

Deux questions à Thierry Collen, directeur de Rheavendors France

Comment percevez-vous l'évolution de l'HoReCa ?

C'est difficile de parler des évolutions de l'HoReCa car il y a différents marchés : les évolutions et les attentes ne sont pas les mêmes en hôtellerie, en VAE, dans les coffee-shops ou en brasseries traditionnelles. En termes d'équipement, on note une montée en puissance des machines automatiques pour des raisons de productivité, de qualification, d'absence de savoir-faire et de turn-over du personnel. La « machine automatique » est particulièrement pertinente pour le service du petit-déjeuner en hôtellerie, les marchés des collectivités et de la vente à emporter. A contrario, la machine automatique n'est pas légitime sur tous les segments : vendre très cher un latte macchiato aromatisé ou un capuccino dans un coffee shop demande un minimum de show, de « théâtralisation »... ne serait-ce que pour justifier les prix de vente usuellement pratiqués par les enseignes.



Quelle est la légitimité de Rheavendors sur l'HoReCa ?

Rheavendors fabrique des machines automatiques depuis plus de 50 ans. Capitaliser sur un demi-siècle d'expérience pour investiguer certains marchés de l'HoReCa ne nous paraît pas incongru. Nous savons servir sur nos machines, automatiquement et de façon constante, un ristretto, un café allongé, un chocolat, un capuccino ou un latte macchiato... du plus bel effet ! Au-delà de cette forte expérience, nous allons demain nous appuyer sur des innovations technologiques à forte valeur ajoutée dans l'HoReCa : variflex®, varitherm® et varigrind®. Toutes ces innovations brevetées intégreront « en première monte » les machines Table Top de la marque premium du groupe : laRhea a été présentée en avant-première au salon de Cologne, en septembre 2015.