46 cm... Une nouveauté prometteuse, avec un prix public offensif : 3 200 €. « Nous avons d'abord visé le premium avec l'Esprecious, dont le débouché majoritaire reste l'hôtellerie et ses buffets petit déjeuner, mais le marché est aussi en attente d'autres solutions, précise Christophe Guinle, directeur de la filiale. Avec la Sego, nous adressons tous les segments : vente à emporter, boulangerie, restauration traditionnelle, bureaux... Et visons les volumes. » ●



Sur-mesure, diversité des recettes de café, rapidité d'exécution, gourmandise... Les machines à café offrent des performances adaptées à tous les établissements.